

La diplomacia pública de la Alianza del Pacífico: del poder suave al poder digital

The Digital Public Diplomacy of the Pacific Alliance: From Soft Power to Digital Power

Daniel Aguirre Azócar

Académico, Instituto de Estudios Internacionales, Universidad de Chile
d.aguirre@uchile.cl

Matthias Erlandsen

Egresado, magister en Estudios Internacionales, Universidad de Chile
merlandsen@ug.uchile.cl



Resumen:

Este artículo examina y caracteriza el ejercicio de la diplomacia pública en las redes sociales, o como se especifica: la diplomacia pública digital. Para el análisis, se definió como objeto de estudio a la Alianza del Pacífico, particularmente, sus acciones en Twitter, la principal red social para estas materias. Así, el estudio explora y dialoga con las recientes tendencias sobre la aplicabilidad de las nociones del poder suave al ámbito digital, y como argumento final invita a una reflexión respecto a la evolución del poder en un contexto de interconectividad e instantaneidad, proponiendo la relevancia de acercarse al poder en su dimensión digital.



Abstract:

This article examines and characterizes the exercise of Public Diplomacy in social networks, otherwise referred to as Digital Public Diplomacy. To carry out the analysis, the Pacific Alliance was defined as the object of study, particularly its actions via Twitter, the main social network for these matters. Thus, this study explores and dialogues with recent perspectives on the applicability of the notion of soft power within the digital sphere. In conclusion, it argues for further reflection regarding the evolution of power in a context of interconnectivity and instantaneity, proposing the relevance of a digital dimension.



Palabras clave:

Alianza del Pacífico, regionalismo, Twitter, diplomacia pública digital, integración, América Latina.



Key Words:

Pacific Alliance, regionalism, Twitter, digital public diplomacy, integration, Latin America.

La diplomacia pública de la Alianza del Pacífico: del poder suave al poder digital

*Daniel Aguirre Azócar
y Matthias Erlandsen*

Las organizaciones regionales y la integración en América Latina

Tras cinco años de la firma del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (Acuerdo de Paranál), es evidente el éxito económico y comercial que ha significado para los cuatro países que la componen: el crecimiento promedio anual del PIB supera en más de 1.4% al promedio del resto de las naciones americanas, mercados que concentran más de cuarenta por ciento de la inversión extranjera directa en la región.¹ Desde las preocupaciones sociales, las cifras también son positivas: la eliminación de visas para el libre tránsito de ciudadanos de los Países Miembros, la unión de esfuerzos para la asistencia consular en destinos que antes parecían imposibles de atender por cada país de manera individual y el establecimiento de programas y becas de movilidad estudiantil² han significado que a la fecha más de cuarenta Estados se interesen en participar en ella.³

¹ Claudia Ruiz Massieu, "Presentación, La Alianza del Pacífico: integración para el bienestar", en *Revista Mexicana de Política Exterior*, núm. 106, enero-abril de 2016, pp. 7-9.

² *Ibid.*, p. 8.

³ Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, "Alianza del Pacífico", en <http://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance> (fecha de consulta: 13 de mayo de 2017).

América Latina tiene una tradición de apoyo hacia las iniciativas de cooperación e integración entre sus vecinos. Ya en 1977, Edward S. Milenky⁴ reconoció una tendencia diplomática después de la crisis del petróleo de 1973, para establecer una alianza entre los 33 países que componen esta región, con el objetivo de lograr un mejor posicionamiento no sólo frente a los mercados externos, sino también como un bloque político con peso relevante en la arena internacional.

En la historia del continente, la Alianza del Pacífico se suma a las otras 14 organizaciones internacionales que reúnen,⁵ en distintas disposiciones y con una variedad de objetivos, a más de seiscientos millones de habitantes,⁶ lo que demuestra que para los gobiernos de esta zona del planeta, la integración y la cooperación juegan un papel central dentro de sus relaciones internacionales.⁷

Esta “irregularidad” de tener tantas organizaciones, a diferencia de otras regiones radica, según Andrés Malamud,⁸ en que la tónica de la integración latinoamericana se caracteriza por buscar el apoyo ciudadano por un lado, y el uso del regionalismo como una política exterior para alcanzar otros fines como la visibilización internacional, la estabilidad regional o la legitimación de un régimen. En otras palabras, más que buscar un avance hacia un proceso de integración real, las múltiples diferencias entre los 33 actores estatales hacen inevitable que una política conjunta de

⁴ Edward S. Milenky “Latin America’s Multilateral Diplomacy: Integration, Disintegration and Interdependence”, en *International Affairs*, vol. 53, núm. 1, enero de 1977, pp. 73-96.

⁵ Bob Reinalda, *Routledge History of International Organizations: From 1815 to the Present Day*, Nueva York, Routledge, 2009.

⁶ Population Division-Department of Economic and Social Affairs-United Nations (DESA), *World Population Prospects: The 2015 Revision, Key Findings and Advance Tables*, Nueva York, DESA (Working Paper No. ESA/P/WP.241), 2015.

⁷ José Ángel Sotillo Lorenzo, “relaciones internacionales de América Latina”, en J. Á. Sotillo y Bruno Ayllón, (eds.), *América Latina en construcción: sociedad, política, economía y relaciones internacionales*, Madrid, Catarata, 2016, pp. 190-239.

⁸ Andrés Malamud, *Overlapping Regionalism, No Integration: Conceptual Issues and the Latin American Experiences*, Florencia, Global Governance Programme-Robert Schuman Centre for Advanced Studies-European University Institute (Working Paper, RSCAS 2013/20, Global Governance Programme 42), 2013, disponible en <http://hdl.handle.net/1814/26336> (fecha de consulta: 12 de mayo de 2017).

esta envergadura solamente sirva para nutrir los intereses políticos nacionales. A mayor abundancia, Malamud y Gian Luca Gardini afirman que “el regionalismo todavía es una política exterior irresistible, pero sus causas, sus objetivos y sus resultados ya no son los que solían ser”.⁹

De la misma forma, Sean W. Burges y Fabricio H. Chagas Bastos¹⁰ introducen los conceptos de *concertación y cordialidad* para explicar esta desunión o fragmentación. El primer término elimina la falsa noción de unidad regional y en vez de eso pone de manifiesto la naturaleza *ad hoc* de cooperación intrarregional y los hábitos de, si no coordinación, al menos de notificación por adelantado de las posiciones en temas regionales e internacionales entre las naciones vecinas; si la coalición es útil, se forma, si no, se trata de evitar el conflicto a través de técnicas de comunicación. El segundo término se refiere a los momentos en que las diferencias en política exterior entre los Estados latinoamericanos son irreconciliables, la diplomacia actúa de manera que éstos se mantengan a niveles de desacuerdos amistosos de opiniones, sin que lleven a enfrentamientos que pongan en riesgo la seguridad nacional.

La diplomacia pública digital: más allá de los Estados

Con el advenimiento de la globalización, y en particular con el surgimiento de una nueva diplomacia pública¹¹ —entendida de manera simple como la apertura hacia la ciudadanía de las conversaciones y los temas diplomáticos que antes se discutían tras puertas cerradas—, los canales de comunicación diplomática se ven alterados, ya que, naturalmente, con

⁹ A. Malamud y Gian Luca Gardini, “Has Regionalism Peaked? The Latin American Quagmire and Its Lessons”, en *The International Spectator: Italian Journal of International Affairs*, vol. 47, núm. 1, p. 116, disponible en [doi:10.1080/03932729.2012.655013](https://doi.org/10.1080/03932729.2012.655013) (fecha de consulta: 21 de agosto de 2017). (La traducción al español es de los autores de este artículo.)

¹⁰ Sean W. Burges y Fabricio H. Chagas Bastos, “Latin American Diplomacy”, en Costas M. Constantinou, Pauline Kerr y Paul Sharp (eds.), *The SAGE Handbook of Diplomacy*, Londres, SAGE Publications, 2016, pp. 372-384.

¹¹ Jan Melissen, “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice”, en J. Melissen (ed.), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Nueva York, Palgrave Macmillan (Studies in Diplomacy and International Relations), 2005, pp. 3-27.

el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones se han facilitado y promovido la inmediatez, el acortamiento de las distancias geográficas y del tiempo, la debilitación de las fronteras, la horizontalidad y la comunicación entre múltiples actores.

En 2010, Joseph S. Nye, Jr., escribe el ensayo *Cyber Power*,¹² en el que reconoce la capacidad que tienen actores internacionales de ejercitar el *hard power* y el *soft power* en el espacio generado por internet, que en muchos otros dominios tradicionales del mundo político sería más complicado, dado que las barreras de entrada en el dominio virtual son tan bajas que los actores internacionales pueden desempeñar un papel bastante importante. Esto se suma a las ideas de James Pamment,¹³ quien reflexiona sobre la mediatización de la diplomacia, en el sentido de que en la actualidad, la combinación de la construcción de agendas de temas internacionales, su socialización y la coordinación estratégica demuestran la existencia de actividades comunicativas complejas que rediseñan las intersecciones entre la diplomacia tradicional y la diplomacia pública, sus redes multilaterales y las relaciones entre los actores de la arena pública internacional.

De acuerdo con esta lógica, ya no es posible aceptar que todas las actividades de comunicación externa que desarrolla el mundo diplomático sean simplemente diplomacia pública, pues pasan a formar parte fundamental del papel que desempeñan los diplomáticos en la era de las comunicaciones digitales.

Por otra parte, surge el debate acerca del mismo cambio hacia la diplomacia pública digital dentro de las organizaciones internacionales. Nancy Groves¹⁴ se centra en el análisis de las narrativas que estos actores multila-

¹² Joseph S. Nye Jr., *Cyber Power*; Cambridge, Belfer Center for Science and International Affairs-Harvard Kennedy School, 2010, disponible en <http://belfercenter.ksg.harvard.edu/files/cyber-power.pdf> (fecha de consulta: 21 de agosto de 2017).

¹³ James Pamment, "The Mediatization of Diplomacy", en *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 9, núm. 3, 2014, pp. 253-280, disponible en [doi:10.1163/1871191x-12341279](https://doi.org/10.1163/1871191x-12341279) (fecha de consulta: 21 de agosto de 2017).

¹⁴ Nancy Groves, "Challenges Faced by International Organizations Working in the Social Media Sphere in 2016", en *The State of Digital Diplomacy 2016 #SODD16*, 2017, en <http://www.sodd16.com/challenges-faced-by-international-organizations-working-in-the-social-media-sphere-in-2016-nancy-groves/> (fecha de consulta: 14 de mayo de 2017).

terales deben enfrentar, especialmente en lo que concierne a los recortes en los presupuestos para comunicaciones y la falta de personal especializado para analizar los debates digitales, aunque también la autora reconoce que para las organizaciones internacionales es difícil definir una sola audiencia, ya que es común que los foros de estas características definan su público como “todos, en todas partes”.

Keith Powell¹⁵ examina los factores que determinan los cambios en la reputación de las organizaciones internacionales por medio del uso de las redes sociales. Según su estudio, son cuatro los factores que influyen: el surgimiento todavía en desarrollo de la *diplomacia pública digital*; las barreras burocráticas que tienen las organizaciones internacionales para la implementación de nuevos programas, especialmente en lo que se refiere a comunicaciones; la dificultad natural de manejar la imagen en las instituciones públicas, y el hecho de que las herramientas para analizar las redes sociales no estén hechas para medir sentimientos derivados de la actividad humana.

No obstante los obstáculos mencionados, es interesante observar que de las aproximadamente doscientas organizaciones regionales que existen en el mundo, 81 tienen presencia en Twitter.¹⁶ En América Latina, de las 50 organizaciones que han operado a lo largo de la historia, 15 continúan trabajando en el continente y, de ellas, 13 tienen presencia en Twitter.

El estudio *Twiplomacy* de 2015 publicó un informe especial sobre organizaciones internacionales, incluyendo 576 cuentas de ellas, ya que una organización puede tener más de una cuenta, por ejemplo, para comunicar en distintos idiomas.¹⁷ Las cifras recogidas sobre la Alianza del Pacífico se reflejan en la Tabla 1.

¹⁵ Keith Powell, “Measuring Reputation through Digital Diplomacy at International Organizations”, en *Diplo*, 12 de julio de 2016, en <https://www.diplomacy.edu/blog/measuring-reputation-through-digital-diplomacy-international-organisations> (fecha de consulta: 14 de mayo de 2017).

¹⁶ Zoltán Horváth, “International Organizations”, 13 de enero de 2017, en <http://www.cruflags.com/fotw/flags/int.html#reg> (fecha de consulta: 14 de mayo de 2017).

¹⁷ Matthias Lüfkens, *International Organisations on Twitter*, Ginebra, Twiplomacy/Burson-Marsteller, 2015, en http://twiplomacy.com/wp-content/uploads/2015/04/organisations_2015.pdf (fecha de consulta: 21 de agosto de 2017).

Tabla 1. Comparación entre la cuenta @A_delPacífico de Twitter y el promedio de todas las organizaciones internacionales, según el estudio *Twiplomacy* de 2015

	Alianza del Pacífico	Promedio organizaciones internacionales	Promedio organizaciones internacionales de la región (América Latina)
Total de tuits	2335	4248	2567
Cuentas que sigue	801	1109	198
Seguidores	19 003	67 600	12 141
Tuits diarios	3.51*	3.65	Sin información
Tasa de retuit	5%*	0.26%	Sin información
Respuestas/Tuit	0.08*	0.06	Sin información
*Cifras promedio			

Fuente: Twiplomacy February 2015 Data Sheet.

Al observar la Tabla 1 es posible inferir que la Alianza del Pacífico se ubica dentro de las organizaciones internacionales líderes en el uso de Twitter como herramienta de comunicación, lo que la coloca a la vanguardia junto con las demás instituciones de la región latinoamericana.

A nivel global, es posible observar que las alianzas multinacionales suelen tener un gran volumen de seguidores, un total moderado de mensajes publicados, y una suma casi ínfima de cuentas a las que siguen, en la relación seguidores/seguidos. En esa línea de comparación, la Alianza del Pacífico destaca en el provecho que le ha sacado a la plataforma digital desde su lanzamiento en abril de 2013, mucho después que otras, como por ejemplo las Naciones Unidas —que abrió su cuenta de Twitter @UN en marzo de 2008—, pues al publicar casi el mismo promedio de mensajes diarios en comparación con las otras organizaciones internacionales logra tener una tasa de retuit muy por encima del promedio, lo que naturalmente significa que sus mensajes están llegando a una audiencia muchísimo más amplia que los 19 000 seguidores que registra.

La explicación aparente del fenómeno se podría deber a dos factores: la novedad de la organización internacional para sus audiencias, es decir, el interés que despierta la cooperación multilateral que propone la Alianza del Pacífico entre los colombianos, chilenos, mexicanos y peruanos; o bien, que los tipos de contenidos apelan y logran generar un vínculo mayor con estas audiencias en comparación con otras instituciones internacionales. En ese sentido, la conservación de las identidades de los Estados que componen la Alianza del Pacífico podría jugar a favor de esta estrategia comunicacional, puesto que los mensajes emanados de ella mantienen un reconocimiento de las culturas y de los intereses particulares de cada uno de los cuatro Estados, mientras que, por ejemplo, en el caso de las Naciones Unidas, o de la Unión Europea, sus contenidos parecen ser más generales y panorámicos.

Alianza del Pacífico y la evolución del poder suave al poder digital

Con base en el nivel de avance en cuanto a la integración, pero también del desarrollo económico que se destaca a menudo al referirse a la Alianza del Pacífico, es posible plantearse algunas preguntas que permiten establecer una serie de parámetros de análisis sobre, primero, las características del poder suave de base de la Alianza del Pacífico, y segundo, cómo éstas se transfieren o manifiestan lo expuesto por medio de la cuenta oficial en Twitter (@A_delPacífico). También, es relevante considerar las variables de las cuentas oficiales de los presidentes y las respectivas cancillerías de cada Estado Miembro. Para concluir esta sección, a la luz de los datos analizados se argumenta por un tránsito hacia un poder digital que tiene un paso previo en el poder inteligente.

Para clarificar, el poder suave tiene que ver principalmente con una imagen de valores positivos, y se distancia del poder duro en los casos de Estados de medianas o bajas capacidades bélicas y de influencia económica. En efecto, es debatible si la definición del poder duro aplica en la región ya que en la mayoría de los casos latinoamericanos el poder duro —o la amenaza hacia terceros por medio de acciones militares o sanciones económicas— escasamente cabe en esta lógica de relacionamiento.

Ahora bien, la diplomacia pública tiene en su ejecución un sinnúmero de variantes o componentes como lo explica uno de sus principales teóricos, Nicholas J. Cull.¹⁸ Para el propósito del análisis de la diplomacia pública digital de la Alianza del Pacífico este artículo se centra en la defensoría y la radiodifusión, teniendo en cuenta, no obstante, la importancia de trasfondo del escuchar constantemente a los públicos que forman parte de la opinión pública que se pretende cultivar.¹⁹

Es también importante entender el concepto del *poder inteligente* como una evolución del concepto inicial de Nye, que en suma combina el poder duro y el suave de manera estratégica, pero que tangencialmente incorpora la dimensión digital.

Lo particular de lo que el ámbito digital ha propiciado para los conceptos del poder indicados y la diplomacia pública son reconocibles y tienen que ver con los aspectos comúnmente mencionados como la horizontalidad o democratización de procesos sociopolíticos, y en casos ejemplares la transparencia de materias concernientes a las políticas públicas de determinado país. El ámbito digital, por tanto, implicaría incorporar su relevancia en las definiciones del poder a nivel global. Así, pensar internacionalmente en el *poder digital* encierra, y tal vez pone de manifiesto, la nueva forma de hacer política que no deja de lado las relaciones internacionales. Por consecuencia, el poder digital sería uno que abre oportunidades de incidencia para actores no estatales, en especial aquellos pertenecientes a las ciudadanías locales interesadas e impactadas por fenómenos internacionales, como el proceso de integración que ha desplegado la Alianza del Pacífico.

En conclusión, el cambio del poder en la era digital invita a sopesar cómo el proyecto de integración de la Alianza del Pacífico se dinamiza a

¹⁸ Indudablemente, otros investigadores han hecho considerables contribuciones al campo de estudio y praxis de la diplomacia pública, algunos ya mencionados en otras secciones de este texto. Cabe mencionar a Brian Hocking, Shaun Riordan, Corneliu Bjola, Marcus Holmes, Andreas Sandre e Ilan Manor. En Iberoamérica están, entre otros, César Villanueva Rivas, Javier Noya, Rafael Rubio, Juan Luis Manfredi Sánchez, Marco Vinicio Méndez Coto y César Jiménez-Martínez.

¹⁹ Otro componente relevante de la diplomacia pública ejercida por la Alianza del Pacífico son las becas de intercambio estudiantil y de investigadores.

partir de la multiplicidad de actores, en especial las ciudadanías, y de las acciones de diplomacia pública digital llevadas a cabo en Twitter.

En términos de cómo se analiza la diplomacia pública digital de la Alianza del Pacífico para este texto, se contó con un conjunto de datos directa y generosamente proporcionados por la empresa de monitoreo de redes sociales BrandWatch. El conjunto de datos disponibles corresponde al año 2016, con un total de 2815 tuits. Se justifica tomar este periodo por conveniencia y ser un año que supera las controversias iniciales de otros proyectos de integración existentes, y que se supone estaban en competencia con la Alianza del Pacífico; es ya un tema superado con los llamados hacia la convergencia entre el Mercosur y la Alianza del Pacífico a fines de 2014, y con la llegada de Mauricio Macri a la presidencia argentina.²⁰

El poder digital de la Alianza del Pacífico

La presencia digital de la Alianza del Pacífico es notoria desde sus inicios. Establece tempranamente un sitio *web* bilingüe, y simultáneamente crea y gestiona cuentas en las principales redes sociales. Además, cabe destacar que es significativa la contribución que los ministerios (o secretarías) de relaciones exteriores proporcionan para realzar y amplificar la presencia digital de la Alianza del Pacífico. A la vez, las contribuciones de las cuentas de los presidentes de los Países Miembros de la Alianza del Pacífico también son importantes. Durante 2016, las cuentas de Ollanta Humala/Pedro Pablo Kuczynski, Enrique Peña Nieto, Juan Manuel Santos y Michelle Bachelet permitieron mantener una gran visibilidad del bloque.

²⁰ Véase Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), *La Alianza del Pacífico y el Mercosur: hacia la convergencia en la diversidad*, Santiago de Chile, Cepal, 2014. También el presidente Mauricio Macri ha expresado y demostrado interés en la complementación de ambos bloques. Véase “Macri y Bachelet, por la convergencia del Mercosur y la Alianza del Pacífico”, *El Clarín*, 12 de febrero de 2017, disponible en https://www.clarin.com/politica/macri-bachelet-convergencia-mercosur-alianza-pacifico_0_SIRCF_Adx.html (fecha de consulta: 22 de agosto de 2017).

Tabla 2. Cuentas de Twitter de los Países Miembros de la Alianza del Pacífico

País / Organización	Cuenta en Twitter
Alianza del Pacífico	@A_delPacífico
Chile	@Minrel_Chile @ChileMFA
Colombia	@CancilleriaCol
México	@sre_mx
Perú	@CancilleriaPeru

Fuente: Elaboración propia de los autores.

No obstante, el importante papel que las cuentas de las cancillerías y de los presidentes tienen en dar visibilidad al poder suave y la diplomacia pública digital ejercida de parte de la Alianza del Pacífico, es pertinente indicar cuáles son los grandes mensajes que la organización ha podido compartir por el poder suave que posee y cómo éstos se difunden estratégicamente por medio del poder inteligente y finalmente del poder digital.

Según los datos de Twitter que se examinaron y con base en el nivel de repercusión que generaron en cuanto a “retuiteos” (RT) y la cantidad de “me gusta” (MG), los grandes mensajes son los siguientes:

Para empezar, los mensajes de mayor repercusión²¹ son aquellos que provienen de declaraciones de los presidentes de la Alianza del Pacífico y que implican un compromiso al proyecto. Es decir, los mensajes de “compromiso presidencial” generaron 1697 RT y 477 MG. De manera similar, mensajes dirigidos a fortalecer lazos entre los Países Miembros o de “relaciones intraalianza” generaron 933 RT y 650 MG. En ambos casos, estos mensajes son aquellos que emanan desde la “institucionalidad” o lo oficial,²² aunque en ciertas situaciones en los mensajes de relaciones in-

²¹ Para el análisis se tomaron los 25 tuits con mayor número de RT y otros 25 con mayor número de MG.

²² En general por medio de la cuenta @A_delPacífico se retuitean las declaraciones de los presidentes de sus cuentas personales o de las cuentas de Twitter de cada cancillería.

traalianza hay menciones a terceros con la cuenta de la Cepal o del Banco Interamericano de Desarrollo.

Por otra parte, una serie de mensajes de gran interés fueron aquellos relacionados con el intercambio comercial con Asia (RT: 1546 y MG: 38), al apoyo de la Alianza del Pacífico de terceros (RT: 396 y MG: 0), a otras integraciones (RT: 277 y MG: 0), y la Cobertura Mediática (RT: 74 y MG: 0).

Con base en las temáticas de los tuits durante 2016, se observa que los enfoques comunicacionales de la Alianza del Pacífico orientados por la diplomacia pública apuntan a seguir enfatizando la continuidad por medio de mensajes presidenciales que se relacionan con el compromiso, a pesar de la llegada de nuevos mandatarios (como fue el caso de Perú), pero que principalmente llevan a cabo los presidentes Peña Nieto y Santos (Tabla 3). Así, las figuras presidenciales mantienen un papel importante que implica defender y promover la Alianza del Pacífico desde su solidez a lo largo del tiempo y los frutos económicos-comerciales que ha brindado a la fecha.

Tabla 3. Lista de cuentas en Twitter de las autoridades o instituciones a las que se hizo mención en la cuenta @A_delPacífico

Cuenta	Autoridad o institución	Tuits
@juanmansantos	Presidente Juan Manuel Santos	32
@epn	Presidente Enrique Peña Nieto	30
@mincetur	Ministerios de Comercio Exterior y Turismo (Perú)	27
@ollanta_humalat	Presidente Humala	26
@mineduperu	Ministerio de Educación (Perú)	24
@cancilleriaperu	Ministerio de Relaciones Exteriores (Perú)	22
@el_bid	El Banco Interamericano de Desarrollo	22
@ppkamigo	Presidente Kuczynski	21
@heraldomunoz	Canciller Herald Muñoz (Chile)	14

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Desde el punto de vista de la taxonomía de Cull de la diplomacia pública, los mensajes recién descritos se asemejan a la defensoría del proyecto (*advocacy*, en inglés). Además, Twitter, como canal propio y de alcance global, cabe en la definición de radiodifusión internacional de un actor internacional, en la cual la Alianza del Pacífico y los Estados Miembros informan utilizando sus respectivas cuentas como un canal o medio de comunicación.

De igual modo, en los mensajes relacionados con las relaciones intra-alianza, se visibiliza una cordialidad y coordinación con propósitos comunes dentro de un esquema de integración. De manera consecuente, la diplomacia pública de defensoría es también evidentemente el tipo de acción realizada para que se permita, a los ojos de externos, comprender que el proyecto y sus integrantes están activos y vigentes.

Si se toma en consideración que los documentos que establecen el bloque tienen cierta sintonía con los mensajes presentes en la diplomacia pública digital de la Alianza del Pacífico, además de la estrecha vinculación con cuentas de las cancillerías y las presidenciales, se puede describir los rasgos centrales y de base del poder suave, del inteligente y del digital de la organización regional.

El poder suave es definitivamente de inclusión y de oportunidad económica. Así también, el poder inteligente de la Alianza del Pacífico se enfoca en orientar la interpretación de su relevancia a la región y a otras zonas del mundo en un contexto geoeconómico de oportunidades y desafíos. Es decir, observar y participar en alguna capacidad en el proyecto de la Alianza del Pacífico implica no desaprovechar oportunidades comerciales en un esquema de integración único. Por tanto, estratégicamente dirigido a impactar e involucrar, los mensajes concentran un llamado difícil de ignorar.

Por otro lado, y ciertamente no menos importante, es la participación de la ciudadanía lo que otorga mayor realce y legitimidad al desarrollo de la Alianza del Pacífico. Así, el poder digital abre oportunidades de mayor articulación y de involucramiento a actores de la sociedad civil, de modo que la diversidad de eventos y la conjunción de éstos con acciones por medio de la cuenta @A_delPacífico amplifica y convoca al sector privado a dinamizar y fortalecer las áreas de integración y coordinación de la Alianza del Pacífico.

De manera consecuente, las diversas reuniones técnicas de funcionarios de gobierno fueron sin duda relevantes, aunque son sobre todo los eventos abiertos y organizados para la sociedad civil los que amplían las posibilidades de activar el poder suave, el inteligente y el digital.

El conjunto de mensajes de aquellos identificados en cuanto al involucramiento de la ciudadanía o sociedad civil es quizás lo más llamativo de lo que ha implicado el surgimiento del bloque bajo la coyuntura de digitalización ya descrita. La legitimidad del proceso, y por ende su continuidad, puede potencialmente explicarse, al menos durante los últimos cinco años, por una serie de gestiones de visibilidad y relacionamiento que toma en consideración las lógicas sociopolíticas a la luz de las redes sociales e internet en general. En concreto, generar el compromiso (*engagement* en inglés) de la ciudadanía invitándola a participar en el desarrollo de la Alianza del Pacífico a través de eventos de emprendimiento e innovación, y encuentros de jóvenes y de empleo, son ejemplos de que la sociedad civil puede volverse protagonista. Esta lógica de involucramiento colaborativo y de empoderar “desde abajo” consiste en abrir espacios de participación²³ y de comunicación sobre las iniciativas que originan personas y organizaciones, muchas de ellas no gubernamentales. Esta situación, indudablemente no sería del todo posible sin las plataformas digitales, pero tampoco sin comprender lo que la era digital ha generado en la ciudadanía: una expectativa de potencial incidencia en asuntos públicos y, particularmente en este caso, de una integración en sintonía con los tiempos. Para ilustrar lo anterior, cabe destacar dos tipos de mensajes que generaron un gran número de MG entre los usuarios que siguen la cuenta de la Alianza del Pacífico en Twitter.

En una categoría que se denominó Participación de la sociedad civil, el espectáculo de los Polinesios, jóvenes *youtubers* de México, logró capturar la atención de muchos jóvenes en el marco del segundo Encuentro

²³ Véase Rodrigo Morales Castillo, Gerardo Maldonado y Jorge A. Schiavon, “Las bases sociales de la Alianza del Pacífico”, *Revista Mexicana de Política Exterior*, núm. 106, enero-abril de 2016, pp. 133-164. También, en esta misma línea hay que consignar el fenómeno colaborativo como expresión de lo digital que se ejemplifica en los conceptos *crowdsourcing* y *uberización* de la sociedad en general.

de Jóvenes de la Alianza del Pacífico “Ampliando oportunidades de desarrollo de habilidades y competencias para mejorar el empleo juvenil”. En tres tuits la mención a @PlaticaPolinesi generaría 1041 MG. El trío de hermanos *youtubers* mexicanos representa una importante presencia para acercar a jóvenes de los países de la Alianza a partir de su presencia reconocida en las redes sociales y como ejemplos de innovación para muchos jóvenes, ya que en el encuentro organizado conjuntamente con Nestlé se estuvo de acuerdo con los jóvenes universitarios en anticipar las competencias requeridas al terminar su formación profesional. Aunque los Polinesios fueron parte de un agenda nutrida de jóvenes emprendedores de la AP, su destacada participación fue premiada por el bloque y se convirtieron en “embajadores por los jóvenes” en el segundo Encuentro de Jóvenes de la Alianza del Pacífico llevado a cabo en Chile el 31 de mayo de 2017.²⁴ Así, acercar a las nuevas generaciones por medio de sus principales referentes del mundo de las redes sociales es capturar la esencia clave de la era digital.

En otra categoría más amplia denominada Sociedad civil, la cuarta edición del Foro para el Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico LAB4+, acaparó importantes cifras de interés: 138 RT y 121 MG. Este foro convocó un gran número de emprendedores que presentaron sus productos y servicios (generalmente) tecnológicos a inversores. Según las cifras más notables del evento:

Se inscribieron más de 5000 personas, entre ellas 60 inversionistas de capital de emprendimiento, 750 empresarios o representantes de corporaciones y emprendedores, 50 delegados de organizaciones de gobierno y autoridades públicas, 20 de bancos de desarrollo, 20 de centros de innovación y 50 de incubadoras o centros de emprendimiento de universidades.²⁵

²⁴ Sobre la premiación de los Polinesios, véase Ariel León, “Los Polinesios recibirán premio en Chile”, *El Universal*, 31 de mayo de 2017, disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/espectaculos/farandula/2017/05/31/los-polinesios-recibiran-premio-en-chile> (fecha de consulta: 23 de agosto de 2017).

²⁵ Véase Alianza del Pacífico, “Cuarta edición del Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico LAB4+ generó US \$26 millones en compromisos de negocios”,

De acuerdo con las estimaciones, todas las actividades y negocios derivados del evento sumarían 29 millones de dólares.

En ambos casos, los eventos implican convocar a integrantes de la sociedad civil interesados en oportunidades de negocio, inversión y empleo (particularmente en el último caso, el del encuentro de jóvenes).

En la Tabla 4 se proporcionan los *hashtags* de mayor uso durante el año 2016, los cuales dan cuenta de la gran repercusión de los eventos abiertos a la participación de sociedad civil.

Tabla 4. Frecuencia de uso de *hashtags* en la cuenta de Twitter de la Alianza del Pacífico (@A_delPacífico)

Hashtag	Descripción y posible intencionalidad del <i>hashtag</i>	Tuits
#alianzadelpacífico	Uso para posicionamiento general	403
#ap	Uso para posicionamiento general	259
#xicumbreap	XI Cumbre de la Alianza del Pacífico, Puerto Varas, Chile	190
#lab4	IV Foro de Emprendimiento e Innovación, Lima, Perú	188
#ahora	Uso para posicionamiento general y de intencionalidad informativa	168
#paísesap	Uso para posicionamiento general y destacar áreas de coordinación entre los países miembros	104
#encuentrojovenesap (#encuentrojovenesap)	Primer Encuentro de Jóvenes de la Alianza del Pacífico (en conjunto con Nestlé), Lima, Perú	82
#somosap	Uso para posicionamiento general	68
#forodeeducaciónap	I Foro de Educación, Lima, Perú	65

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Lima, 3 de junio de 2016, en <https://alianzapacifico.net/cuarta-edicion-del-foro-de-emprendimiento-e-innovacion-de-la-alianza-del-pacifico-lab4-genero-us-26-millones-en-compromisos-de-negocios/> (fecha de consulta: 23 de agosto de 2017).

Conclusiones

Los avances en cuanto a la integración económica de la Alianza del Pacífico son indudables, especialmente al considerar que solamente lleva seis años de existencia. A la fecha, sigue habiendo varios proyectos de integración en la región, que en muchos casos se traslapan en funciones y alcances. Indudablemente, la constante del escenario de integración en América Latina es de abundancia, el no involucrar a la sociedad civil de formas novedosas podría ser un síntoma de la razones detrás del porqué no prosperan tras el entusiasmo inicial. Al parecer, no involucrar a la sociedad civil de formas novedosas sería un posible diagnóstico. La Alianza del Pacífico surge en una época digital, de compromiso y de colaboración abierta y pareciera dar pistas sobre cómo hacer que la integración y su consolidación se puedan materializar “desde abajo” (*bottom up*) en conjunción con el *ímpetu* proveniente de los líderes y sus Estados. Por esta razón resulta relevante considerar conceptos del *poder* y los componentes esenciales de la diplomacia pública.

La evolución del poder durante distintos periodos de la historia internacional ha respondido a las coyunturas sociopolíticas y tecnológicas existentes. Primero, el poder duro es uno de larga data en las relaciones internacionales y que en periodos álgidos ha provocado escalamientos de destrucción y muertes de millares, pero también a partir de la disuasión ha logrado convencer a adversarios a negociar salidas pacíficas. Para muchos observadores el fin de la Guerra Fría quedó sin explicación alguna; para otros, la caída del Muro de Berlín y la disolución de la URSS se explica si se toma en cuenta el alcance de los mecanismos de influencia y de persuasión o, en las palabras de Nye, del poder suave. El poder suave fue considerado el antídoto al conflicto por un buen tiempo. Sin embargo, la complejidad del sistema internacional durante los últimos años del siglo XX no dejó del todo claro que el poder suave pueda solucionarlo todo en materias internacionales. El siglo XXI y las diversas y nuevas complejidades del orden mundial trajo la necesidad de repensar y llevar a cabo nuevas estrategias de relacionamiento e interacción entre los Estados, pero también entre actores no estatales. El poder inteligente es la propuesta estratégica para tratar la multiplicidad de problemáticas de nuestra actualidad. El poder inteligente es aquel que consiste en saber cuándo y bajo qué circunstan-

cias combinar el poder duro y el suave, sin necesariamente recurrir a la expresión violenta de sus funciones.

La diplomacia pública, particularmente la diplomacia pública digital, permite articular el poder suave y el inteligente. La diplomacia pública en la era de gran digitalización y colaboración consiste en involucrar y abrir espacios de involucramiento de actores en todos los niveles. Así, la colaboración de Estados, incluyendo a México con sus pares en el bloque, es a nivel estatal, pero son las ciudadanías de los cuatro países las que en la actualidad pueden ayudar a impulsar la consolidación de la Alianza del Pacífico como esquema de integración. La ciudadanía mexicana es un importante actor en este proceso dada su relevancia en cuanto a tamaño y cultura; ejemplo de esto son los Polinesios.

En este artículo, por medio del caso de la Alianza del Pacífico y su uso de Twitter, se trató de destacar que el uso de las redes sociales no es simplemente con propósitos informativos o de carácter anecdótico, dirigidos a públicos pasivos. Si bien el aspecto informativo es útil, los autores argumentamos que una aproximación a las herramientas tecnológicas es una que contempla las implicancias sociopolíticas derivadas de las mismas herramientas. Es decir, a nuestro juicio, la internet y las redes sociales han desplegado el poder digital, éstas, al ser aprovechadas, dinamizan y fortalecen procesos y proyectos políticos regionales. El poder suave y el poder inteligente en este contexto digital implican, por tanto, no desconsiderar lo social que se conjuga entre lo virtual y lo físico. En gran medida, la Alianza del Pacífico, tal como se ha señalado, es producto de la era digital; por tanto, logra convocar y canalizar el poder digital que pertenece a todos.