

# Diplomacia digital,

## un nuevo modelo de acción exterior: estudio de caso Colombia

### *Digital Diplomacy, a New Model of Foreign Action: Case Study Colombia*

**DIEGO OSWALDO GARCÍA MELO\***

**PAULA ALEJANDRA MANCERA PÉREZ\*\***

 BY-NC-SA

CITAR COMO: García Melo, D. O., y Mancera Pérez, P. A. (2022). Diplomacia digital, un nuevo modelo de acción exterior: estudio de caso Colombia. *Revista de divulgación en estudios socioterritoriales*, 15(1). <https://doi.org/10.15332/27113833.8462>

Recibido: 25/08/2022 Aceptado: 01/11/2022

**RESUMEN** La diplomacia digital nació como una herramienta de política exterior que transformó la manera tradicional de practicar la diplomacia que hasta entonces se conocía. En cuestión de años, con un nuevo modelo, las herramientas digitales se han vuelto claves para aportar al desarrollo de las comunicaciones, la política y las actividades económicas, pues permiten la mediación entre individuos y Estados. Este artículo analiza la diplomacia digital desde su eclosión y evolución, ligadas a las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y a las redes sociales (Facebook y Twitter), y toma como caso de estudio el Estado colombiano. Para esto, se diseñó un cuestionario dirigido al Grupo Interno de Trabajo (GIT) de Prensa y Comunicación

Corporativa del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia (Cancillería de Colombia) como herramienta de investigación. De acuerdo al cuestionario, la gestión de las funciones diplomáticas de Colombia es centralizada, pues se controlan la transmisión y publicación de información y si las embajadas o consulados desean publicar información, deben enviar una solicitud. *Palabras clave:* relaciones internacionales, diplomacia digital, tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC, redes sociales.

**ABSTRACT** This article analyzes digital diplomacy from its emergence and evolution, linked to information and communication technologies (ICT) and

social networks (Facebook and Twitter), and takes the Colombian State as a case study. For this, a questionnaire addressed to the Internal Working Group (GIT) of Press and Corporate Communication of the Ministry of Foreign Affairs of Colombia (Colombian Foreign Ministry) was designed as a research tool. According to the questionnaire, the management of Colombia's diplomatic functions is centralized, since the transmission and publication of information are controlled and if embassies or consulates wish to publish information, they must send a request. *Keywords:* international relations, digital diplomacy, information and communication technologies, ICT, social networks.

## Introducción

Según el Convenio de Viena sobre Relaciones Diplomáticas (OEA, 1961), la diplomacia se sustenta en el arte de representar, promover, negociar y proteger los intereses del Estado frente a terceros. Entonces, ¿qué es la diplomacia digital? Según Manor y Segev (2015), se refiere al uso de plataformas sociales por parte de países para lograr objetivos de política exterior y administrar de manera proactiva su imagen y reputación. Por lo tanto, en la medida en que más Estados reconocen la importancia de la diplomacia digital, más se relacionan estos con la aplicación de tecnologías digitales (Robertson, 2018).

En las últimas décadas, en concreto desde los años noventa, estamos contemplando una impresionante transformación tecnológica en todos los sentidos, en la que las instituciones oficiales y privadas y, sobre todo, los ciudadanos, hacen uso de las redes sociales para comunicarse y comunicar todo tipo de noticias. Desde entonces, el mundo ha estado evolucionando y la tecnología se ha incorporado a las relaciones internacionales, en las que un número de diversos actores complementan o superan la acción de los Estados en este espacio de la política internacional (Rodríguez, 2015). En este contexto, los diplomáticos y los ministerios de relaciones exteriores (MRE) han procurado crear embajadas virtuales para comunicarse con los públicos conectados a la red de comunicación *online* (Manor, 2018).

Esta transformación tecnológica ha ejercido presión sobre los MRE para que estos desarrollen habilidades sólidas que faciliten comprender el potencial de las tecnologías digitales

en su actividad, y para que elaboren estrategias de integración y adaptación de las tecnologías a los objetivos de política exterior a corto y largo plazo (Bjola, 2018). Tradicionalmente, los MRE han sido vistos como organizaciones que enfrentan el mundo de espaldas a sus naciones. Sin embargo, en la era de las redes sociales y las TIC, estos han intentado influir en la cobertura mediática de los acontecimientos mediante la diplomacia digital (State of Israel Ministry of Foreign Affairs, 2016), la cual enfatiza el papel que juegan los diplomáticos en el monitoreo y la formación de la opinión pública, la defensa política internacional, la dirección de canales internacionales de transmisión y la facilitación del intercambio intercultural (Pamment, 2016).

Heeks y Bailur (2007), postulan que las TIC han penetrado en todos los aspectos sociales y que estas se han convertido en una herramienta fundamental para brindar servicios gubernamentales de una manera abierta, transparente y auditable. Los MRE también han utilizado los marcos de las TIC para reducir la complejidad de sus operaciones generales e infraestructuras técnicas (State of Israel Ministry of Foreign Affairs, 2016). Sin embargo, aunque las TIC han reducido la agencia de un embajador frente a un líder extranjero, han aumentado su agenda frente a las poblaciones extranjeras (Manor, 2016b), lo que se traduce en conectar ciudades capitales con sus diplomáticos en el extranjero y a estos con la población.

En este artículo se eligió Colombia como estudio de caso porque es un país cuya turbulenta historia motiva el uso de las nuevas TIC y redes sociales para mejorar su reputación internacional;

\* Estudiante de pregrado de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio. Correo: diegogarciam@usantotomas.edu.co. ORCID: 0000-0001-7605-2040.

\*\* Estudiante de pregrado de Negocios Internacionales, Universidad Santo Tomás, sede Villavicencio. Correo: paula.mancera@usantotomas.edu.co. ORCID: 0000-0002-6388-1138.



tendencia notablemente marcada durante los últimos años de mandato del expresidente Juan Manuel Santos y en el actual mandato del presidente Iván Duque. En estos periodos se ha obtenido cierto nivel de madurez respecto a las TIC, el cual ha incrementado el uso de los medios digitales para el ejercicio de la diplomacia y las relaciones internacionales, pese a que las embajadas de Colombia en el extranjero tienen un sistema de información centralista, el cual no permite que lleven a cabo una buena comunicación hacia el público.

El artículo está organizado y presentado en tres secciones, cada una desarrolla un aspecto clave. La primera sección presenta una contextualización de la diplomacia digital como precursora del cambio, la cual describe su eclosión y evolución ligadas a las TIC. La segunda sección examina el uso de las redes sociales, específicamente de Facebook y Twitter, dentro del campo de la diplomacia digital. La tercera sección tiene como objeto de estudio la diplomacia digital en el Estado colombiano.

## Metodología

Este estudio es en esencia de carácter exploratorio y descriptivo. A partir de una visión general sobre el concepto de diplomacia digital, en esta investigación determinamos que la información y los hallazgos sobre este tema han sido poco explorados y divulgados. Por ello, exponemos el desarrollo y la evolución de la diplomacia tradicional junto a la de las herramientas digitales, que en la actualidad convergen con el desarrollo de las relaciones internacionales.

También utilizamos la metodología descriptiva para explicar el concepto

de diplomacia digital y algunos sucesos o eventos que formaron parte de su origen, así como para cumplir con el objetivo propuesto. Además, llevamos a cabo un estudio sobre los factores que influyen en la implementación de la diplomacia digital como herramienta global, en el que describimos la diplomacia desde sus orígenes hasta sus definiciones en la actualidad y su desarrollo mediante las TIC.

Puesto que tomamos como caso de estudio el Estado colombiano, presentamos los sucesos que tuvieron incidencia en el desarrollo de la diplomacia digital durante los últimos tres mandatos presidenciales que entran dentro del concepto de esta nueva diplomacia. Además, analizamos las cuentas de redes sociales de los Gobiernos y presentamos una descripción de cómo Facebook y Twitter han contribuido al desarrollo y crecimiento de los MRE.

Por último, realizamos una entrevista semiestructurada de veintitrés preguntas al GIT de Prensa y Comunicación Corporativa de la Cancillería de Colombia, mediante la que analizamos cómo se efectúa la diplomacia digital dentro de la Cancillería y su estructura interna para el desarrollo de la diplomacia y la interacción a la par con medios sociales.

## La diplomacia digital como precursora del cambio

La globalización es una de las palabras de moda de la política contemporánea y una red económica mundial cada vez más conectada que ha cambiado drásticamente (Payne et ál., 2011). Desde el desarrollo del pergamino hasta el clic de un correo electrónico, el impacto que





Desde los años  
noventa, estamos  
contemplando una  
impresionante  
transformación  
tecnológica en  
todos los sentidos



han tenido las TIC en la circulación del conocimiento ha sido fundamental para la evolución de la diplomacia. Como era de esperarse, el impacto de la globalización y la digitalización en la sociedad del siglo XXI ha despertado mucho interés en lo que estos cambios pueden significar para el futuro de la diplomacia.

En contraste, en los últimos años se ha desarrollado la diplomacia digital con énfasis en la comunicación con poblaciones de otros países y con el objetivo de forjar relaciones de largo plazo. Hasta hace poco, la diplomacia se ejercía de manera tradicional en el campo exclusivo de las relaciones entre Estados, con organismos internacionales y supranacionales; hoy en día el contexto en el que se desarrolla es significativamente distinto, dejando de lado la tradición y planteándose acciones en el exterior más allá de simples relaciones para alcanzar a la opinión pública internacional (Rodríguez, 2015). Por ello, es beneficioso identificar los eventos y procesos que llevaron a los MRE a adoptar herramientas digitales y a entablar comunicación con los públicos conectados a la red de comunicación *online* (State of Israel Ministry of Foreign Affairs, 2016).

El State of Israel Ministry of Foreign Affairs (2016) señala tres hechos que llevaron a los MRE y a los diplomáticos a utilizar las herramientas digitales de comunicación en línea. Primero, la necesidad de contrarrestar los esfuerzos de Al Qaeda por ganar adeptos en Internet y su narrativa de la yihad contra el imperialismo occidental. En un intento por combatir tales actividades y evitar que grupos terroristas como Al-Qaeda obtuvieran apoyo en línea, el Departamento de Estado de EE.UU.

recurrió al Internet para librar un conflicto ideológico y ganar los corazones y las mentes de los usuarios musulmanes.

Segundo, la Primavera Árabe, que llevó a los diplomáticos a pensar en los medios de comunicación social como una herramienta de pronóstico que les permitiría anticipar sucesos en países extranjeros. Las revueltas árabes democráticas tomaron por sorpresa a los MRE porque estos no estaban monitoreando el entorno en el que estas revueltas tomaron forma: el de Facebook. Aunque Facebook no causó la Primavera Árabe, sirvió como una plaza moderna en la que los ciudadanos digitales se unieron para criticar abiertamente a sus Gobiernos, un hecho que nunca podría haber ocurrido sin conexión (Manor, 2016b).

Tercero, la creciente relevancia de los periodistas que durante la Primavera Árabe usaron las redes sociales para difundir información en tiempo real en todo el mundo, pues tuvo mayor importancia su *framing*, que ofreció su propia versión de los acontecimientos e influyó en la cobertura de las protestas árabes que se desarrollaron. Esa capacidad de *framing* motivó a los MRE a emplear medios de comunicación en línea para contrastar, en caso necesario, la presentación de los hechos que perciben los periodistas ciudadanos.

Los diplomáticos recurrieron a los medios digitales movidos por el deseo de interactuar con un público en línea, de promover las relaciones a largo plazo con poblaciones extranjeras y de crear un ambiente receptivo para su política exterior. Es decir, los diplomáticos han visto en las redes sociales una herramienta para entablar una comunicación directa y bidireccional



con públicos extranjeros. Después de la Primavera Árabe, los MRE comenzaron a migrar a la red para anticiparse a los eventos en países extranjeros (State of Israel Ministry of Foreign Affairs, 2016). Si leemos *Los fundamentos de la diplomacia* de Fraga y Rodríguez (1977): “Vivimos una época de cambios [...]. El Estado nacional se ha quedado pequeño y se adapta a las nuevas circunstancias”.

### **El uso de las TIC en la diplomacia**

La sociedad está cada vez más interesada en los asuntos públicos y la consulta a través de las TIC. Así lo plantean numerosos investigadores de las comunicaciones, como Schmidt y Cohen o Bennett y Segerberg, quienes concluyen que los nuevos medios de comunicación social disponibles posibilitan el flujo de información multidireccional y a su vez desempeñan un papel crucial en el mejoramiento de las democracias y, por ende, en las relaciones internacionales que los Estados establecen (Aguirre y Erlandsen, 2018).



En lo concerniente a este campo específico, el desarrollo de las TIC expone la necesidad de que estas sean en la diplomacia una herramienta de mayor importancia y no una herramienta secundaria de comunicación, ya que han transformado el modo de actuar de los agentes diplomáticos, quienes cada día se ven más globalmente interconectados. Es por ello que en los últimos años se han experimentado profundos cambios en las relaciones internacionales frente a la comunidad internacional. Como señala Faye (2000), las TIC ofrecen a los Estados menos desarrollados una oportunidad para saltarse la etapa de industrialización y transformar su economía en una de información de alto valor agregado que puede competir con la economía avanzada del mercado global.

La relación entre tecnología y diplomacia es peculiar; en especial, debido a que la práctica está abierta tanto a la continuidad como al cambio (Pouliot y Cornut, 2015). Por un lado, la diplomacia tiende a seguir un precedente y, por lo tanto, a reproducir sus propias costumbres. Por otro lado, las TIC han sido implementadas en la práctica diplomática principalmente debido a su capacidad de aumentar la velocidad y el alcance de la interacción diplomática (Sevin y Manor, 2019), lo que permite llegar a más gente en diferentes países mediante redes sociales que proporcionan una plataforma de comunicación sin condiciones; lo cual las convierte en la herramienta más poderosa de un comunicador (Rashica, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, las instituciones públicas han continuado explotando el potencial de las TIC en sus esfuerzos de formulación de políticas en el panorama de los servicios

nacionales e internacionales. Además, el establecimiento del Gobierno electrónico le ha permitido a los Estados mantener niveles mejorados de eficiencia, transparencia y relaciones con sus ciudadanos en una serie de áreas que incluyen educación, salud, transporte, comercio y diplomacia. Por lo tanto, las TIC se han convertido en una herramienta digital fundamental y han cambiado el modo de actuar de los Estados y agentes diplomáticos, quienes, a día de hoy, se encuentran globalmente interconectados.

### **La superación de las limitaciones de la diplomacia mediante las redes sociales**

El Internet sin duda ha transformado la comunidad internacional de hoy y, con ello, se ha convertido en un canal incuestionable para la comunicación diplomática, lo que ha generado un modelo abierto y colaborativo. Por ello se dice que las plataformas sociales requieren que los diplomáticos se involucren de manera más personalizada e interactiva con sus audiencias (Simunjak y Caliandro, 2019). Por eso, Stein (citado en Copeland, 2011) declaró: “Todos los Gobiernos enfrentan una necesidad urgente, en parte impulsada por la aparición de nuevas tecnologías y redes sociales, para actualizar sus instrumentos diplomáticos”. Por ende, la primera obligación de un diplomático es escuchar; los nuevos medios de comunicación tienen una capacidad asombrosa para hacer que escuchar sea más fácil y visible (Cull, 2011).

Siendo así, ¿cómo funciona el entorno de la diplomacia digital ligado



**La sociedad está cada vez más interesada en los asuntos públicos y la consulta a través de las TIC**



a las redes sociales? Los medios de comunicación de masas permiten a los países practicantes enviar sus mensajes al público de manera unilateral a través de proyectos de transmisión internacional, mientras en la diplomacia digital el público puede interactuar con los mensajes en la misma plataforma, difundir su propio contenido y crear sus propias redes (Arsenault, 2009). Según el sitio web Twiplomacy y su último estudio (2018), hay 228 MRE y ministros activos en Twitter, además de 400 jefes de Estado y más de 200 misiones de instituciones de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Así mismo, Ciolek (2010) argumenta que “[...] las plataformas de redes sociales no han cambiado los objetivos de la diplomacia pública, sino que son solo nuevas herramientas para facilitar la cooperación con el público en un entorno de información que está en constante evolución”. Estas plataformas ayudan a revisar las políticas basadas en la retroalimentación dada sobre ciertos temas, así como en la difusión de la información, lo cual crea una comunicación con los usuarios. Una de las características más importantes de las redes sociales es la retroalimentación de la audiencia a través de comentarios que le permiten participar con las instituciones estatales, por eso son las plataformas más utilizadas entre Gobiernos, diplomáticos e instituciones (Twiplomacy, 2018).

La encuesta mundial anual de la presencia y actividad de líderes de Estado y de Gobiernos, junto a ministros e instituciones, en Facebook y Twitter de Twiplomacy (2018), realizada por Burson-Marsteller, firma global

de relaciones públicas, “[...] reveló una vez más que las redes sociales son una herramienta de comunicación esencial para los Gobiernos y que Twitter se ha convertido en el canal de elección predilecto para realizar la diplomacia digital”. Sobre esta red social, Schwarzenbach (2015) señaló que: “El mayor cambio que Twitter ha traído a la política exterior ha sido un mayor acceso a la información no filtrada y el compromiso mundial, independientemente de su nacionalidad o estatus político”.

Twiplomacy (2018) reveló que el 97% de los Estados miembros de la ONU tienen cuentas de Twitter, pues es una plataforma interactiva de libre acceso y con presencia internacional. Twitter facilita a los diplomáticos expresar y comunicar información, noticias y opiniones particulares a través de 280 caracteres; este es un elemento que impide las limitaciones de distancia entre personas y que, a su vez, evita los inicios de conflictos antes de que estos se conviertan en una crisis total (Duncombe, 2018). El carácter público de Twitter permite a los usuarios no afiliados al Gobierno publicar de manera ‘libre’ cualquier información pertinente a la diplomacia, lo que la hace “[...] el canal de la diplomacia digital para los líderes mundiales y los Gobiernos” (Lüfkens, 2017).

El segundo canal de diplomacia digital es Facebook, según la edición 19 de World Leaders de Twiplomacy (2020a) de Burson Cohn & Wolfe, los Gobiernos y líderes de 182 países tuvieron una presencia oficial en la red social, representando un 95% de los 193 Estados miembros de la ONU. En esta red social se realiza publicidad externa, que parece ser el método más típico,



**La política exterior de Colombia ha sido uno de los dominios más abstractos en los círculos del poder nacional.**



pues hay algunos ejemplos de técnicas de diplomacia digital en publicaciones que obtuvieron altos niveles de interés.

## El Estado colombiano y la diplomacia digital

Tradicionalmente, la política exterior de Colombia ha sido uno de los dominios más abstractos en los círculos del poder nacional. Esto ha generado una dualidad en la imagen del Estado: uno es el país que se proyecta hacia afuera y otro el que se materializa fronteras hacia adentro. Por ello, para aprovechar las oportunidades que ofrece el mundo de hoy y apuntar más sólidamente a la promoción de los intereses nacionales, Colombia debe seguir diversificando estratégicamente su agenda de política exterior e interlocutores, tanto gubernamentales como no gubernamentales, profundizando sus relaciones históricas e identificando nuevos escenarios y áreas de convergencia (Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, 2018). Esto le permitirá impulsar iniciativas para realizar una mejor gestión de la Cancillería de Colombia junto a la de sus embajadas y consulados, con el fin de fortalecerlas y de hacer más eficiente y eficaz su atención.

Si se analiza el caso particular de Colombia, se evidencia la inmersión en la diplomacia digital de forma más clara a partir del Gobierno del expresidente Juan Manuel Santos (2010-2018) y del actual mandato del presidente Iván Duque Márquez (2018-2019), ya que sus periodos de gobierno han coincidido con la masificación de los medios de comunicación digital, lo cual en los periodos de Gobierno del expresidente Álvaro Uribe Vélez (2002-2010) solo se observó en las postrimerías de su mandato.



## Álvaro Uribe Vélez

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2002-2006 desarrollado durante el mandato del expresidente Álvaro Uribe Vélez (2002-2010) esbozó en una de sus iniciativas la Agenda de Gobierno en Línea. En realidad, su implementación efectiva se dio en los PND 2006-2010, 2010-2014, 2014-2018 y 2018-2022, aparejada con la modernización y simplificación de las estructuras institucionales públicas exigidas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, por sus siglas en inglés) a Colombia en su proceso de ingreso a la organización internacional.

Las memorias para el Congreso de la República de Colombia hechas por la Cancillería del país en el periodo 2002-2006 no dan cuenta de elementos asociados al desarrollo de la diplomacia como lineamiento de gobierno, mucho menos a estrategias de comunicación digital. La única herramienta que se usaba era la página de Internet, cuyo uso se limitaba a la transmisión de información al ciudadano, pero no desarrollaba ninguno de los elementos de promoción de la imagen del Estado.

Un hito significativo en este periodo fue la creación del Sistema Administrativo Nacional de Política Exterior y Relaciones Internacionales en 2008, que supuso no solo otorgarle una mayor participación a los diversos ministerios a través del Consejo de Política Exterior, sino la posibilidad de integrar la perspectiva de la sociedad civil a través del Grupo No Gubernamental para la Coordinación de las Relaciones Internacionales, para brindarle bases en calidad de formulador y conductor constitucional de las relaciones internacionales. También cabe destacar la



creación de la Agencia para la Defensa Jurídica del Estado, creada con un claro interés gubernamental que respondía al deseo de asegurar la imagen positiva en derechos humanos ante las cortes internacionales (Pastrana et ál., 2012, p. 70).

### Juan Manuel Santos

Hacer un balance de los años de política exterior del Gobierno de Juan Manuel Santos (2010-2018) puede ser un desafío analítico si se tiene en cuenta la ‘montaña’ de datos (acciones y discursos) que arroja un activismo internacional sin precedentes, aunque con ciertas continuidades y sin una línea conductora específica más allá de algunas metas gubernamentales y lineamientos generales. De todos los sectores del Gobierno, su política exterior es la que más elogios y reconocimientos nacionales e internacionales ha recibido, en medio de no pocos reveses domésticos (Pastrana et ál., 2012).

En su discurso de posesión, el 7 de agosto de 2010, Santos señaló: “Colombia está llamada a jugar un papel muy relevante en los nuevos espacios globales, y aspiramos asumir (después de 40 años de estar a la defensiva) el liderazgo que nos corresponde en los escenarios internacionales [...]” (Semana, 2010). En lo que atañe al PND 2010-2014, *Prosperidad democrática*, la política exterior aparece como política general de “relevancia internacional” y como segundo pilar transversal junto al “buen gobierno” y el “desarrollo regional”. Sus ejes son tres: la inserción productiva a los mercados internacionales, la política internacional propiamente dicha y las políticas de desarrollo fronterizo.

La modernización de la Cancillería de Colombia fue una estrategia

general dentro del proceso de adecuación de la política exterior del país. El Gobierno se propuso cuatro ejes dentro del Plan Estratégico 2010-2014: reformar la carrera diplomática y consular; rediseñar institucionalmente la Cancillería de Colombia; desarrollar un proceso de transformación organizacional y cultural; y apoyar la creación y consolidación de la Agencia para la Defensa Jurídica del Estado (Pastrana et ál., 2012, p. 70). Si se hace una rápida revisión sobre la política internacional, se observa que el Gobierno partió de un diagnóstico en el que destacaron: 1) la ocupación de un lugar distinto en la comunidad internacional gracias a la seguridad, la confianza inversionista y la cohesión social; y 2) la consolidación de nuevas alianzas estratégicas.

En el segundo mandato de Santos, en el PND 2014-2018, *Todos por un nuevo país*, se enfatizó el progreso y desarrollo de la política exterior durante el cuatrienio anterior:

La política nacional buscó la ampliación de la Agenda Internacional y logró el fortalecimiento y profundización de las relaciones con socios tanto tradicionales como no tradicionales. Todo esto a través de visitas de alto nivel, suscripción de memorandos de entendimiento, gestiones en acuerdos de inversión, y oferta y demanda de cooperación internacional. Adicionalmente, el país logró la apertura de 15 misiones en el exterior y la reapertura de otras 6, al tiempo que promovió la creación de mecanismos regionales, manteniendo una activa participación en los ya existentes. (DNP, 2014)

En materia de cooperación internacional, Colombia avanzó en



**En el caso de Colombia no existe una clasificación de audiencias, todos los mensajes están dirigidos a la población en general**





el posicionamiento de su agenda y el fortalecimiento de sus relaciones con socios tradicionales y no tradicionales. Gracias a ello, el país alcanzó relevancia regional e internacional a través de la oferta de buenas prácticas mediante la Cooperación Sur-Sur —constituyéndose como referente en áreas como la promoción social y la seguridad integral, entre otras— y través de la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (DNP, 2014, pp. 585-586). Todo ello, en pro de la búsqueda y el fortalecimiento de la política exterior y las relaciones internacionales.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), en los últimos años del mandato de Santos, Colombia registró un crecimiento exponencial en la cantidad de usuarios que se encontraban en redes sociales, con más de 15 000 000 de usuarios. Bogotá fue la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6 500 000 de usuarios y Colombia uno de los países con más usuarios en redes sociales, con una penetración de Internet cercana al 60 % y de redes sociales

al 50 % (Statista, 2018). En el periodo en estudio, su mandatario también usó las redes sociales para comunicar temas de diplomacia o política internacional.

### **Iván Duque Márquez**

El actual presidente Iván Duque (2018-2019) plantea una política exterior responsable, de acuerdo a los principios y lineamientos de la política exterior colombiana, expuestos por la Cancillería de Colombia. Además, proyecta una serie de estrategias divididas en siete acciones, entre las cuales enfatizamos la cuarta: crear una nueva política migratoria integral que considere las nuevas dinámicas migratorias a las que se enfrenta Colombia como país emisor, receptor y tránsito de migrantes y que tenga en cuenta a las comunidades de colombianos en el exterior, a los extranjeros en Colombia y a la población retornada.

Adicionalmente, Duque buscará adecuar las instituciones y unificar las normas entendiendo su importancia fundamental para el manejo del tema migratorio y con el objetivo de propiciar

una migración ordenada, regular y segura, en el marco de la Constitución Política de Colombia (1991), los instrumentos internacionales en materia de derechos humanos ratificados por el Estado y las demás normas vigentes en la materia (Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, 2018).

Además, nuestra entrevista al GIT de Prensa y Comunicación Corporativa de la Cancillería de Colombia (comunicación personal, 15 de julio de 2020) mostró que para la Cancillería es importante el medio digital, pues entiende que hoy por hoy las personas se informan más a través de canales virtuales que físicos. No obstante, no cuenta con una oficina de diplomacia digital, por eso sus redes sociales se administran de acuerdo con la coyuntura. Por ello, el GIT encarga a un periodista propuestas de publicaciones, que son aprobadas o modificadas por la jefe de prensa, y cuenta con un indicador que analiza cada tres meses la métrica de las redes junto al conteo del número de seguidores de todas las cuentas oficiales. Así mismo, el Departamento de Prensa, junto a un equipo digital y de redes sociales, administra las 188 páginas de su gobernación (Cancillería, embajadas, consulados y misiones diplomáticas) y sus redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube y Twitter), por lo que todas estas tareas están centralizadas en Bogotá.

El equipo responsable de estas tareas está formado por personas capacitadas en Comunicación Social; sin embargo, no está conformado por diplomáticos. Por su parte, los diplomáticos no reciben capacitación en el uso de medios digitales, ya que no se les permite gestionar sus propios perfiles.

Cualquier consulado o embajada que esté interesado en publicar información de su misión en los perfiles de la Cancillería de Colombia, debe enviar su solicitud y adjuntar insumos en la medida de lo posible, como fotografías o imágenes que acompañen el texto. Con esos insumos, el equipo arma un listado de trinos y mensajes sugeridos que luego se envían para visto bueno de la persona encargada y su publicación. Las publicaciones no deben tener jamás un enfoque comercial o estar relacionadas con temas promocionales que impliquen recaudos de dinero.

En la actualidad, las cuatro cuentas de Twitter más importantes de Colombia son: Iván Duque (@IvanDuque), Presidencia Colombia (@infopresidencia), Claudia Blum (@claudiablumc) y Cancillería Colombia (@CancilleriaCol). Las dos primeras cuentas son administradas por la Presidencia de Colombia y las dos últimas por el GIT de Prensa y Comunicación Corporativa de la Cancillería de Colombia.

A la fecha, Iván Duque es seguido por 1 000 000 de usuarios, mientras que él sigue 1794 cuentas. Duque tuitea varias veces al día y retuitea desde las cuentas de Presidencia de Colombia, de ministerios y otras. Creó su cuenta en 2009 y, según Twiplomacy (2020b), es evaluado como uno de los 50 líderes más activos en Twitter; se encuentra en el ranking 29 en términos de interacciones. También es activo en Facebook, donde publica varias veces al día; esta página la creó en 2014 (Twiplomacy, 2020b). Además, la cuenta de la Presidencia de la República de Colombia publica varias veces durante el día y, por lo general, replica la información de la página de Iván Duque. Por último, la cuenta de



**La evolución del uso de los medios digitales y el interés nacional del Gobierno, arroja como resultado un escenario para la diplomacia digital**





Twitter de la presidencia pasó de un gobernador, Juan Manuel Santos, al otro, Iván Duque, lo que indica continuidad en la comunicación entre el Gobierno y el público.

En el caso de Colombia no existe una clasificación de audiencias, todos los mensajes están dirigidos a la población en general, ya sea a colombianos en el país o en el extranjero o a extranjeros. Solo hay una cuenta oficial de la Cancillería de Colombia que difunde los mensajes de la entidad, la cual publica varias veces al día sobre eventos oficiales e información general; por ejemplo, sobre cómo funciona la Cancillería, cómo se puede atender a los ciudadanos e información sobre embajadas. Por último, la mezcla entre la evolución del uso de los medios digitales y el interés nacional del Gobierno, arroja como resultado un escenario para la diplomacia digital, que podríamos definir si analizamos a fondo el caso de Colombia.

## Conclusiones

Este artículo hace varias contribuciones significativas al análisis de la diplomacia digital, no solo expone los sucesos que han transformado la diplomacia tradicional en una diplomacia en línea, sino también la manera en la que los MRE, basados en las TIC, han generado una mejor interacción mediante sitios de difusión de información amplia y rápida, como las redes sociales, y que así, en consecuencia, han gestado una mejor interacción y un rápido alcance trasladando los procesos diplomáticos a un entorno virtual que posee herramientas eficientes y efectivas para generar comunicación en línea.



Además, este artículo es de gran relevancia para la diplomacia digital en Colombia, ya que proporciona conocimientos sobre esta desde sus inicios en el país. La diplomacia digital en Colombia inició con el mandato del expresidente Álvaro Uribe y sus primeras iniciativas para ser un *Gobierno en línea* usando la página web de la Presidencia como herramienta de transmisión de información. Luego, con el Gobierno del expresidente Juan Manuel Santos, se dio la modernización de la Cancillería de Colombia como una estrategia esencial dentro del proceso de adecuación de la política exterior a los nuevos roles que el país buscaba asumir como actor regional (Pastrana et ál., 2012, p. 70).

El actual mandato del presidente Iván Duque se proyecta, dentro de una serie de estrategias, crear una nueva política migratoria integral (Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, 2018); promocionar la imagen del Estado en el exterior, no solo hacia otros Estados, sino hacia la opinión pública



La diplomacia digital en Colombia inició con el mandato del expresidente Álvaro Uribe y sus primeras iniciativas para ser un Gobierno en línea



(Serna, 2010); y mejorar las relaciones diplomáticas con otros Estados. Todo esto aun teniendo en cuenta que la Cancillería de Colombia no cuenta con un departamento de diplomacia digital, y que las redes sociales del Gobierno se administran de acuerdo a la coyuntura (GIT de Prensa y Comunicación Corporativa de la Cancillería de Colombia, comunicación personal, 15 de julio de 2020).

A pesar de las contribuciones de este artículo, este tiene algunas limitaciones, como la falta de datos confiables debido al corto periodo de mandato del presidente Iván Duque hasta la fecha, lo que limitó el alcance de nuestra investigación. Además, la investigación se habría beneficiado ampliamente con la participación de agentes diplomáticos, profesionales, organizaciones e instituciones relacionadas con el tema. Es probable que existan otros factores que podrían emplearse en investigaciones futuras como complemento de este artículo. Por ello, sugerimos que las investigaciones futuras que se vayan a realizar entrevisten e involucren a los actores ya mencionados para comprender con claridad la diplomacia digital en el país, ya que esto es fundamental para mejorar las relaciones diplomáticas de Colombia. Así mismo, los estudios futuros podrían exponer con mayor detalle la influencia que ha tenido la diplomacia digital en Colombia mediante comparaciones con otros Estados del tercer mundo. Finalmente, recomendamos investigar con mayor profundidad el desarrollo del mandato presidencial de Iván Duque en relación a la diplomacia digital.

## Referencias

- Aguirre, D. y Erlandsen, M. (2018). Digital Public Diplomacy in Latin America: Challenges and Opportunities. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (113), 1-17. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/272>.
- Arsenault, A. (2009). *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U. S. Foreign Policy*. Palgrave Macmillan.
- Bátora, J. (2009). *Foreign Ministries and the Information Revolution: Going Virtual?* Martinus Nijhoff Publishers.
- Bjola, C. (2018). Diplomacia digital 2.0: tendencias y resistencias. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (113), 35-52. [https://www.researchgate.net/publication/327800781\\_Diplomacia\\_digital\\_20\\_tendencias\\_y\\_resistencias](https://www.researchgate.net/publication/327800781_Diplomacia_digital_20_tendencias_y_resistencias).
- Ciolek, M. (2010). *Understanding Social Media's Contribution to Public Diplomacy; How Embassy Jakarta's Facebook Outreach Illuminates the Limitations and Potential for the State Department's Use of Social Media*. University of Southern California Center on Public Diplomacy at the Annenberg School. [http://stage.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/pdfs/mciolek\\_socialmedia\\_indonesia.pdf](http://stage.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/pdfs/mciolek_socialmedia_indonesia.pdf).
- Copeland, D. (2011). Diplomacy In The Digital Age. Essays in honour of Ambassador Allan gotlieb by Janice gross stein. *International Journal*, 67(1), 255-260. <https://www.jstor.org/stable/23265978>
- Cull, N. J. (2011). Wikileaks, Public Diplomacy 2.0 and the State of Digital Public Diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, (7), 1-8. <https://doi.org/10.1057/pb.2011.2>.
- Departamento Nacional de Planeación (dnp). (2014). *Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018: todos por un nuevo país* (t. 2). dnp. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%202%20internet.pdf>.
- Duncombe, C. (2018). Twitter and the Challenges of Digital Diplomacy. *SAIS Review of International Affairs*, 38(2), 91-100. <https://muse.jhu.edu/article/717776>.
- Faye, M. (2000, 30 de marzo). *Developing National Information and Communication Infrastructure (NICI) Policies and Plans in Africa* [ponencia]. Nigeria NICI Workshop, Abuja, Nigeria.
- Fraga, M. y Rodríguez-Moñino, R. (1977). *Los fundamentos de la diplomacia*. Planeta.
- Hanson, F. (2010). A Digital DFAT: Joining the 21st Century. *Lowy Institute for International Policy*. [https://www.diplomacy.edu/wp-content/uploads/2021/06/A\\_digital\\_DFAT.pdf](https://www.diplomacy.edu/wp-content/uploads/2021/06/A_digital_DFAT.pdf).
- Heeks, R. y Bailur, S. (2007). Analyzing E-government Research: Perspectives, Philosophies, Theories, Methods, and Practice. *Government Information Quarterly*, 24(2), 243-265. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2006.06.005>.
- Lüfkens, M. (2017). *Twiplomacy Study 2017. Twiplomacy*. <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/>.
- Manor, I. (2016a). *Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy?* BRILL.
- Manor, I. (2016b). What Is Digital Diplomacy, and How Is It Practiced Around the World? A Brief Introduction. *Diplomatist Magazine 2016 Annual Edition*. [https://www.researchgate.net/publication/310952363\\_What\\_is\\_Digital\\_Diplomacy\\_and\\_how\\_is\\_it\\_Practiced\\_around\\_the\\_World\\_A\\_brief\\_introduction](https://www.researchgate.net/publication/310952363_What_is_Digital_Diplomacy_and_how_is_it_Practiced_around_the_World_A_brief_introduction).
- Manor, I. (2018). Palestine in Hebrew: Overcoming the Limitations of Traditional Diplomacy. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (113),



- 163-183. [https://www.academia.edu/37275526/Palestine\\_in\\_Hebrew\\_Overcoming\\_the\\_Limitations\\_of\\_Traditional\\_Diplomacy](https://www.academia.edu/37275526/Palestine_in_Hebrew_Overcoming_the_Limitations_of_Traditional_Diplomacy).
- Manor, I. y Segev, E. (2015). America's Selfie: How the US Portrays Itself on Its Social Media Accounts. En Corneliu Bjola y Marcus Holmes (eds.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. Routledge.
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia. (2018). *Principios y lineamientos de la política exterior colombiana*. <https://www.cancilleria.gov.co/principios-y-lineamientos-la-politica-exterior-colombiana>.
- Organización de los Estados Americanos (OEA). (1961, 18 de abril). Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas. <http://www.oas.org/legal/spanish/documentos/ConvencionViena.htm>.
- Pamment, J. (2016). Digital Diplomacy as Transmedia Engagement: Aligning Theories of Participatory Culture With International Advocacy Campaigns. *New Media & Society*, 18(9), 2046-2062. <https://doi.org/10.1177/14614448155777>.
- Pastrana, E., Jost, S. y Flandes, D. (eds.). (2012). *Colombia y Brasil: ¿socios estratégicos en la construcción de Suramérica?*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Fundación Konrad Adenauer, German Institute of Global and Area Studies (GIGA) y Universidad San Buenaventura.
- Payne, G., Sevin, E. y Bruya, S. (2011). Grassroots 2.0: Public Diplomacy in the Digital Age. *Comunicação Pública*, 6(10), 45-70. [https://www.academia.edu/14354201/Grassroots\\_2.0\\_Public\\_Diplomacy\\_in\\_the\\_Digital\\_Age](https://www.academia.edu/14354201/Grassroots_2.0_Public_Diplomacy_in_the_Digital_Age).
- Pouliot, V. y Cornut, J. (2015). Practice Theory and the Study of Diplomacy: A Research Agenda. *NISA*, 50(3). <https://doi.org/10.1177/0010836715574913>.
- Rashica, V. (2018). The Benefits and Risks of Digital Diplomacy. *SEEU Review*, 13(1), 75-89. <https://doi.org/10.2478/seeur-2018-0008>.
- Robertson, J. (2018). Organizational Culture and Public Diplomacy in the Digital Sphere: The Case of South Korea. *Asia & the Pacific Policy Studies*, 5(3), 672-682. <https://doi.org/10.1002/app5.256>.
- Rodríguez, A. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales, (extra 2), 915-937. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5834789>.
- Schwarzenbach, B. (2015, 12 de octubre). Twitter and Diplomacy: How Social Networking Is Changing Foreign Policy. *The Diplomatic Envoy*. [https://blogs.shu.edu/thediplomaticenvoy/2015/10/12/twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy](https://blogs.shu.edu/thediplomaticenvoy/2015/10/12/twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizes-our-interaction-with-foreign-policy).
- Semana. (2010, 6 de agosto). Discurso completo de posesión de Juan Manuel Santos. *Semana*. <https://www.semana.com/politica/articulo/discurso-completo-posesion-juan-manuel-santos/120293-3/>.
- Serna, R. (2010). Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia. *Icono 14*, 8(2), 291-303. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.259>.
- Sevin, E. y Manor, I. (2019). From Embassy Ties to Twitter Links: Comparing Offline and Online Diplomatic Networks. *Policy & Internet*, 11(3), 324-343. <https://doi.org/10.1002/poi3.199>.
- Simunjak, M. y Caliandro, A. (2019). Twiplomacy in the Age of Donald Trump: Is the Diplomatic Code

- Changing? *The Information Society*, 35(1), 13-25. <https://doi.org/10.1080/01972243.2018.1542646>.
- State of Israel Ministry of Foreign Affairs. (2016). *Israel 1st Diplomacy Conference Summary: March 30-31, 2016*. State of Israel Ministry of Foreign Affairs. [https://www.researchgate.net/publication/316191349\\_Digital\\_Diplomacy\\_in\\_2016\\_Summary\\_of\\_Israel's\\_First\\_Digital\\_Diplomacy\\_Conference](https://www.researchgate.net/publication/316191349_Digital_Diplomacy_in_2016_Summary_of_Israel's_First_Digital_Diplomacy_Conference).
- Statista. (2018). Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2022 (en millones). Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>.
- Twiplomacy. (2018, 10 de julio). Twiplomacy Study 2018. *Twiplomacy*. <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2018>.
- Twiplomacy. (2020a, 23 de abril). World Leaders on Facebook 2020. *Twiplomacy*. <https://www.twiplomacy.com/world-leaders-on-facebook-2020>.
- Twiplomacy. (2020b, 20 de julio). Twiplomacy Study 2020 *Twiplomacy*. <https://www.twiplomacy.com/twiplomacy-study-2020/>.