

AUTOR / AUTHOR

**Elena Borau Boira**

*Universidad Complutense de Madrid  
Madrid (España)*

eborau@gmail.com

**Francisco García García**

*Universidad Complutense de Madrid  
Madrid (España)*

fghenche@gmail.com

**Alfredo Rodríguez Gómez**

*Universidad Camilo José Cela  
Madrid (España)*

agomez@ucjc.edu

INVESTIGACIÓN / INVESTIGATION

RECIBIDO / RECEIVED

19 de noviembre de 2012

ACEPTADO / ACCEPTED

15 de abril de 2013

PÁGINAS / PAGES

De la 75 a la 88

ISSN: 1885-365X

# La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano

The diplomacy of the present: Universe 2.0 on your hand

La diplomacia ha existido siempre a través de los tiempos y casi siempre de un modo tradicional. Sin embargo, los tiempos evolucionan y la comunicación, elemento esencial de la diplomacia, ha sufrido una auténtica revolución que implica un cambio de paradigmas en la sociedad y, como consecuencia, en las relaciones internacionales y en uno de sus principales sustentos: la diplomacia. A lo largo de este trabajo aportaremos las razones por la que la diplomacia y sus variantes deben adaptarse a las circunstancias para dar las soluciones a la relación entre Estados —la diplomacia en sentido puro— y con los ciudadanos de esos Estados —la diplomacia pública—. Esta adaptación ha pasado de la diplomacia tradicional a la diplomacia 2.0, pasando por la diplomacia multilateral y, por supuesto, por la diplomacia pública, conceptos todos ellos que contextualizaremos para determinar cómo los actuales Gobiernos se posicionan ante las redes sociales y hasta qué punto suponen una herramienta de ayuda o por lo contrario, se pueden convertir en un gran riesgo.

**PALABRAS CLAVE:** diplomacia tradicional, diplomacia multilateral, diplomacia pública, diplomacia 2.0, redes sociales, conflicto, relaciones internacionales.

Diplomacy has always existed throughout the ages and almost always in a traditional way. However, the World evolves continuously and communication, an essential element of diplomacy, has undergone a veritable revolution that implies a paradigm shift in the Society and, as a consequence, in International Relations and in one of their main supports: The Diplomacy. Throughout this work we shall provide the reader with the reasons why the diplomacy and its variants must update in order to adapt itself to the actual circumstances so to give solutions to the relationship between States —strictu sensu— and with the citizens of those States —the public diplomacy—. This update implies the travel from traditional diplomacy to an eDiplomacy, passing through multilateral diplomacy and, of course, by public diplomacy, concepts all them that we shall put in place to determining how the current Governments are positioned in regard to social media and to what extent those social media are a true aid or otherwise, they can become a great risk.

**KEY WORDS:** Traditional Diplomacy, Multilateral Diplomacy, Public Diplomacy, eDiplomacy, Social Media, Conflict, International Relations.

## 1. Introducción

En los últimos años estamos asistiendo a una impresionante transformación de la comunicación en todos los sentidos, en la que el ciudadano usa las redes sociales para denunciar lo que está viviendo en la calle, en donde muchos conflictos internacionales se han gestado a través de Internet o donde importantes filtraciones, como el famoso caso Wikileaks, han marcado un antes y un después en las relaciones internacionales y, por tanto, en la diplomacia actual. Hechos antes los que, evidentemente, los gobiernos se han posicionado, aunque como expondremos, no siempre de una forma acertada, motivando así el riesgo que supone la mala gestión de una potente herramienta como son las redes sociales.

La pregunta es: ¿está la diplomacia a la altura del nuevo paradigma de la comunicación?

Proponemos, por tanto, un estudio crítico del comportamiento de la diplomacia, en su más amplio sentido, en relación con el nuevo modelo de comunicación y el uso de las redes sociales en este campo, poniendo de relieve las ventajas y los inconvenientes que suponen para la diplomacia.

## 2. Objetivos

Con el presente trabajo perseguimos, esencialmente, alcanzar tres objetivos:

1. Observar el papel que han cumplido las redes en algunos de los conflictos internacionales más importantes.
2. Comprobar cómo los Gobiernos actuales se están posicionando frente a las redes sociales.
3. Determinar los riesgos que tienen las redes sociales para la acción diplomática de un Estado.

## 3. Metodología

Para realizar este trabajo observaremos la influencia de las redes sociales en la diplomacia a través de una oportuna revisión bibliográfica, tanto tradicional como en Internet, con el fin de aportar un planteamiento contrastado para el aprovechamiento eficaz de los recursos que ofrece la red 2.0. El método, por tanto, es descriptivo de la diplomacia tradicional, en el que atravesaremos las distintas fases que ha ido experimentando esta disciplina hasta llegar a la actualidad. Con el fin de conseguir unos resultados más reales, nos ilustraremos con casos actuales publicados en los medios de comunicación.

## 4. Marco teórico

### 4.1. De diplomacia tradicional a diplomacia multilateral

La primera organización en las relaciones diplomáticas se encuentra llena de carencias y se rige por normas ambiguas que no pueden aplicarse universalmente. El representante diplomático actuaba en nombre de su monarca absoluto, no de su país, quien le nombra-

ba personalmente. El Embajador contrataba, pagaba y él mismo cesaba a sus colaboradores. La función informativa y observadora del diplomático degeneraba, en ocasiones, en espionaje e intriga, apoyo a facciones favorables a sus gobiernos e incluso cierta corrupción. Además, cada país establecía sus propias normas en materia de privilegios, jerarquías o precedencias. La aparición del Renacimiento en Europa representó el momento más floreciente de la Edad Moderna. Su nacimiento, según Ochoa (1995:16) se sitúa en "Italia, lugar de origen de la nueva costumbre, se trasladó a los demás países europeos. El periodo en que se produce coincide con la segunda mitad del siglo XV y primeros tiempos del XVI".

Chavarrí (2004:65) coincide con esta teoría y establece el origen de la diplomacia permanente en Venecia a principios del siglo XVII: "Italia, marco geográfico de ricas repúblicas mercantiles, fue la cuna de esta nueva realidad política. Allí se inició la diplomacia moderna; fue Venecia su verdadero y particular lugar de nacimiento".

Al acabarse la Edad Media, el Estado moderno pudo haber prescindido de las embajadas y haberlas sustituido por otros medios de relación. No sólo fue así, sino que la diplomacia avanzó un importante paso en su evolución y aumentó de modo ingente en su aplicación, modos y resultados. La diplomacia *ocasional* pasó a ser *permanente*, de *itinerante* a *residente*. En eso consistió el inicio de la época de las embajadas permanentes y residentes, en que precisamente desde entonces la diplomacia vive todavía hoy.

La especial concepción de las relaciones internacionales en el Setecientos dio lugar a una actividad sin precedentes, tanto por el número de convenciones y negociaciones como por el perfeccionamiento de los mecanismos.

Con el estallido de la I Guerra Mundial, la antigua diplomacia desarrollada en el secreto de los gabinetes de los ministros cede a otra abierta y transparente. Promovida por el presidente estadounidense Thomas W. Wilson, principal impulsor de la Sociedad de Naciones, quien consideraba que la diplomacia debía desarrollarse de una manera franca y pública, los tratados internacionales se publicitan y registran. En ausencia del secretismo, las negociaciones conllevan el riesgo de verse endurecidas para satisfacer a la opinión pública, cayendo en demagógicas promesas de imposible realización.

A partir de 1945, con el fin de la II Guerra Mundial y el inicio de la guerra fría, aparece la estrategia de bloques que limita la acción política de las naciones europeas, dividiendo a los países en socialistas, demócratas occidentales y no comprometidos. Con la creación de las Naciones Unidas, se da el empuje oportuno y se dibuja el marco definitivo para sentar las bases de las nuevas relaciones entre Estados. En consecuencia, en 1955, las Naciones Unidas designan una Comisión formada por juristas mundiales especializados en Derecho Internacional Privado para redactar dos proyectos de convenios. El primero, terminado y aprobado el 18 de abril de 1961, adopta las normas pertinentes sobre relaciones diplomáticas; el segundo, finalizado y firmado el 24 de abril de 1963, dicta las normas hoy vigentes sobre relaciones consulares. Posteriormente, se constituyen multitud de organismos internacionales especializados que, a su vez, crean nuevas misiones diplomáticas. Además, la Asamblea General de Naciones Unidas convoca en Viena en 1959 una Conferencia de Plenipotenciarios que adopta en 1961 la Convención sobre relaciones diplomáticas codificando los privilegios e inmunidades diplomáticas y ratificando las clases de los jefes de Misión y la precedencia en virtud de la antigüedad en el cargo. 174 Estados firman esa Convención, a la que se adhiere España el 21 de noviembre de 1967.

La diplomacia va adquiriendo una creciente complejidad, se multiplican los actores y los foros, así como los temas de los que se ocupa, que exceden con mucho la mera relación política entre Estados para tratar asuntos mucho más variados en los cuales es necesaria la participación de expertos especializados en cuestiones concretas. Como bien apunta

Elizalde (1996:96): “todo esto hace que la diplomacia contemporánea se parezca bien poco a aquella que se limitaba a firmar tratados y resolver conflictos.”

El incremento del número de participantes en la diplomacia internacional supone, lógicamente, la amplificación de los contactos diplomáticos. Un factor fundamental que ha influido en la creación de nuevos modos diplomáticos han sido los adelantos científicos que han permitido la transformación de las comunicaciones. En la era del teléfono, del fax, del correo electrónico, de los aviones supersónicos, del módem, nada puede ser igual que en los viejos tiempos de los transportes terrestres o los barcos a vela, que tanto parecieron revolucionarse con la llegada del vapor o de las comunicaciones por cable, sin imaginarse siquiera lo mucho que iban a transformar el mundo y las relaciones entre sus habitantes los nuevos avances técnicos que estaban por llegar.

La nueva diplomacia se caracteriza por ser multilateral, es decir, los países deciden formar parte de grandes organismos internacionales buscando una mejora en la defensa de sus intereses, reforzando posiciones y adoptando objetivos comunes. Estamos de acuerdo con la puntualización de López (2006:30-31): “en el nuevo marco de las relaciones internacionales surge la que algunos autores han denominado *diplomacia técnica*, para definir la pérdida de peso del Ministerio de AA.EE, frente a otros departamentos ministeriales.”

Otra característica de esta nueva diplomacia es la proliferación de los intereses internacionales. Si a comienzos del siglo XIX las relaciones diplomáticas se limitaban a una serie de asuntos muy concretos, actualmente se negocian a nivel internacional multitud de materias: desde alianzas militares a cuestiones nucleares; desde el espacio exterior a los recursos marinos; desde la presentación y protección del medio ambiente a nivel mundial a la bioética y la biogenética; desde las normas sanitarias que deben respetar los alimentos a la unificación de nomenclaturas técnicas, etc. Se han ampliado también los cauces y los foros en los que se desarrollan las negociaciones. Las organizaciones internacionales, los organismos multilaterales, y las conferencias especializadas como medio de cooperación entre gobiernos, las acciones promovidas por organizaciones no gubernamentales, restringen y cambian las antiguas funciones de los diplomáticos.

Hoy en día, la diversidad que preside hoy la vida de la sociedad y de las Instituciones rompe totalmente los viejos esquemas de relación y trato humano y de acuerdo con Villarrubias (2010:36): “se han derrumbado fronteras, se entremezclan públicos, lenguas, folclore, pero, ojo, la Sociedad exige imperiosamente, desde todos los puntos geográficos y doctrinas político-económicas, su ordenamiento e identidad”.

## 4.2. De la diplomacia tradicional a la *diplomacia en 140 caracteres*

¿Cuándo se ha producido el salto? O, mejor, ¿se ha producido?

Evidentemente, hablar de diplomacia es generalizar. Es notorio que algunos países van a la vanguardia de la *ciberdiplomacia* y nos muestran el camino que hay que seguir... y el que no. Pero para dar contestación a estas preguntas es preciso ir por partes.

Podríamos entender la *eDiplomacia* o *ciberdiplomacia* como el uso de la web y las tecnologías de la información y las comunicaciones como ayuda para alcanzar los objetivos diplomáticos.

Las redes sociales han revolucionado el mundo de las comunicaciones y, puesto que en cierto modo la diplomacia se basa en el uso de la comunicación y el diálogo como instrumento para la negociación, el intercambio de ideas y la acción exterior, la aparición hace unos años y el auge de las redes sociales de todo tipo supone un reto que deben afrontar

los actores de la diplomacia de los Estados.

La cuestión es de qué manera y dar respuesta a preguntas tan sencillas pero de crucial importancia como dónde estar, cómo estar y para qué estar.

No nos cabe ninguna duda de que esta *eDiplomacia* o, como nos gusta llamarla en el plano coloquial, la diplomacia “en 140 caracteres”, no sustituirá en ningún modo a la acción tradicional, como la televisión, la radio o la propia web 1.0 no fueron sustitutos de nada sino más bien complementos. Pero tampoco nos cabe duda de que el avance de las tecnologías supone un punto de inflexión en la forma de relacionarse los Estados con los ciudadanos, los Estados entre sí y los ciudadanos con los ciudadanos, sin importar los lindes fronterizos.

El universo 2.0 y el avance de la microinformática constituyen una revolución que nos hace tener el mundo no ya en nuestros maletines, sino en nuestros bolsillos. La información fluye de ellos sin apenas darnos cuenta de lo que este hecho supone. Pues bien, la diplomacia tradicional también ha sufrido, y lo hará aún más, las consecuencias de este cambio. Para bien o para mejor, nunca para mal.

Las relaciones internacionales no son una excepción en los cambios que se han producido en el mundo por causa de la llamada sociedad del conocimiento. La evolución tecnológica sufrida desde finales del siglo pasado hasta nuestros días ha supuesto nuevos paradigmas en muchas materias. La generalización del uso de Internet ya supuso un cambio sustancial que posibilitó la globalización; es decir, la desaparición de ciertas barreras fronterizas a favor de un trasvase de información no encorsetado por límites tangibles. De alguna forma y en determinadas áreas, la *eDiplomacia* está cambiando la forma de comportarse de los Estados<sup>1</sup>.

Casi sin darnos cuenta, esa misma tecnología que en la última década del siglo pasado nos ofrecía la posibilidad de acceder a la información sin límites, evolucionaba poco a poco hacia un nuevo universo social: el conocido como 2.0, sinónimo de un nuevo modelo de comunicación en la que se acaba con la monodireccionalidad de los canales de comunicación para alcanzar metas de bidireccionalidad, interacción y participación inmediata incluso en las acciones de gobernanza.

La comunicación, en un momento dado, una de las herramientas más necesarias en diplomacia, deja de ser de una sola dirección para convertirse en algo al alcance de cualquier ciudadano. Y no sólo ello sino que esa evolución, constante, se convierte casi en revolución y nos permite llegar a cualquier lugar del mundo en un instante con herramientas que llevamos en los bolsillos.

Pues bien, si la comunicación ejercía hasta hace poco un papel esencial en la diplomacia, la apertura de esta función del Estado a nuevas actividades la convierte en una necesidad esencial.

A riesgo de que nos tilden de exagerados, casi podríamos decir que la primera red social instalada en el entorno de las relaciones internacionales sólo unía a dos personas: los máximos dirigentes de EE UU y la URSS; nos referimos al famoso teléfono rojo, o línea permanente —línea caliente— entre Washington y Moscú, en los años 60 del pasado siglo en plena Guerra Fría. A partir de ese hecho tecnológico, la diplomacia y las comunicaciones han sufrido un enorme avance.

Sin embargo, y aunque con tal necesidad de comunicación uno pueda pensar que esta disciplina fue de las primeras en adoptar los avances que la revolución tecnológica ha puesto a nuestro alcance, no fue así. De hecho, no es así, al menos en lo que a España se refiere.

De hecho, si nos quedamos en nuestro país y analizamos el uso que de estas redes da nuestra “Cancillería” y las embajadas, nos daremos cuenta de que el camino que queda por recorrer en este ámbito es abismal en comparación con el resto de la sociedad a la que sirven.

Pero el hecho es que la tecnología esta ahí, al alcance de la mano. En una era en la que compartir información sólo requiere una conexión a Internet y las debidas precauciones para que se cumpla el viejo principio de la seguridad de la información de “*necesidad de conocer*”<sup>2</sup>, la diplomacia en términos generales aún necesita andar un camino más o menos largo en función de país para sacar provecho de las ventajas de un mundo más pequeño y con menos distancias; es decir, a un “clic”.

Quizá, como apunta Smith (1997:3)<sup>3</sup>, al hablar de los retos de la diplomacia virtual en la Conferencia sobre este asunto celebrada en abril del mencionado año por el United States Institute of Peace, el problema sea definir tal modelo de diplomacia. Él se atreve a hacerlo como “en el nivel más básico, el uso de las tecnologías de la información para ayudar a realizar las actividades de relaciones internacionales”<sup>4</sup>.

Se podrían encuadrar estas acciones en lo que Nye (1991), dio en llamar en su trabajo el *soft power*<sup>5</sup> y, sin duda, pueden basarse en la proyección de la identidad de las naciones a través de las redes sociales e Internet.

Hasta hace relativamente poco, la diplomacia tradicional se ejercía en el campo casi exclusivo de las relaciones entre Estados y con organismos internacionales y supranacionales. Hoy, el contexto en el que se desenvuelve es claramente diferente, dejando esa tradicional diplomacia en tan sólo uno de los campos de actuación y planteándose acciones en el exterior más allá de las simples relaciones para alcanzar a la opinión pública y publicada internacionales.

La diplomacia tradicional encuentra abiertas, de ese modo, nuevas perspectivas en los campos de la acción cultural, en los ámbitos de la diplomacia pública, económica, social e, incluso, deportiva, de modo que no solo se dirige al Estado u organismo ante el que nos representa, sino que amplía y hace más complejas sus misiones para emplear cualquier instrumento legítimo siempre que sea de utilidad. Y esas misiones no son otras que la promoción exterior de la identidad nacional, de los intereses nacionales, de las empresas, del turismo, de la cultura y el arte, y de un largo catálogo de características que identifican nuestras coordenadas nacionales.

Por tanto, resulta evidente que nos adentramos en el terreno de unas relaciones internacionales que van más allá de lo meramente oficial. Y para ello, este universo 2.0, o de las redes sociales, pone al alcance de los ministerios de asuntos exteriores de las naciones herramientas que deben aprovecharse por su carácter socializador y globalizador, y por su bidireccionalidad y capacidad, por tanto, de realimentación.

La política exterior moderna no se circunscribe ya al ámbito oficial; las instituciones privadas e incluso los individuos pueden servir de cauce en esa política y se han convertido en actores del juego diplomático.

Los recientes casos de expropiaciones en el eje chavista, en Argentina y Bolivia, son un buen ejemplo. Por una parte, dos empresas de raíz española son expropiadas por los gobiernos de esos países y desencadenan una respuesta nacional y de la Comunidad Internacional, convirtiendo a esas empresas en objeto de acciones de relaciones internacionales. Pero, además, del intercambio de mensajes y acciones entre actores oficiales en las diferentes coordenadas que han formado parte del conflicto, se ha producido otro más social: en las redes y entre personas que expresaban su opinión a favor y en contra en todo el mundo. Es decir, la opinión pública ha intervenido de forma directa en un conflicto que, a priori, lo era entre dos Estados y dos empresas, en un claro ejemplo de globalización de los mensajes y las consecuencias de los actos en territorios específicos y de la ampliación al terreno de lo comercial y lo privado de las acciones en materia diplomática.

Este terreno es lo que, como hemos comentado, Nye (1991) llama “poder blando”, si bien a veces se revela más duro que la coacción o, casi, que la acción armada. Seguro,

con mejores resultados a la larga.

Entre los nuevos actores de la diplomacia hay un gran abanico que va desde las empresas hasta individuos, como deportistas, investigadores, artistas, arquitectos o cineastas, pasando por ONG, líderes de opinión, cooperantes, órdenes y misiones religiosas, etc., todos ellos, conscientes o no, implicados en la promoción exterior.

Se trata, por tanto, tal y como apunta Dyso (1998), de una sociedad global interconectada mediante comunidades virtuales y redes que no entienden de fronteras. Por tanto, al Estado se le plantea la necesidad de decidir si “avanzar de la mano con estos nuevos actores o entrar en conflicto con ellos”. Rubio (2012:33).

La cuestión es que, al igual que hoy vivimos la red Internet de las personas como elemento esencial de las redes sociales, también —tal vez por ello— vivimos cada día más en lo que Rubio llama la “diplomacia de las personas”; es decir, la diplomacia de los individuos que, como tales, intervienen en el plano internacional dentro de una sociedad en red, o de una red social global, que permite la participación del ciudadano en la gobernanza de los Estados y sus relaciones internacionales.

Así, la diplomacia se enfrenta a unos retos nuevos como consecuencia de la revolución de las comunicaciones. Nuevos horizontes, nuevos actores, nuevos instrumentos y nuevas funciones. Todo ello exige la adaptación de ciertas estructuras a los nuevos paradigmas.

Y dentro de esos paradigmas de reciente aparición se sitúa una también nueva —o no tanto— fuente de poder; lo que generalmente se conoce como prestigio y que, en términos de redes sociales hoy se llama reputación en Internet (reputación “on line” si queremos utilizar el término anglosajón). La reputación, es decir, en el terreno que nos ocupa, el prestigio de los Estados, o lo que en terminología al uso se llamaría “marca país”, es otra de las preocupaciones de la diplomacia, convertida en pública, de nuestros días, amén de incluir a otros actores nacionales.

El nombre, el prestigio, es un intangible de los Estados que supone una ventaja competitiva, como si de un producto se tratara, con respecto a los demás. Para muestra, baste observar cómo la Alemania de la rigidez presupuestaria obtiene beneficios de su reputación económica comprando dinero bajo porcentajes ridículos, a veces negativos, frente a las economías menos favorecidas —eufemismo de desastrosas a día de hoy— como la española.

Por tanto, las estrategias de comunicación también son de vital importancia. De hecho, cuando el actual Gobierno español llegó al poder, a finales del pasado 2011, una de sus principales preocupaciones económicas estaban en el campo de las relaciones internacionales y de la comunicación: trasladar —comunicar— a los actores internacionales su firme propósito de embridar el enorme déficit de nuestro país.

Se trata, como vemos, de una diplomacia de carácter diferenciado: la que hemos dado en llamar *eDiplomacia*, diplomacia 2.0 o, si se nos permite la alusión, la “diplomacia en 140 caracteres”, si hacemos un símil con una de las redes de más calado en la actualidad: Twitter.

Pero antes de analizar más en profundidad el uso “diplomático” de las redes sociales, veamos cómo se han empleado en asuntos menos diplomáticos relacionados con la esfera internacional.

#### 4.4. Conflictos internacionales y redes sociales.

Que las redes sociales “son un arma cargada de futuro”, parafraseando a Gabriel Celaya<sup>6</sup> es un hecho. Para muestra, la llamada “Primavera Árabe” que ha sido, para muchos, la consagración de las redes sociales y del papel de Internet como instrumento de movili-

ción y de difusión de información.

Hablando de redes sociales, y por aportar algunos datos, cabe decir que más de 250 millones de usuarios se unieron a Facebook en 2010. Al final del año, esta red social contaba con cerca de 800 millones de usuarios a finales de 2011, y 200 millones de personas estaban registrados en Twitter en noviembre de 2010, es decir, el doble que dos años antes.

A día de hoy, las redes sectoriales o de nicho, es decir, las dedicadas a unir entre sí a personas de todo el mundo con gustos, objetivos o intereses comunes, están a la orden del día.

Pero centrándonos en los usos “no diplomáticos”, la ONG *Reporteros sin fronteras* ha sido una de las organizaciones de referencia en los conflictos recientes<sup>7</sup>:

Los medios de comunicación occidentales elogiaron Internet y su papel “libertador” durante la revolución iraní de 2009. Según *The New York Times*, los manifestantes “disparaban tweets” frente a las balas. Los movimientos “online” se combinaron con las manifestaciones “fuera de línea”, precipitando la caída de los dictadores. Las revoluciones tunecina y egipcia revelaron ser, ante todo, revoluciones humanas, impulsadas por Internet y las redes sociales. Pese a la censura, todos podían seguir los acontecimientos en directo. Los llamados a manifestarse en la Web se propagaron en otros países: Egipto, Libia, Yemen, Bahrein, Omán, Siria, Irak, Marruecos, incluso en China y Vietnam, entre otros.

El llamado *Caso Wikileaks* ha sido otro en el que las redes sociales han cobrado una relevancia fundamental, que para muchos representa la estocada final del proceso de declinación de la diplomacia tradicional. Ischinger (2010) se preguntaba al respecto en *International Herald Tribune*:

¿El fin de la diplomacia clásica? Por lo menos, una amenaza grave. A partir de ahora, será más difícil construir y reforzar relaciones internacionales. (...) La confianza es el bien más preciado en la diplomacia. Esa es la razón por la que la continúa publicación por parte de Wikileaks de cientos de miles de telegramas diplomáticos estadounidenses pone en peligro a toda la especie. Hace peligrar el negocio de la diplomacia.

En otros tiempos, la prensa intentaba comprender lo que se tramaba en secreto en las embajadas. Hoy, son las embajadas las que piden informaciones confidenciales a la prensa. El verdadero problema es gestionar una avalancha de datos que desborda a quien tiene que tomar decisiones. Cuarenta años atrás los informes de los diplomáticos de EE.UU eran el único medio fiable que Washington tenía para entender lo que estaba sucediendo en el mundo. Hoy en día, según datos del propio departamento de Estado, los diplomáticos estadounidenses inundan Washington con 22,5 millones de cables y 1500 millones de mensajes de correo electrónico al año. No hay organización que pueda lidiar con eso.

Otro conflicto de impacto internacional es el saharauí, que en 2010 vivió sus mayores protestas y del que la prensa española se hizo eco de forma constante. Uno de los cientos de periodistas que escribieron sobre el tema fue la periodista De la Vega (2012)<sup>8</sup>:

El reino alauí impidió el lunes que un grupo de corresponsales viajara al Sáhara Occidental, pero el apagón no alcanzó a los teléfonos móviles y a Internet, que se convirtieron en las principales armas con las que gritar al mundo lo que allí ocurría. Las redacciones de los medios de comunicación se llenaron de vídeos y fotos de lo que estaba ocurriendo. Y no eran periodistas los que lo contaban.

En este mismo año fuimos espectadores, gracias a las redes sociales, del fatídico te-

rramoto en Haití, en el que, ante la falta de medios y de disponibilidad de teléfonos fijos y móviles, Twitter y Facebook se convirtieron en el modo más directo para pedir ayuda u ofrecerla desde cualquier lugar del mundo. En el 2011 tuvo lugar el terremoto de Fukushima y la consecuente crisis nuclear que nos mantuvo en vilo durante meses y cuyas devastadoras imágenes, grabadas por los móviles de los ciudadanos japoneses, todavía permanecen en nuestras retinas.

No es nuestro objetivo seguir citando conflictos internacionales o catástrofes mundiales; lo que pretendemos en este epígrafe es poner de relieve el verdadero papel de las redes sociales a través de una serie de casos en los que han jugado un papel determinante o que, sin su uso, ni siquiera hubieran tenido lugar, al menos de la forma en que se han desarrollado. Por tanto, los ejemplos anteriores son sólo una muestra de la relevancia y del papel creciente que, como herramientas o instrumentos en política exterior e interior de los países, juegan las redes sociales en nuestras vidas “oficiales”.

#### 4.5. Gobiernos y redes sociales

Estamos de acuerdo con la secretaria de Estado de Estados Unidos, Hillary Clinton, cuya afirmación recoge la versión digital del programa “Miradas al Exterior” (RNE Radio 5, 2012) de RTVE:

Nos hayamos ante un hecho demográfico fundamental, la mitad de la humanidad tiene menos de 30 años: “Tenemos que hablar como ellos hablan y de lo que ellos hablan, tienen que ver que nuestro gobierno está compuesto por seres humanos, personas que opinan como ellos, para este fin la única alternativa son las redes sociales. Varios analistas creen que algunos de los sucesos más importantes ocurridos en el mundo han estado potenciados por las nuevas tecnologías de la información. Gobiernos como el de Estados Unidos o el de Gran Bretaña han apostado por utilizar las redes sociales como otro instrumento más.

El Departamento de Estado de EE.UU ahora “postea” —en el argot al uso—, es decir, publica sistemáticamente información relevante sobre las actividades del Departamento o de la secretaria de Estado Hillary R. Clinton por medios como Twitter y Facebook, y ha lanzado un sitio para redes sociales en su página de Internet. Eso sin mencionar la serie de Blogs que han abierto para iniciar un diálogo directo con los usuarios así como un canal en YouTube y un sitio en Flickr en donde se encuentran videos y fotos, respectivamente, de las actividades cotidianas de la Secretaria de Estado.

Con respecto a Europa, la página web de la agencia de información Europa Press (EP Social, 2012)<sup>9</sup> recoge:

El 70% de las casas reales de Europa cuentan con perfil en alguna red social. La Casa Real británica supera los 500.000 seguidores en Facebook, suma más de 300.000 en Twitter y su canal oficial de YouTube ya ha superado los 36 millones de reproducciones con 468 vídeos subidos lo que denota una apuesta firme y estratégica por las redes sociales como forma de ganar transparencia, credibilidad y reputación. Les siguen la Casa Real noruega y el Principado de Mónaco. En el lado opuesto están la Casa Real española, la danesa o la belga, que aún no utilizan las redes sociales para comunicarse con los ciudadanos.

En el caso español, la Casa de SM el Rey tiene una página web, pero no aparece ninguna referencia a redes sociales ni ninguna indicación de que se puedan seguir sus



actividades por estas redes. No obstante, y aunque no aparezca publicitado en ningún sitio, sí tiene una cuenta en Twitter; con esta política de no ofrecer un enlace a su cuenta de Twitter, contraviene una de las normas más elementales de las redes sociales: darse a conocer.

Por otra parte, siguiendo con la Casa del Rey, si bien la web se actualiza con las actividades de los miembros principales de la Familia Real, no es un lugar interactivo en el que los ciudadanos puedan dejar sus comentarios o resolver sus dudas.

Esta política de estar a medias, que no es ajena a otras muchas instituciones en España y, desde luego, mucho menos a las relacionadas con la política exterior: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio de Defensa, etc., es probablemente, consecuencia no tanto del acto en sí de comunicar como de la bidireccionalidad de esa comunicación que, sin duda, entraña riesgos que es necesario conocer. A ellos nos referiremos inmediatamente.

#### 4.6. Riesgos de las redes sociales para la diplomacia

Ha habido críticas al propio uso de las redes con fines políticos precisamente por la carga ideológica que su propio diseño y sus aplicaciones —por ejemplo ciertos buscadores— llevaría aparejados así como por su falta de legitimidad democrática. Las voces críticas respecto a esta tendencia en el uso de las redes sociales para los fines de la diplomacia pública también destacan sus limitaciones. A esto habría que sumarle el poder generador de ruido y rumores que tiene la propia red, un potencial que puede utilizarse para los fines propios de la comunicación persuasiva. Por lo tanto, estamos de acuerdo con Ruiz (2010:298) cuando afirma: “he aquí una de las limitaciones que la diplomacia pública debe afrontar: las redes sociales —y en general el propio funcionamiento de la Red 2.0— es difícilmente compatible con las organizaciones jerarquizadas y centralizadas”.

Existen otras teorías que ponen en duda el papel de Internet como herramienta de democratización. Morozov (2011:99) argumenta: “es verdad que Internet es utilizada por los disidentes, pero también por las autoridades para difundir la propaganda oficial y reforzar la vigilancia y el control de la población”. Y estamos de acuerdo con él porque, aunque las redes sociales han facilitado una serie de circunstancias impensables hace unos años, e indudablemente son muchas ventajas las que nos ofrecen a día de hoy, tenemos que tener en cuenta que conllevan riesgos inertes a su propio uso.

Un buen ejemplo es el “periodismo ciudadano”, que ha llevado a los que ensalzan las excelencias y las virtudes de la Red a suponer que todos aquellos que intervienen en el proceso comunicativo de este medio electrónico deben ser considerados periodistas. Conflictos como el saharauí o catástrofes como el terremoto de Haití o el de Japón son buenísimos ejemplos de cómo la presencia activa de las redes sociales y su uso por el ciudadano de “a pie” han sido fundamentales para que el resto del mundo los viviéramos casi “en directo”, acercándonos más al conflicto y a sus víctimas. Pero, desde nuestro punto de vista, el mero hecho de convertirse en agentes activos capaces de difundir información a un número considerable de público, no es suficiente para equiparar dicha actividad con la que llevan a cabo los profesionales de la información periodística.

La gran ventaja o desventaja de todas estas herramientas es que son públicas y gratuitas. Por ello, un gobierno no debe tener un canal en Twitter por el simple hecho de tenerlo. Todos podemos tener nuestros canales individuales de comunicación y hacerlos tan robustos o complejos como queramos. Esto ha derivado en una avalancha de información; la gran mayoría ociosa. Nos unimos, por tanto, a la reflexión que aporta el blog

Diplomacia Pública 2.0 (2009) <sup>10</sup>:

Un gobierno o cualquier organización deben tener claro el objetivo que quiere alcanzar al utilizar estas herramientas. El potencial de las nuevas tecnologías para la diplomacia pública 2.0 es impresionante. Sin embargo, para aprovecharlo al máximo se debe tener claridad en qué queremos hacer en ellos.

Incluso iríamos más allá y es que, sino se tienen bien claros los objetivos a conseguir por la institución, esta poderosa herramienta puede volverse en su contra. Muchos son los ejemplos en los que una gran cita diplomática, en la que se han llevado a cabo acuerdos importantes para la economía de un país, se ha visto reducida a la pura anécdota, llegando a vapulear de manera exponencial la verdadera razón de ser de la diplomacia, como por ejemplo, el tan repetido “¿Por qué no te callas?” que el rey Juan Carlos le espetó a Chávez en la Cumbre Iberoamericana de 2007.

Este modelo de diplomacia, como todo en redes sociales, tiene sin duda muchas ventajas. Una de ellas, significativa en tiempos de crisis: la económica. Las redes sociales conforman un campo de trabajo más asequible que las grandes campañas publicitarias tradicionales, por ejemplo. En el universo del marketing digital, las acciones resultan más económicas y, si están bien planteadas, de más alcance. Sin embargo, tienen riesgos que deben conocerse antes de elaborar una estrategia.

Esos riesgos son los inherentes a las redes sociales, y no ya por tener presencia voluntaria en ellos o no, sino por la propia existencia de estas redes. Como en cualquier otro aspecto, de una nación, de un país, se habla en Internet incluso aunque no tenga presencia voluntaria en los foros y universos sociales. Por tanto, la cuestión esencial es establecer un plan estratégico de diplomacia 2.0 que gestione todos los aspectos inherentes a la presencia en las redes, porque una de las bases de las relaciones internacionales es el prestigio, hoy conocido como reputación en terminología al uso en el mundo de la *ciberpresencia*. Sin prestigio, sin reputación internacional, un país pierde sus armas para relacionarse con la Comunidad Internacional.

A modo de ejemplo, baste fijarse en la peronista Argentina de hoy o en la bolivariana Bolivia, que ganan adeptos internos con estrategias populistas de expropiación pero ponen en peligro, no ahora sino desde hace mucho, su reputación —su prestigio— ante la Comunidad Internacional con sus estrategias de expropiación de empresas privadas. Puede ser una buena estrategia a corto plazo, o como dicen los políticos, de legislatura, pero no lo es tanto a medio y largo plazo porque, sin duda ponen a sus países en coordenadas diferentes a las de los demás países desarrollados y democráticos que respetan el juego del derecho internacional público.

Por tanto, para que lo 2.0 contribuya a la imagen de marca, a la marca país, es necesario realizar una gestión coordinada no sólo en el campo de lo real, sino también en el de lo virtual. Es decir, es necesaria una gestión de la reputación —usamos ya sólo la terminología cibernética para adaptarnos al medio— tanto como se hace en el mundo desconectado.

Todo ello nos indica que los Estados no pueden quedar ajenos a este proceso evolutivo. Y en esas estructuras estatales se incluye tanto la agenda interior como la exterior porque, lo queramos o no, los demás actores, los no estatales, de la política exterior, ya hace tiempo que se dieron cuenta de que, para sus fines, que interconectan con los del Estado en muchos casos, no quedaba más remedio que estar allí donde lo hagan sus públicos objetivo y, desde luego, ese lugar es un mundo conocido como “redes sociales”. De nicho o generales, redes sociales o comunidades virtuales, de ocio o profesionales, verticales u horizontales, no podemos apartar la vista de ellas.

La razón es obvia: en ellas están los que también son públicos objetivo de la nueva diplomacia; desde gobernantes de todos los países hasta ciudadanos de a pie, todos son consumidores potenciales de los productos que, en definitiva, llevan el sello de una marca país: turismo, folclore, arte, cine, deportes, bienes de consumo, servicios y, en definitiva, todo aquello que podamos imaginar. Incluso, bonos del Estado.

Los individuos adquirimos aquello que conocemos o lo que, sin conocer, lleva el sello de una marca que reconocemos como reputada. Sin pretender banalizar el concepto, pero sí llevándolo al terreno real, consumimos relaciones internacionales, productos y bienes de consumo o intangibles de los países de los que tenemos una imagen adecuada.

## 5. Conclusiones

Determinada la pertinencia de estar, y sabedores de los riesgos que entraña, es preciso saber desde dónde tiene que empezar esa mencionada *eDiplomacia* y, también de forma esencial, cómo: cómo empezar en las redes y cómo seguir en ellas. Y, además, saber cómo monitorizar esa presencia: ¿qué se dice de nuestra marca país, cómo se dice, dónde se dice y quién lo dice?

Un papel clave de los ministerios de relaciones o asuntos exteriores, y de los diplomáticos en general, debe ser el del análisis político de largo plazo, algo que aún no han logrado asumir de forma evidente; en gran parte porque esa función se ha visto desplazada por efecto de una variedad de intrascendentes demandas administrativas. Las embajadas tienden a dedicar demasiado tiempo a las cuestiones administrativas y a hablar con otros diplomáticos. Además, la estructura jerárquica y rígida de las Cancillerías desalienta el pensamiento creativo y la innovación. Por ello, estamos totalmente de acuerdo con Rior dan (2005:2) cuando apunta: “a comienzos del siglo XXI, todas estas cosas que se daban por supuestas se han venido o se están viniendo abajo. Y sin embargo es extraordinario lo poco que han cambiado las estructuras de la maquinaria de la política exterior y los servicios diplomáticos”.


Cuando menos, están dispuestos, en muchos casos, a asumir que determinadas funciones se realizan mejor con la ayuda de la tecnología. La cuestión es que, si se analizan los principales actores de la política exterior en nuestro país, nos damos cuenta de que aún falta un largo camino por recorrer. La diplomacia moderna debe basarse en estrategias activas de comunicación; los gobiernos deben estar allí donde están los ciudadanos, hablar su mismo idioma y de los temas que hablan ellos. Si para hacerlo tienen que redoblar esfuerzos, deberán analizar cómo y ponerlo en práctica.

No vale tener cuentas en redes sociales como aficionados; la gestión debe ser profesional y realizada por profesionales. La actual evolución de Internet ha abierto un campo de acción nuevo de los Estados con otros Estados y, sobre todo, con los ciudadanos de esos Estados y los gobiernos no pueden desaprovechar la oportunidad de salir a os escenarios en donde vive hoy la sociedad en general.

Sin embargo, si nos ceñimos a España, y a la vista de cómo se desenvuelve la diplomacia de nuestro país en esta *materia*<sup>11</sup>, auguramos un largo camino de adaptación cuando quieran, por fin, estar en el sitio en donde países como Estados Unidos, el Reino Unido por poner ejemplo de dos países que nos llevan la delantera, o Australia que también ha sabido acelerar el paso en este campo.

Como hemos visto, para la diplomacia, es decir, para la acción exterior de un país en el ciberespacio, deben aplicarse las mismas reglas que para cualquier empresa o individuo: Escuchar, conversar, aportar valor, planificar una estrategia y monitorizar. La

principal cuestión es averiguar qué se dice en las redes de la marca país y de las otras del entorno, cómo es la evolución de las acciones y la imagen de la marca país y, en consecuencia, qué ajustes deben realizarse son algunos de los elementos esenciales de la monitorización de las redes para conocer de forma fiable si las estrategias cumplen o no los objetivos marcados.

Somos conscientes de que hay servicios exteriores que están analizando la teoría antes de ir a la práctica, y es loable, pero el mensaje es muy evidente: la *eDiplomacia* ha llegado. La única elección posible es poner manos a la obra y aprovechar las oportunidades y las ventajas que conlleva, o ser un sujeto pasivo de las relaciones internacionales del futuro y quedar marginado por esta revolución tecnológica. 

## Notas al pie

<sup>1</sup> Lowy Institute for International Policy (2012:1). Este documento aporta una interesante revisión de la diplomacia electrónica desde el punto de vista de Australia.

<sup>2</sup> Sólo tiene la información quien la necesita.

<sup>3</sup> En aquél momento, viceministro de Asuntos Exteriores de Canadá.

<sup>4</sup> Traducción libre de los autores.

<sup>5</sup> Poder blando, como origen de un nuevo modelo de diplomacia: la diplomacia pública.

<sup>6</sup> Celaya: “La poesía es un arma cargada de futuro”.

<sup>7</sup> Reporteros sin Fronteras: <http://www.rsf-es.org/grandes-citas/dia-contra-censura-en-internet/a2011-dia-mundial-contra-la-censura-en-internet/frente-a-la-censura-solidaridad-en-la-red/> [Consultado: 11-04-12]

<sup>8</sup> ABC.es: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2010/11/10/029.html> [Consultado: 12-10-12]

<sup>9</sup> Europa Press.es: <http://www.europapress.es/epsocial/noticia-70-casas-reales-europa-cuentan-perfil-alguna-red-social20120423112926.html>>

<sup>10</sup> Un blog desactualizado pero con consideraciones interesantes en las publicaciones realizadas hasta el 16 de julio de 2009.

<sup>11</sup> Véase el ARI 92/2012 del Real Instituto Elcano sobre la influencia del Servicio Europeo de Acción Exterior en la diplomacia de nuestro país.

# La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano

Elena Borau Boira, Francisco García García  
y Alfredo Rodríguez Gómez

## Bibliografía / Bibliography

---

- CASTELS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CERVIÑO, J., y RIVERA, J. "La globalización de las marcas españolas: liderazgo y notoriedad internacional". *Información Comercial Española. La internacionalización de la empresa española*, 2007, nº 839, pp. 121-140.
- CHAVARRI, T. *Protocolo internacional. Tratado de ceremonial diplomático*. Madrid: Ediciones Protocolo, 2004.
- CIBERDIPLOMACIA.COM: *¿Tuitear o no tuitear? ¿Es ese realmente el dilema?* [en línea]. [Consulta: 5 abril 2012]. <<http://ciberdiplomacia.blogspot.com.es/>>
- DE LA VEGA, L. "Asalto en Internet" [en línea]. *ABC*. Noviembre 10, 2012. [Consulta: 15 noviembre 2012]. <<http://www.abc.es/20101110/internacional/asalto-internet-20101110.html>>
- EP SOCIAL. "El 70% de las Casas Reales de Europa cuentan con perfil en alguna red social" [en línea]. *Europa Press*. Abril 23, 2012. [Consultado: 13 octubre 2012]. <<http://www.europapress.es/epsocial/noticia-70-casas-reales-europa-cuentan-perfil-alguna-red-social20120423112926.html>>
- GOYTISOLO, J., y FIBLA, C. "De la primavera al otoño árabe" [en línea]. *El País*. Enero 22, 2012. [Consultado: 13 octubre 2012]. <[http://elpais.com/diario/2012/01/22/eps/1327217214\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2012/01/22/eps/1327217214_850215.html)>
- HANSON, F. (2012). *Revolution @State: The Spread of Ediplomacy*. Lowy Institute for International Policy. Lowy Institute.
- HARFOUSH, R. *Yes, we did. Cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales*. Barcelona: Gestión 2000, 2010.
- ISCHINGER, W. "¿El fin de la diplomacia clásica?". *ABC*. Diciembre 8, 2010, p. 29.
- LAPORTE, T. "La diplomacia pública americana: lecciones para una comunicación internacional". *Comunicación y Sociedad*. 2007, vol. XX, nº 2, pp. 23-59.
- LÓPEZ CABALLERO, B. *La diplomacia y su protocolo*. Madrid: Ediciones Protocolo, 2006.
- MANFREDI, J. L. *Política exterior y transparencia informativa. Documento de trabajo 8/2007*. Fundación Alternativas. 2007.
- MOZOROV, E. *The Net Delusion*. Washington: Public Affairs, 2011.
- NOYA, J. *Diplomacia pública para el siglo XXI*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A., 2007.
- NYE, J. *Bound To Lead: The Changing Nature Of American Power*. Nueva York: Basic Books, 1991.
- OCHOA, M. *Historia de la diplomacia española (Vol. IV)*. Madrid: MAEC, 1995.
- PÉREZ-GRUESO, E. *Diplomacia y diplomáticos en el estudio de las relaciones internacionales*. Madrid: CSIC. Centro de Estudios Históricos, 1996.
- RIORDAN, S. *Adiós a la diplomacia*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, 2006.
- RNE RADIO 5. *Redes sociales y diplomacia* [audio]. Miradas al Exterior. RNE. Enero 12, 2012.
- RUBIO, R. *Diplomacia digital. Una introducción (Cuadernos. Las relaciones internacionales en el tránsito al siglo XXI)*. Madrid: Escuela Diplomática, 2011.
- RUIZ DE LA SERNA, R. "Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia". *Icono 14*. 2010, año 8, vol. 2, pp. 291-303. <[http://www.icono14.net/revista/8-vol2/22\\_icono16\\_ricardoruiz.pdf](http://www.icono14.net/revista/8-vol2/22_icono16_ricardoruiz.pdf)>
- SMITH, G. *The Challenge of Virtual Diplomacy* [en línea]. Washington, DC: United States Institute of Peace, 1997. [Consulta: 7 mayo 2012] <<http://www.usip.org/publications/the-challenge-virtual-diplomacy>>
- US GOVERNMENT ACCOUNTABILITY OFFICE. *Engaging Foreign Audiences. Assessment of Public Diplomacy Platforms Could Help Improve State Department Plans to Expand Engagement*. US Government, Accountability Office. Washington: Gao, 2012.
- VILLARRUBIAS, F. *Derecho premial. Protocolo, ceremonial, heráldica y vexilología del Estado en las corporaciones públicas y en la empresa multinacional*. Oviedo: Ediciones Universidad de Oviedo, 2004.
- WEISER, M. (1997). *Visual Tools for Real Diplomacy* [en línea]. Washington, DC: United States Institute of Peace, 1997. [Consulta: 7 mayo 2012] [http://www.usip.org/files/resources/virtual\\_tools\\_diplomacy\\_vdi.pdf](http://www.usip.org/files/resources/virtual_tools_diplomacy_vdi.pdf)