

Reseñas



Corneliu Bjola y Marcus Holmes (eds.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, Nueva York, Routledge (Routledge New Diplomacy Studies), 2015, 238 pp.

La diplomacia digital está en auge. Así lo demuestra el hecho, de acuerdo con el más reciente estudio de Twiplomacy, que hoy hay 793 cuentas de Twitter que pertenecen a los jefes de Estado y de Gobierno de 173 países (o, lo que es lo mismo, 90% de los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas), con una audiencia combinada de 325 millones de seguidores en el mundo. De igual modo, no es inusual ver cómo las cancillerías experimentan e incursionan con creciente ímpetu y frecuencia en nuevas plataformas y redes sociales digitales.

Pero, ¿qué es exactamente la diplomacia digital? ¿Se trata de una mera extensión de las formas tradicionales de hacer diplomacia, entendida como “la conducción de relaciones entre Estados y otras entidades con interés en la política mundial, por agentes oficiales y medios pacíficos”, si nos atenemos a la clásica definición que nos legó Hedley Bull?, o, por el contrario, ¿implica una revolución en la manera en la cual se conducen esas relaciones interestatales? ¿Cómo se adaptan las cancillerías a la era digital y qué beneficios concretos esperan obtener? Éstas son algunas de las interrogantes que se plantean en el libro *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, cuya coordinación estuvo a cargo de Corneliu Bjola y Marcus Holmes.

Para los coordinadores de esta obra —la cual hace una invaluable contribución al relativamente ignoto terreno de la diplomacia digital—, la incorporación de iniciativas digitales por parte de un creciente número de cancillerías y agentes diplomáticos representa una auténtica revolución. Sin embargo, ésta llega con cierto retraso, habida cuenta de que tiem-

po ha que las empresas, los individuos y, en determinadas esferas de la administración pública, también los Estados, han adoptado la tecnología digital en la gestión de sus asuntos y ésta ha trastocado ya la manera en que las empresas administran sus negocios, los individuos conducen sus relaciones sociales y los Estados se gobiernan.

El objetivo de este libro es doble. Por un lado, a nivel de política pública, en la primera sección, se propone llevar a cabo un análisis sobre cómo las redes sociales afectan las funciones diplomáticas principales de representación, comunicación y gestión de relaciones internacionales, y, con ello, pretende llenar un vacío en la literatura que se dedica al estudio de la diplomacia digital y su grado de efectividad para gestionar el cambio en el entorno internacional, sin tener que depender de teorías prestadas de las relaciones internacionales u otras disciplinas. Por otro lado, a nivel institucional, en la segunda sección los autores exploran el grado en que las cancillerías son capaces de —y tienen interés en— adaptarse a la era digital. Para lograr este cometido, los coordinadores echan mano de un selecto grupo de autores cuyas líneas de investigación o experiencia profesional los vuelven autoridades y expertos en la materia.

En el capítulo inicial de la primera sección, Marcus Holmes asevera que, con la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se ha modificado sustancialmente la manera en que los Estados informan e interactúan con las audiencias extranjeras, al establecer un contacto directo con éstas sin necesidad de pasar por filtros o actores intermediarios. Más aún, Holmes señala que se puede concebir la diplomacia digital como una forma de gestionar el cambio en el sistema internacional. Por ejemplo, el uso de redes sociales, afirma, podría resultar útil para recolectar y monitorear información con el fin de detectar cambios en las preferencias, percepciones y actitudes de un público extranjero sobre la política exterior de un país determinado. A fin de cuentas, nos recuerda que “Twitter tiene que ver más con escuchar que con hablar” (p. 26). Sin embargo, el autor advierte que los contactos de persona a persona seguirán siendo esenciales cuando de construir confianza y manejar situaciones de crisis se trata.

En el segundo capítulo, Sabrina Sotiriu define la *diplomacia digital* —término íntimamente ligado a los conceptos de *poder suave* y *diplomacia pública*—, como el “uso de internet y las tecnologías de la in-

formación y la comunicación para la consecución de objetivos diplomáticos [...] o para resolver problemas” (p. 36). La autora asevera que la diplomacia digital ha cumplido una función democratizadora, lo cual ha sido importante sobre todo para los ciudadanos de “sociedades cerradas”, al ofrecerles un canal de comunicación directa con su propio gobierno y con los de otros países. Sin embargo, pone de relieve la importancia de que los enviados diplomáticos tengan las habilidades y los conocimientos para moverse e interactuar en el entorno digital. Sotiriou indica que la otra cara del paradigma de transparencia, rendición de cuentas y libertad de internet, que vino emparejado con el surgimiento de la diplomacia digital, son los casos de WikiLeaks y las revelaciones de Edward Snowden, lo que pone de manifiesto el carácter ambivalente de las TIC. Además, la crítica medular a la diplomacia digital es que no hay estudio alguno que haya logrado establecer aún una relación causal entre el uso de las nuevas TIC en la diplomacia y su efecto sobre las percepciones de un público extranjero.

Alexis Wichowski está a cargo de una provocadora reflexión en el capítulo “El secretismo es para los perdedores”, en el que hace un alegato a favor del gobierno abierto y la transparencia en la diplomacia. El argumento central es que, para bien y para mal, la creciente digitalización de la vida cotidiana hace que la exposición pública de lo que antes yacía oculto, así como la posibilidad de compartir información, sea mucho más común (y menos costoso) en la actualidad, y que lo peor que puede hacer un gobierno frente a esto es cerrarse, so pretexto de que es la mejor manera de estar seguro. Además, la cultura del secretismo, en vez de facilitar la labor de la diplomacia, la constriñe, al cerrarle puertas y canales que deben permanecer abiertos. En opinión de la autora, la información es el activo más valioso del que dispone un gobierno y sus representantes en el extranjero. Y, si bien no podemos soslayar los riesgos de la transparencia, Wichowski afirma y documenta cómo históricamente las filtraciones de información han sido la excepción más que la norma.

En el siguiente capítulo, Corneliu Bjola y Lu Jiang desarrollan un modelo conceptual para evaluar qué tan efectivas son en la práctica las redes sociales para la diplomacia. A partir del análisis de una muestra de publicaciones en Weibo (red social china similar a Twitter), de tres representaciones diplomáticas en China (Unión Europea, Estados Unidos y Japón)

recolectada durante 50 días, los autores buscan identificar las condiciones en las cuales las redes sociales permiten desarrollar tres aspectos esenciales de diplomacia digital: la definición de agendas digitales, la expansión de la presencia digital y la generación de conversación en el ámbito digital. Cada dimensión busca un aspecto importante para medir influencia: contenido del mensaje, alcance informativo y modo de entendimiento con la audiencia, respectivamente. El principal hallazgo del experimento es revelador: la diplomacia digital (por lo menos en los casos seleccionados) se utiliza principalmente como una vía de comunicación y en mucho menor medida para entablar verdaderos diálogos bidireccionales con la audiencia. Esta conclusión plantea un desafío importante para las cancillerías, al hacer patente que muy probablemente no se está aprovechando a cabalidad el potencial que ofrecen las redes sociales y las TIC en el ámbito diplomático.

En “La selfie de Estados Unidos”, Ilan Manor y Elad Segev llevan a cabo un análisis sobre la “diplomacia de la selfie” —definida como el uso de la diplomacia digital en las actividades de marca país— en el caso de Estados Unidos y aseguran que ésta es particularmente útil para modificar la imagen del país entre públicos extranjeros. Los autores elaboran un diagnóstico de la marca “Estados Unidos” (“America”), y afirman que entró en un periodo de crisis a raíz de la guerra contra el terrorismo internacional y las invasiones en Afganistán e Iraq, por lo que Estados Unidos comenzó a ser visto —en especial en el mundo islámico— como una potencia arrogante, imperialista e, incluso, como una amenaza a la paz mundial. Con base en un análisis de la estrategia de comunicación del Departamento de Estado de Estados Unidos en Facebook durante el último mes de 2013, los autores concluyen que ese país busca proyectarse ya no como el policía del mundo sino como un trabajador social, económicamente responsable, guiado por valores morales y dispuesto a enmendar sus relaciones con el mundo islámico. Así pues, la tarea para un país consiste en plantearse de qué manera desea que los públicos extranjeros lo perciban y qué sistema de valores quiere proyectar, y, en consecuencia, desarrollar campañas *ad hoc* a nivel de las embajadas para potenciar esos atributos.

La segunda sección del libro —dedicada a la dimensión institucional, es decir, qué tal se están adaptando las burocracias en las cancillerías a las

tecnologías digitales—, inicia con un artículo de Amanda Clarke, quien evalúa si la incorporación de herramientas digitales en la diplomacia implica un parteaguas en las labores diplomáticas de Reino Unido y Canadá o si, por el contrario, se trata de “más de lo mismo”. La autora recurrió a documentos oficiales y entrevistó a funcionarios de las cancillerías de ambos países, y encontró que, en principio, hay un reconocimiento tácito de la necesidad de promover una cultura de interconectividad y una actitud de apertura para colaborar con grupos sociales para alcanzar sus objetivos de política exterior. Asimismo, su análisis apunta al hecho de que actores no estatales han cobrado una mayor prominencia —y suponen un desafío al papel monopólico que tradicionalmente estaba reservado a los Estados— para gestionar, por ejemplo, situaciones de emergencias consulares, lo cual es evidente en la creciente utilización de las redes sociales, así como de modelos de colaboración abierta (*crowdsourcing*) y entre pares. Paradójicamente, las entrevistas también revelaron que en la práctica no hay tal novedad en la utilización de herramientas digitales con fines diplomáticos. Lo que es más, un estudio de las cuentas oficiales de Twitter de ambas cancillerías refleja que su uso es sobre todo con fines informativos y basado en un modelo vertical de gestión de la información y la comunicación.

Del mismo modo, Stuart Murray elabora un análisis comparativo sobre los diferentes grados de desarrollo digital de Estados Unidos y Australia para ejemplificar en qué se traduce la brecha digital entre un país avanzado en esa materia y otro que él mismo califica como un “dinosaurio”. Al respecto, asevera que mientras el primero cuenta con suficientes recursos humanos y económicos, así como con una oficina dedicada exclusivamente a la diplomacia digital, y abraza una cultura de innovación y apertura al cambio tecnológico, en el segundo se incuba una cultura resistente al cambio, la innovación y la tecnología, en el que todo lo que suene a diplomacia digital despierta suspicacias y se considera una excentricidad. El autor lleva a cabo un recuento de la exitosa experiencia de Estados Unidos con la diplomacia digital y señala cinco razones por las cuales otros países deberían emularlo: a) la instrumentación de plataformas digitales para la diplomacia puede contrarrestar la típica noción de que la diplomacia es reactiva, aburrida, irrelevante y obsoleta; b) la diplomacia digital proporciona a los individuos un canal de participación

en la política exterior; c) la diplomacia digital aumenta la gestión del conocimiento y promueve la comunicación entre actores diversos entre la cancillería, sus representaciones en el exterior y otras dependencias gubernamentales; d) la digitalización de la diplomacia incrementa su velocidad y reduce su costo, y e) la diplomacia digital amplifica el mensaje diplomático.

En el siguiente capítulo, Karen L. Corrie relata cómo otro tipo de actores internacionales, en este caso la Corte Penal Internacional (CPI), con sede en La Haya, también ha empezado a incursionar en el entorno digital. Así, en el ámbito interno, la CPI pretende gestionar el seguimiento de investigaciones y procesos judiciales, mientras que en el ámbito externo recurre a plataformas digitales (que incluyen, además de su página *web*, sus cuentas en Twitter y YouTube), con el propósito de alterar las percepciones de otros actores, como un modo de granjearse su apoyo y aumentar su legitimidad.

Jon Pelling, quien colaboró como encargado de comunicaciones en la embajada de Suecia en Reino Unido, revisa el proceso de adaptación del aparato burocrático de la Cancillería sueca a la era digital. La experiencia sueca, que va desde la implementación de programas como Diplohack (en conjunto con la diplomacia holandesa) y Sweden@Zambia, hasta el establecimiento de una embajada virtual en Second Life y la iniciativa Curators of Sweden (mediante la cual los ciudadanos pueden administrar la cuenta oficial de Twitter del gobierno) pone en evidencia que Suecia es un ejemplo de un país que ha abrazado con determinación el paradigma de la diplomacia digital (al tener como uno de sus principales promotores al excanciller Carl Bildt). Una de las interrogantes centrales que se plantea Pelling es cómo pueden los agentes diplomáticos contribuir al cambio de mentalidad, minimizar la resistencia institucional e incentivar la adopción de nuevos métodos de comunicación y de relacionamiento en un entorno global. Para el autor, el comportamiento de las instituciones diplomáticas y su manera de actuar se han vuelto la parte central del mensaje o la narrativa que desean transmitir, al surgir nuevas formas de interacción y comunicación, lo que a su vez genera confianza y legitimidad.

En el capítulo que cierra la obra, J. P. Singh elabora una reflexión histórica sobre la evolución del concepto de *poder* en las relaciones internacionales y pone el foco en cómo éste ha mutado en el entorno digital, caracterizado por una superabundancia de información y de nuevas formas de interacción. El autor propone el término de *metapoder* —cuya lógica consiste en que las relaciones interpersonales dan pie a formas de

interacción y significados novedosos— para entender la naturaleza del mundo digital. Por lo tanto, afirma que la diplomacia digital se debe evaluar desde el punto de vista de la comunicación y las relaciones humanas. Particularmente relevantes resultan sus recomendaciones para que los diplomáticos se inserten mejor en el entorno digital: practicar la inmersión cultural —a la semejanza de un antropólogo social o un etnólogo—, saber escuchar y ser un buen observador, son algunas de ellas. Finalmente, ésta es la única manera de establecer un diálogo intercultural y superar el potencial “choque de civilizaciones” del que advertía Samuel P. Huntington.

A guisa de conclusión, Marcus Holmes afirma que en la política pública, las redes sociales digitales afectan la manera en que los diplomáticos hacen su trabajo, desde la recolección de información, hasta los aspectos de negociación; las herramientas digitales alteran la vida cotidiana y dan vida a una nueva serie de posibilidades en el ejercicio de la política exterior. Desde el punto de vista institucional, la revolución digital, advierte el autor, está modificando la cara de las cancillerías, las organizaciones de la sociedad civil y otras organizaciones internacionales.

En suma, la obra *Digital Diplomacy* es una lectura obligada no sólo para quienes se dedican a la diplomacia, sino también para los estudiosos de las relaciones internacionales, y para quienes tengan interés en conocer y analizar el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las diferentes esferas de la administración pública. Sus mayores contribuciones radican en ofrecer una visión académica y práctica de las tendencias en el uso de herramientas de diplomacia digital para la consecución de objetivos de política exterior. En otras palabras, proveen tanto un marco teórico-conceptual original para el estudio de la diplomacia digital como recomendaciones puntuales de política pública que pueden servir de base para el diseño de una estrategia integral en este tema, a partir de experiencias prácticas de diversos países —algo así como el camino andado en el entorno digital hasta la fecha. La diplomacia digital, a pesar de las reticencias que persisten en las burocracias de ciertos países, es más que una tendencia pasajera y, como se aduce a lo largo del libro, se debe concebir más bien como la evolución de las relaciones humanas y entre Estados. Como afirma Joseph Nye, a quien comúnmente se reconoce como el artífice del concepto de *poder suave*, “aquel país que pueda liderar la revolución de la información será más poderoso que cualquier otro”.

Alejandro Ramos Cardoso