

Diego Rodríguez Vega

Magíster en Relaciones Internacionales y Desarrollo, Diplomado en Cooperación Internacional por la Universidad Complutense (2018), ha sido certificado en Gestión para el Desarrollo-BID/INDES (2019). Técnico de cooperación internacional, organismos internacionales y gobiernos autónomos descentralizados. Ha trabajado en entidades privadas de desarrollo y sector público, y en el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador. Experiencia en cooperación internacional, planificación estratégica y política pública.

El entorno digital del diplomático 4.0: propuesta para un marco de trabajo

RESUMEN

En el presente artículo se caracteriza la transformación de la diplomacia, en tanto disciplina y práctica, como resultado de la tecnologización (digitalización) acelerada en la interacción entre los Estados, organismos internacionales, comunidades y actores globales de las Tecnologías de Comunicación e Información. Se destaca, por otro lado, el debate acerca de si es posible ubicar el centro del cambio en la gestión de la diplomacia tradicional en las redes sociales y plataformas digitales de información. Se analiza, además, la respuesta del gestor de diplomacia y relaciones internacionales ante el reto de conectarse al mundo, desarrollar destrezas y nuevas capacidades, e impulsar los objetivos institucionales para responder con efectividad a la demanda creciente de la

población. Por último, desde un repaso de los rasgos más importantes de la nueva gobernanza digital mundial, se esboza un marco de trabajo que permitiría a la región sudamericana insertarse en la digitalización internacional de las relaciones internacionales.

ABSTRACT

In this article the transformation of diplomacy, as a discipline and practice, is characterized because of the accelerated technologization (digitization) of the interaction between States, international organizations, communities and global actors in Communication and Information Technologies. On the other hand, the debate about whether it is possible to place on social networks and digital information platforms the center of change in the management of traditional diplomacy. It also analyzes the response of the manager of diplomacy and international relations, faced with the challenge of connecting to the world, developing skills and new capacities, and promoting institutional objectives to respond effectively to the growing demand of the population. Finally, from a review of the most important features of the new global digital governance, a framework is outlined that would allow the South American region a propositional inclusion of the global digitization of international relations.

Palabras clave: diplomacia, diplomacia digital, tecnología, comunicación, relaciones internacionales, política exterior.

Key words: diplomacy, digital diplomacy, technology, communication, foreign policy, international relations.

1. La diplomacia 4.0

Durante la primera de las revoluciones tecnológico-culturales, 1760-1840, Gran Bretaña se afianzó como potencia global, a partir de un explosivo crecimiento comercial-económico y despliegue de fuerza militar. El segundo periodo de reconfiguración mundial de modelos industriales, comerciales y tecnológicos, entre 1870 y 1914, estuvo caracterizado por la intensiva industrialización de los procesos productivos.

Iniciada la globalización —fruto de la competitividad tecnológica-industrial entre los Estados— Alemania, Francia, Estados Unidos y Japón construyeron su rol de *global players* (Vengoa, 2016) comerciales y geopolíticos, disputando acceso y control a los mercados mundiales.

El tercer ciclo de transformación tecnológica de alcance internacional, cuyo inicio se sitúa, comúnmente a mediados del siglo 20, sin existir un consenso real acerca de la fecha de finalización, está constituido por una sumatoria de innovaciones estructurales que incluyen a medios de producción, manejo de la información, y —por supuesto— en las sociedades. Predominan, en esta etapa, variables como la autosuficiencia energética, la robótica aplicada a las industrias, el transporte, los bienes y servicios, la atención médica, la comunicación y educación en línea, el uso intensivo de energías limpias.

La Cuarta Revolución Industrial, en 2011 se empezó a hablar de Cuarta Revolución Industrial para referirse al IV ciclo de transformaciones tecnológico, comunicacionales centradas en la mejora de los procesos y de los medios de producción, orientados a consolidar una mayor adaptación de los sistemas a la creciente demanda de la producción mundial de bienes/servicios. Esto último es evidente en la comunicación en red, una atribución de la comunicación actual entre cuyas características están “la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, la personalización y la capacidad de actualización” (Díaz Triana, 2014, p. 02).

Se trata de una revolución digital y cibernética que ha desvanecido casi en su totalidad las fronteras de los Estados, dando paso a nuevos desafíos y oportunidades de desarrollo, y permitiendo a los ciudadanos del mundo “movilizarse en nuevas formas y construirse puentes entre brechas geográficas” (McLoory, 2017, p. 10).

En ese contexto, la diplomacia virtual aparece como un motor para nuevas interacciones entre países, los actores no estatales y los actores paraestatales.

Es más, este ecosistema digital está constituido por “redes sociales, plataformas digitales y ciudadanos. Son agregadores de contenidos, servicio de mensajería de fotografía, audio y video, redes sociales: más amplias o restringidas, medios de comunicación. Los medios digitales impactan en la diplomacia en la medida que superan las fronteras administrativas y no infringen normas internacionales” (Manfredi Sánchez, 2014, p. 01).

La pregunta que motiva el presente artículo es: ¿Será posible dotar a la diplomacia de una caja de herramientas digitales que permitan transparencia, sostenibilidad y eficiencia en el uso de los recursos, tanto como efectividad para la evaluación de su gestión por la ciudadanía, a partir del empleo intensivo de tecnologías de medios audiovisuales y comunicacionales digitales?

La mayor parte de organizaciones internacionales y secretarías de Relaciones Exteriores latinoamericanas tienen presencia en plataformas de información digital como Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, etc.; redes sociales que se han convertido en instrumentos de su discurso y una forma de práctica de política internacional con los Estados y con la audiencia global.

2. El entorno digital de la política exterior

¿Cómo interpretar esta sucesión de transformaciones de la gestión de la política exterior de los Estados desde las tecnologías digitales?

Primero, la digitalización de la diplomacia es una de las consecuencias del rediseño de lo público (y público-oficial) por la Internet. En esta red “la libertad de conexión ha emergido como una demanda sólida de la ciudadanía, consiste en la capacidad de participar, recibir y enviar información o exponer un punto de vista propio” (Clinton, 2011, p.13).

Una muestra de la expansión de la gestión diplomática vía redes y plataformas sociales de comunicación es que según “los últimos datos recogidos por la página Twiplomacy (2017), existían en ese año, 856 cuentas de Twitter que pertenecían a presidentes de Gobierno y ministros de exteriores en 178 países [...] representan el 92% de los Estados Miembro de la ONU que en su conjunto alcanzan una audiencia de aproximadamente

356 millones de seguidores” (Cela, Parras-Parras & Romero-Vara, 2019, pp.711-726).

Asimismo, en agosto del 2021, “El 50% de los Ministerios de Asuntos Exteriores cuentan con un perfil de Twitter, y el 48% con una página en Facebook. No hay que olvidar el empleo de recursos propios, como los blogs y las wikis” (Kokinova, 2021, p. 01).

Segundo, la redefinición de espacios en relaciones internacionales, por lo digital, es cuando menos tridimensional, debido a:

- a) Expansión de las audiencias.
- b) Actualización en tiempo real de la información.
- c) Inmediatez/simultaneidad en los procesos y servicios diplomáticos conocidos como tradicionales.

De acuerdo con Manor/Sergev (2015) la digitalización avanzada de la diplomacia se refiere al uso permanente y en crecimiento de plataformas y redes sociales por el Estado (y el sector público) para lograr sus objetivos de política internacional, manejar una imagen/distintivo país y gestionar eficazmente su imagen y reputación internacional.

La transmisión de información en línea ha provocado una redefinición de concepciones como hasta dónde llega lo nacional y dónde empieza lo internacional, ocasionando la aparición de nuevos temas que la diplomacia debe gestionar y que exigen nuevas capacidades en los funcionarios, así como nuevas directrices político-institucionales para el sector.

Tercero, las herramientas digitales (por ejemplo, blogs institucionales digitales, Twitter) son instrumentos efectivos para acelerar la comunicación-difusión de una política exterior con alto valor agregado. Esta es otra variable, pues para el diplomático profesional implica “la adquisición de nuevas competencias propias del entorno digital y con una fuerte actividad comunicativa con el objeto de conjugar la demanda de información transparente en tiempo real con la negociación diplomática” (Manfredi Sánchez, Herranza de la Casa & Calvo Rubio, 2017, p. 341-354).

En esta reconfiguración del servicio diplomático por lo digital se abren paso oficinas de representación, embajadas y consulados virtuales que apuntan hacia la digitalización avanzada de procesos, como aquellos relacionados con la “prestación de asistencia a los ciudadanos en el exterior, reducción de los costes, renovación de los servicios consulares y la relación con la administración” (Manfredi Sánchez y otros, 2017, p. 832-838).

Se añade, como valor agregado a la política pública exterior la difusión de la marca-país, las políticas e información institucional desde las redes sociales, y el manejo de crisis o conflictos internacionales en línea.

3. Gobernabilidad diplomática 2022-2032: política pública exterior y medios digitales

En función de lo hasta aquí expuesto, ¿es posible priorizar las herramientas online más efectivas para un Estado en busca de una política exterior digital que le permita:

- i) Lograr sus más importantes objetivos internacionales,
- ii) Convencer a la audiencia global de identificarse con su marca-país,
- iii) Avalar su reputación como sujeto internacional y
- iv) Difundir los intereses nacionales y regionales que se expresan en su gestión internacional

Existen historias de éxito de países que decidieron impulsar, desde hace varios años, la digitalización sostenida de su política pública exterior y gestión diplomática integral. Un ejemplo es Francia que, como la mayor parte de países europeos, lleva largo tiempo fortaleciendo el brazo digital de su diplomacia y relaciones internacionales. En el sitio web Francia Diplomacia¹, la República Francesa describe los términos de su interacción internacional digital con el resto del mundo.

Primero, la Cartera de Relaciones Exteriores y el sector público francés, en su conjunto, entienden los mecanismos digitales como un desafío de desarrollo político-económico transversal a toda la gestión del Estado.

Segundo, construyen su accionar como país sobre una llamada “estrategia digital” teniendo como base tres ejes importantes:

- a) Contribuir a la construcción de un sistema internacional de apertura, promotor de la diversidad tecnológica y con parámetros técnicos sólidos de seguridad y confianza.
- b) Impulsar, como bloque europeo, una conexión a Internet fundamentada en los derechos de las personas y el fomento de las comunicaciones digitales desde la seguridad.
- c) Promover el Estado Francés, y sus sectores económico, cultural y turístico, así como reforzar la visión de solidez de su sector digital.

Los ejes operacionales secundarios de esta acción-país de Francia para robustecer su diplomacia desde las tecnologías digitales son:

- a) Fortalecer su “diplomacia de influencia” como vehículo promotor de la imagen-país, en respaldo de sus intereses geopolíticos, culturales y lingüísticos.
- b) Impulsar la alianza internacional para el *Open Government Partnership* (OGP): un grupo de países que coinciden en el objetivo común de dar paso a una democracia internacional abierta, compartida y basada en la transparencia.

En el año 2017 Francia creó el cargo diplomático de Embajador para los Asuntos Digitales y lo situó en Silicon Valley, Estados Unidos, con el objeto de negociar de forma directa con las multinacionales de la comunicación digital e institucionalizar la agenda digital dentro de la política exterior gala.

Del mismo modo que Francia, México visualiza la digitalización de su política exterior como una acción de Estado. En el 2013 el gobierno mexicano instituyó la Estrategia Nacional Digital que apunta a fortalecer el sector de política exterior desde el mejoramiento de las comunicaciones y tecnologías digitales (Aguirre et al, 2018).

Como parte de esta estrategia se manejan aspectos como la promoción digital de la imagen país del Estado Mexicano y la difusión de la cultura e identidad mexicanas, a partir de campañas comunicacionales vía redes sociales activadas por cada Representación Diplomática mexicana en el exterior.

Bajo este pensamiento, el Estado Mexicano implementó al menos dos mecanismos de comunicación digital hacia la sociedad: SERmonitor, una aplicación para teléfonos celulares desde la cual las personas pueden realizar búsquedas según su área de interés; SERTv, un canal digital para difundir contenidos de la Secretaría de Relaciones Exteriores y las

actividades de sus delegaciones, y Notimex el canal de información público de México.

La Secretaría de Relaciones Exteriores ha incursionado también en el campo del desarrollo de aplicaciones para teléfonos móviles como Miconsulmex, que permite al usuario acceder a los servicios de protección y asistencia consular, y a información sobre la obtención de pasaportes y la ubicación de los consulados.

Brasil es otro de los países que participa en la digitalización de política pública exterior y gestión diplomática integral desarrollando una red de comunicación digital a nivel internacional, la cual sumadas embajadas, misiones y consulados, llega a más de 220 dependencias (Díaz Triana, 2014). Este país potencia el uso masivo de TIC a través de herramientas digitales e informáticas para analizar, consolidar y salvaguardar la transmisión y uso de la información que producen sus embajadas, representaciones y consulados.

En 1998, el Departamento de Promoción Comercial de la Cancillería brasileña puso en línea un sitio web O Brasil, Global Net (Díaz Triana, 2014) con información sobre servicios de promoción comercial, la atracción de inversiones y el turismo dirigido a la audiencia global. Dicho servicio cuenta con una versión interna, destinada a coordinar en línea los sectores de promoción comercial nacional.

En el 2013, la Cancillería brasileña puso en red su blog institucional Diplomacia Pública, sitio web dirigido a la promoción de las actividades de política exterior que ejecuta la institución y la comunicación directa con la comunidad.

En el caso de Estados Unidos, años atrás se comprendió que manejar las cuentas institucionales en Twitter, WhatsApp, Facebook e Instagram con una visión de política pública exterior puede ser un instrumento muy eficaz para esbozar una administración más ágil, reducir tiempos, dar eficiencia a los actos administrativos y trámites en general, así como promover fácilmente asuntos consulares de manera amigable vía Hangouts y YouTube. (Bohórquez, Martínez & Ruiz, 2017).

Esta política de Estado se materializó en el 2002 con la creación de la Oficina para la Diplomacia Electrónica o *ediplomacy*, uno de cuyos propósitos es el desarrollo de nuevas tecnologías comunicacionales que difundan al sector de las relaciones exteriores estadounidense la información y las directrices institucionales.

Otra acción fue habilitar las llamadas “oficinas de presencia virtual”, cuya característica más importante es la de mantener presencia diplomática real en distintos puntos del mundo, sin tener -necesariamente- sedes físicas, brindando a la población todos los servicios de una misión diplomática regular.

Otra historia de éxito es la de Dinamarca, país que creó en el 2017 el cargo diplomático de Embajador Virtual, con sede en Silicon Valley, Estados Unidos, enfocado exclusivamente en la negociación con compañías como Facebook y Google. Esto se debe a que el gobierno danés visualizó a las empresas globales de comunicación y transporte de información como contrapartes estratégicas.

El estado danés reconoce el rol de las multinacionales de la comunicación y el desafío internacional que implican las redes sociales y tecnologías de la comunicación en su conjunto.

4. Una palabra sobre el “poder blando”

Hasta aquí se han trazado los rasgos más característicos de la acción política y estratégica comunicacional de los países que destinan más recursos económicos y más acertadas acciones institucionales para la digitalización de su interacción con otros Estados, pero, fundamentalmente, para acercar su actividad a las comunidades. ¿Con qué objetivo? Vale la pena hacer una rápida revisión de la Doctrina Nye.

En 1990, Joseph Nye definía al “poder blando” como el potencial, mayor o menor, que tiene un Estado para posicionar su proyecto político de país a nivel global, suscitando el apoyo de sus pares internacionales y del conjunto de la población de otros Estados. De acuerdo con su planteamiento, el Estado posee “la capacidad de influir en el comportamiento de otros con el propósito de alcanzar metas mediante la cultura, política y la política exterior” (2010, p. 127-147).

De este modo, el Estado en cuestión se consolidaría, entonces, como un hacedor de política internacional por convencimiento o identificación, y no por medio de la fuerza o la coacción.

Según este politólogo norteamericano, un Estado lograría alcanzar su visión y objetivos de política exterior cuando otros Estados repliquen sus valores, sigan su ejemplo como actor internacional y traten de acercarse a su nivel de desarrollo económico-cultural, y geopolítico (Nye, 1990).

5. Diplomacia pública y diplomacia digital

En 1965, en el escenario de la creación del Centro para la Diplomacia Pública Edward R Murrow, en Boston, Estados Unidos se utilizó por primera vez la denominación “diplomacia pública”.

En el artículo “La diplomacia pública, los medios informativos como instrumento de política exterior”, su autor Alfonso Nieto (2008), hace referencia a la definición de diplomacia pública del Diccionario de Términos de Relaciones Internacionales del Departamento de Estado de los Estados Unidos como aquellos “programas patrocinados por el gobierno destinados a informar e influir en la opinión pública de otros países. Sus herramientas principales son publicaciones, películas, intercambios culturales, radio y televisión” (Nieto & Peña, 2008, p. 154-155).

En “La diplomacia y la transformación digital”, citando a Edmund Guillon (1965), Virginia Nehme (2020) define las áreas de interés de la diplomacia pública, las cuales son:

- a) Evaluar el grado de influencia de las actitudes públicas en la formación de las agendas de la política exterior.
- b) Valorar la opinión pública de otros Estados.
- c) Evaluación del impacto de los informes de asuntos exteriores en el diseño de la política pública de relaciones internacionales.

Nancy Snow explica que: “La diplomacia tradicional son relaciones de gobierno a gobierno, la diplomacia pública tradicional se ha referido a los gobiernos que hablan con el público global, e incluyen esfuerzos para informar, influir e involucrar a esos públicos para el apoyo de objetivos nacionales y para las políticas exteriores” (2009, p. 3-11).

Diplomacia pública, es según Daniel Aguirre & Matthias Erlandsen, citando al profesor N. Cull, “el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con un público extranjero” (2018, p. 41-42) y se caracteriza porque busca y acentúa su contacto directo con la población de otros Estados.

Huang y Arifon ven a la diplomacia pública como “el conjunto de discursos y prácticas por medio de las cuales los Estados buscan influir en las opiniones públicas extranjeras, a la vez que mejoran su imagen en el escenario internacional” (2018, p. 45-53), de esta forma, contribuyen a mejorar la percepción que un Estado frente a sus pares internacionales, y a alcanzar sus metas internacionales, entre las cuales está la aceptación de su acción política internacional por la comunidad internacional.

Con respecto a la diplomacia digital, Bjola (2015) afirma que esta implica la implementación de las herramientas digitales en las actividades que realiza el Ministerio de Relaciones Exteriores, sus embajadas y consulados por medio de sus diplomáticos. Como parte de la diplomacia digital se gestionan ciertas áreas prioritarias como:

- a) Gestión de la información.
- b) Diplomacia pública.
- c) Planificación estratégica y negociación internacional, que incluye la gestión de crisis internacionales.

En esta realidad digitalizada el embajador realiza su trabajo sin necesidad de tener presencia física en el país receptor. Como gestor de política exterior mantiene los objetivos históricos y las mismas funciones dispuestos por la “antigua” diplomacia, es decir, representar, negociar, proteger y promover los intereses del Estado ante terceros.

Juan Luis Manfredi distingue dos dimensiones importantes en la diplomacia digital, la primera, “tiene que ver con la capacidad de las tecnologías de romper las estructuras jerárquicas y desintermediar los asuntos de la escena internacional” (Manfredi 2014, p. 2). La segunda se relaciona con la creación de espacios para el prestigio, la reputación e influencia.

Por su parte, Grüll (2016) afirma que la diplomacia digital puede verse como la utilización, por parte del Estado, de herramientas digitales para alcanzar sus fines de política exterior. Situación que no es nueva.

Y es que, siguiendo a Figueroa, al impulsar como Estado la diplomacia digital, se amplían las posibilidades de lograr mayor eficacia en el logro de

los objetivos nacionales relacionados con la política exterior, debido a que no se requiere demasiado presupuesto. Asimismo, porque permite que los “servicios exteriores de los Estados puedan comunicar aquellos elementos para poder impulsar su prestigio y presencia a nivel internacional” (2020, p.51-61).

6. Apuntes para una conceptualización de diplomacia digital

Se podría decir que la diplomacia digital es la versión 4.0 de la diplomacia histórica; aquella que vio la luz en el amanecer de la civilización. Como se dijo anteriormente, puede ponderarse que la diplomacia aceleró su adaptación a medida que la mundialización se acentuaba.

Así, es posible entrever una diplomacia que, si bien su centro sigue siendo la defensa de los intereses del Estado, tiene como eje fundamental de su gestión política y marca-país en el espacio virtual global a la negociación y la representación ante terceros Estados.

En esta visión de la diplomacia digitalizada, junto con el informe de gestión del diplomático, el Estado valorará el impacto y reputación de su política exterior registrada en las plataformas de comunicación globales y en la opinión pública internacional.

Siguiendo a Figueroa (2020), una auténtica estrategia institucional para promover la diplomacia digital empezaría por definir consensuadamente una estructura de soporte para crear capacidades propias en las unidades del Ministerio de Relaciones Exteriores y en las representaciones en el exterior para, de esta manera, gestionar mejor las relaciones internacionales en beneficio de la marca o imagen país. Esto incluye el manejo de información internacional de alto valor agregado, en línea con las directrices de gestión internacional del Estado.

7. El diplomático digital, un perfil

El terreno digital y sus herramientas de trabajo han dado a paso a nuevas formas de la labor diplomática. Por ejemplo, tan solo pensar en la cantidad de información y documentos digitales que el sistema de Naciones Unidas pone a disposición de la audiencia global, subraya la necesidad de impulsar la formación de otras capacidades; mejores habilidades de comunicación y procedimientos más efectivos para potenciar no solo el uso de las redes sociales, sino robustecer en el proceso la marca-país para llegar a más personas.

En ese sentido, orientar como Estado recursos para la preparación, la mejora del rendimiento en el diplomático y la formación del recurso humano en el uso de las aplicaciones móviles, las tecnologías y las herramientas digitales permitiría transformar los servicios consulares y concretar mejores oportunidades de acuerdos de cooperación estratégicos, relacionados con la movilización de tecnología y conocimiento entre Estados a largo plazo.

Recordando los casos de Dinamarca, Estados Unidos y Francia puede advertirse que los Estados reconocen en lo digital, y en la relación con las compañías globales de manejo del Internet, una opción de desarrollo. En ese propósito será importante formar nuevos cuadros de alto perfil técnico en manejo de tecnologías digitales de comunicación, tales como gestores en manejo de información, administradores de comunidad, y oficiales de relaciones públicas y comunitarias.

Los asuntos globales y la complejidad de las agendas oficiales políticas demandan de los funcionarios enfoques interdisciplinarios y soluciones eficientes. En este escenario, el diplomático es mayormente un facilitador y un gestor de iniciativas políticas y sociales.

8. Propuesta para un marco de trabajo en política exterior digital

Una política exterior impulsada por un Estado que advierte en las tecnologías digitales una herramienta organizacional y comunicacional poderosa para su gestión de desarrollo e inserción internacional debería tener las siguientes directrices de gestión:

- Transversalizar la estrategia de digitalización de la diplomacia y gobierno electrónico, en su conjunto, hacia toda la administración pública.
- Enfocar la estrategia hacia el cumplimiento efectivo de los derechos económico-sociales de los ciudadanos.
- La estrategia debería fortalecer o fomentar el uso de mecanismos eficientes para la organización y contar con la asignación sostenida de los recursos necesarios.
- Adoptar un marco ágil de estándares y reglamentación apropiada.
- Diseñar la estrategia apuntando especialmente al desarrollo de capacidades institucionales para:
 - a. Manejo eficiente de herramientas digitales de transporte y difusión de la política exterior.
 - b. Promover/ facilitar la participación de todos los segmentos de la población mediante la definición clara de roles y responsabilidades, así como asegurar que se cumplan todos los procesos formales.
- Reforzar las habilidades y capacidades digitales de los funcionarios, particularmente de las carteras de Relaciones Exteriores, y del sector público en general, hacia la gestión exitosa de proyectos sectoriales.
- Facilitar la colaboración y asociación con actores privados, no gubernamentales y territoriales (municipios, prefecturas, gremios de productores y artesanos, comunidades campesinas, academia),

apuntando a la constitución de un ecosistema robusto que soporte un gobierno digital con visión de cumplimiento de derechos y provisión de servicios.

9. Conclusiones

Dinamarca y Francia nombran embajadores virtuales que interactúan directamente con las cabezas de las multinacionales de la comunicación digital y se abren al escrutinio no solo de su población, sino a la del mundo.

Estados Unidos e Inglaterra establecen representaciones y oficinas diplomáticas en el ciberespacio, en las cuales las tecnologías digitales aportan con eficiencia y seguridad a la ejecución de la gestión diplomática del día a día.

En este escenario, el desafío para la gestión diplomática digital sudamericana es doble:

1. Consolidar el manejo eficaz de la política exterior con alto valor agregado mediante redes sociales (implica la gestión de un personal diplomático con destrezas técnicas comprobadas) promocionando la visión país, y apoyando la resolución de conflictos de carácter regional que impiden la vigencia plena de los derechos humanos, y la gobernanza democrática.
2. Orientar la gestión internacional del Estado a explotar el potencial de estos recursos comunicacionales digitales buscando la mejora sostenida de los servicios consulares, el fortalecimiento de las políticas de transparencia, y la interactividad con los grupos sociales.

Se debe diseñar, finalmente, una política exterior liviana y efectiva, es decir, mejorar la capacidad adaptativa de la política exterior para potenciar la comunicación virtual entre las representaciones diplomáticas logrando acuerdos específicos de cooperación en tecnología e industria sustentable.

En el caso de Latinoamérica, el desafío de la gestión de los medios digitales para y desde la diplomacia, debería dirigirse a robustecer la madurez institucional, promover la eficiencia y calidad en los servicios al público, fortalecer el enfoque de cumplimiento de los derechos económicos y sociales, concretar la cooperación internacional hacia: a) el desarrollo

humano sostenido e inclusión social, y b) apoyo al Estado en la reducción las brechas económicas e inserción comercial con acceso equitativo a los mercados internacionales.

NOTA

1. <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/diplomacia-digital/diplomacia-de-influencia-digital/>

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, Daniel et al, editores (2018): Diplomacia Pública Digital: El contexto iberoamericano, Instituto de Estudios Internacionales. Universidad de Chile. Escuela de Relaciones Internacionales. Universidad de Costa Rica. (pag. 41-42).

Bohórquez Leal José Rodolfo, Martínez Mujica Nerwis José, Ruiz Gómez Gladys Isabel, (2017): Diplomacia Virtual: Interrelación sin fronteras y su eficacia jurídica en Venezuela, En Revista Nuevo Derecho, 13 (21).

Cela, Julia R.; Parras-Parras, Alicia; y Romero-Vara, Laura (2019): " Uso de las redes sociales en diplomacia, política y relaciones internacionales". Análisis de la información publicada en las versiones online de dos periódicos españoles: El País y La Vanguardia". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 711-726.

Clinton, H. (2011): "Internet Rights and Wrongs: Choices and Challenges in a Networked World".

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2021): *Revista CEPAL*, N° 132 (LC/PUB.2021/4-P), Santiago.

Corneliu Bjola, & Marcus Holmes. (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. Taylor and Francis, Taylor & Francis Group, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>.

Díaz Triana, Renio (2014): "Las TICs y las relaciones internacionales: apuntes para la reflexión", En: *Revista de Estudios Estratégicos* no. 2. (julio-diciembre 2014). La Habana: CIPI, 2014.

Fazio Vengoa, Hugo(2006) "Globalización y relaciones internacionales en el entramado de un naciente tiempo global", *Análisis. Político*. vol.19 no.56 Bogotá Enero.

Grüll, Philip. (2020): Digital diplomacy: States go online. Artículo Junio en <https://www.euractiv.com/section/digital/news/digital-diplomacy-states-go-online/>.

Konikova, Ina, 2021 , Análisis Internacional, Economía y Desarrollo, Innovación y Tecnología, en <https://relacionateypunto.com/diplomacia-y-tecnologia/>.

Manfredi, Juan Luis (2014): El desafío de la diplomacia digital, Instituto Real Elcano, ARI, no. 15, marzo.

Manfredi Sánchez, Juan Luis (2014): “Taxonomía de la diplomacia digital en la agenda de las nuevas relaciones internacionales”, en *Historia y Comunicación Social* Vol. 19 (2014) 341-354, Universidad de Castilla la Mancha, España.

Manfredi Sánchez, JM, Herranz de la Casa JM, Calvo Rubio LM (2017): “Transparencia y diplomacia: nuevas demandas sociales y rutinas profesionales”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 832 a 848. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1195/45es.html>.

Manor, Ilan & Segev, Elad (2015): “AMERICA’S SELFIE, How the US portrays itself on its social media accounts”. *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, 89. <https://digdipblog.files.wordpress.com/2014/02/americas-selfie.pdf> [Última visita: 10 de julio de 2018].

Mcloory, Jonathan (2017): “The soft power 3.0, un ranking del poder blando global”, USC CENTER ON PUBLIC DIPLOMACY, Portland.

Ministerio para Europa y de Asuntos Exteriores, 2021, <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/diplomacia-digital/la-alianza-para-el-gobierno-abierto/>.

Nye, J, (2010): El poder blando y la política exterior americana, en *Soft Power*, New Hampshire, 2005, ps. IX-XIII y 127-147.

Snow, Nancy (2009): *Rethinking Public Diplomacy*, Routledge Handbook of public diplomacy, ps 3-11, Kyoto University of Foreign Studies.

Zhao Huang, Olivier Arifon, (2018): La diplomatie publique chinoise sur Twitter, la fabrique d’une polyphonie harmonieuse, *Hermès: Cognition, communication, politique*, No. 81 en *De la communication en diplomatie*, págs. 45-53.