

Diplomacia pública 2.0: una propuesta virtual para un mundo real

*Gabriel Terrés C.*¹

La apatía puede ser superada con entusiasmo, el entusiasmo sólo puede ser despertado por dos cosas; primero, un ideal que tome la imaginación por asalto, y segundo, un plan definido e inteligible para llevar ese ideal a la práctica.

ARNOLD J. TOYNBEE

La historia del mundo, según Thomas Carlyle, no es más que la suma de las biografías de los grandes hombres, aquellos que le dan forma al destino colectivo de la especie.² En este sentido, la revista *Time* distingue como la personalidad del año a quien considera el hombre o la mujer más relevante de la esfera política, económica o social del momento. Sin embargo, en 2006, esta casa editorial, desafiando sus nominaciones anteriores,³ otorgó el codiciado reconocimiento al ubicuo “usuario de Internet”. Lejos de reproducir un rostro particular, la portada del

¹ El autor agradece a Sharon Grobeisen y Alina Bassegoda sus comentarios y sugerencias a los borradores de este artículo.

² Lev Grossman, “Time’s Person of the Year: You”, en *Time Magazine*, 13 de diciembre de 2006, en <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>.

³ En 1982 la citada preseña fue otorgada a la “computadora personal”.

respectivo ejemplar fue un espejo, una simple lámina metálica que reflejaba la cara de esa pléyade de usuarios anónimos que “todos los días le disputan el poder a muy pocos; esos usuarios que se ayudan el uno al otro, y que a través de su colaboración están cambiando al mundo”.⁴

Asimismo, el 17 de noviembre de 2009, con el apoyo de distinguidas personalidades, la revista *Wired* lanzó el proyecto “Internet por la paz”, nominando a *Internet* como candidato al Premio Nobel de la Paz 2010. *Internet*, afirmó *Wired*,⁵ no sólo es una red de ordenadores y dispositivos móviles, sino un tejido de un sinnúmero de personas que se conectan entre sí, por medio de la plataforma de relaciones más grande que la humanidad haya tenido jamás. De acuerdo con sus promotores, la poderosa herramienta en cuestión ha sentado las bases de una nueva civilización que está fortaleciendo la dialéctica, la comparación y la solidaridad a través de la comunicación.

Internet o *world wide web* se ha convertido en la plataforma que reúne las pequeñas contribuciones de millones de personas y en la que se da cita una gran comunidad que, como resultado de su interacción, les da sentido. Esta posibilidad tecnológica, denominada web 2.0, se ha convertido en un experimento social masivo con incidencia directa en la vida diaria de las personas, independientemente de su nacionalidad o ubicación geográfica.

Es gracias a esta posibilidad de construir, atender y expandir comunidades de electores, ciudadanos, consumidores, activistas, entre otras, que la web 2.0 se ha convertido en una herramienta invaluable para la sociedad civil, las empresas y el gobierno. Todos ellos, sectores con intereses particulares, están

⁴ L. Grossman, *op. cit.*

⁵ “Manifiesto de Internet por la paz”, 17 de noviembre de 2009, en <http://www.internetforpeace.org/manifiesto.cfm>.

incursionando en el mundo virtual para apuntalar sus relaciones en el mundo real. Todos ellos, comparten, además, la misma incertidumbre: adentrarse en un mundo, hasta hace muy poco, desconocido.

En materia de política exterior, la web 2.0 es una herramienta privilegiada para apuntalar las acciones que desarrollan las cancillerías para incidir en el comportamiento o toma de decisiones de otros gobiernos mediante la movilización de sus ciudadanos o de aquellos grupos cercanos al poder. La web 2.0 permite tener un diálogo directo con esos ciudadanos o grupos que conforman sus audiencias clave. Ciertamente, la planeación e instrumentación exitosa de dichas estrategias no representa un reto menor.

El objetivo de este artículo es presentar las oportunidades que algunos países han identificado para incorporar las herramientas de la web 2.0 a la diplomacia. Se argumenta que, como resultado de los avances de la web 2.0, existe un “campo virtual” fértil para que las cancillerías construyan relaciones en línea con diversos sectores de diferentes países, como ya lo están haciendo la sociedad civil y la iniciativa privada. Se reconoce que por lo novedoso de la práctica, ninguna cancillería está exenta de riesgos; sin embargo, se argumenta que no por ello deben quedarse marginadas ni expectantes, mientras que muchas otras instancias gubernamentales se están arriesgando y están experimentando con diferentes proyectos en línea. Para desarrollar estas ideas, primero se abordan brevemente las posibilidades que ofrece la web 2.0, así como su impacto en la sociedad civil, el gobierno y las empresas; más adelante se hace referencia a la transición de la diplomacia telegráfica a la ciberdiplomacia, y finalmente se aborda el tema de la diplomacia pública 2.0 (DP 2.0).

Es importante mencionar que, si bien los avances tecnológicos han incidido en todos los ámbitos de la política exterior,

este texto se centra en la diplomacia pública. En un texto próximo se habrá de analizar la aplicación de las herramientas que a continuación se identifican en el contexto específico de la política exterior mexicana, así como del ámbito de acción de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Dos punto cero

La web 2.0 representa una segunda generación de comunidades de Internet y de servicios albergados, cuyo objetivo es facilitar la creatividad, colaboración e intercambio entre usuarios.⁶ Entre sus virtudes destaca permitir las contribuciones de los usuarios, promover la inteligencia colectiva, generar efectos de redes y estimular el diálogo entre los cibernautas.⁷

La web 2.0 permite conectarse en formas que no existían antes. Las organizaciones pueden aumentar las relaciones con sus consumidores y potencialmente responder más rápido cambiando las condiciones del mercado al hacer suya la inteligencia colectiva de los clientes. Asimismo, difumina las barreras entre la producción y el consumo de información, así como entre los productores y los consumidores de la misma. Los usuarios han dejado de ser actores pasivos; ahora suben comentarios a foros en línea y *blogs* y expresan sus opiniones respecto de una noticia en tiempo real.

Bondades y vicios de la web 2.0

Si bien para muchos analistas una de las mayores virtudes de la web 2.0 es el aprovechamiento de la inteligencia colectiva,

⁶ *Social Media; Web 2.0; Evolution of the World Wide Web*, mimeo.

⁷ Marcelie Sears, *Web 2.0: The Internet Revolution*, mimeo, 5 de diciembre de 2008.

para otros, la participación de las masas ha fomentado el culto al *amateur* que está devaluando el conocimiento. Andrew Keen sostiene que dicho culto promovido por la web 2.0 está matando la cultura, asaltando la economía y generando un bosque de mediocridad con comentarios políticos no informados, videos caseros, música terrible y una serie de poemas, ensayos y novelas ilegibles.⁸ Lo que define las grandes mentes, señala Keen, es su habilidad para ir más allá de la sabiduría de las masas y de la opinión pública generalizada. El peligro de la web 2.0 es que la red democrática elimine la dictadura de la experiencia, ya que “en lugar de dictadores expertos, tendremos una dictadura de idiotas”. A pesar de la crítica de Keen, esa diversidad de pensamiento —contenida en la web 2.0— permite a las cancillerías conocer los imaginarios colectivos más populares para elaborar estrategias exitosas de diplomacia pública.

De las oportunidades, críticas y virtudes de la web 2.0 se desprenden algunas tendencias que Evan H. Potter resume de la siguiente forma:⁹

Primero, la jerarquía está dando paso a la creación de redes; la apertura del sistema está dejando fuera la secrecía; las ideas y el capital se mueven sin restricciones a lo largo de redes de gobiernos, corporaciones y organizaciones no gubernamentales.¹⁰

Segundo, la *multidireccionalidad* (redundancia y múltiples caminos) en las comunicaciones está reemplazando el modelo tradicional y jerárquico de comunicación (de uno a muchos),

⁸ John-Paul Flintoff, “Thinking Is Over”, en The Times on Line, 3 de junio de 2007, en http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/personal_tech/article1874668.ece.

⁹ Evan H. Potter (ed.), *Cyber Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century*, Montreal, McGill University Press, 2002, pp. 3-5.

¹⁰ *Ibid.*, p. 3.

garantizando que ciertos actores pierdan el control exclusivo de la información.¹¹

Tercero, la tecnología ha dado paso a la convergencia de datos, audio y video. Todo ha quedado reducido a su forma digital, por lo que hoy es posible almacenar cualquier contenido (video, texto y fotos) en cualquier medio, y transmitirlo con costos mínimos mediante cualquier plataforma.¹²

Esta revolución en el manejo de la información ha permitido la interconectividad, la descentralización, la aceleración, la amplificación y la *hipertextualidad*. Existe ahora una desconexión de las transacciones; el lugar físico en donde se realizan dejó de ser fijo para convertirse en virtual.

Cuarto, hay una mayor conectividad entre individuos, instituciones y comunidades. Así, ciertos actores enfrentan nuevas dificultades para controlar la distribución de la información.¹³ Surge entonces una asimetría decreciente, a favor del ciudadano.

Quinto, la línea entre información y entretenimiento se ha difuminado.

En suma, la web 2.0 ha dado paso a un sistema más democrático, transparente y horizontal que permite que cualquier persona pueda generar, almacenar, transmitir y recibir datos, audio y video desde cualquier punto del mundo. Aún más, estos contenidos pueden ser posteriormente comentados, cuestionados y compartidos nuevamente con los ubicuos miembros de su comunidad virtual.

Sociedad civil 2.0

Dos clases de movimientos sociales se han visto particularmente favorecidos por la evolución de las tecnologías de la informa-

¹¹ *Ibid.*, p. 4.

¹² *Ibid.*, p. 5.

¹³ *Ibid.*, p. 6.

ción. Por un lado, ha surgido un movimiento de la sociedad civil transnacional que, gracias a las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), ha convergido en una red global virtual; por otro, han proliferado movimientos generados por ciudadanos al interior de los Estados para luchar en favor de la democracia y los derechos humanos.

Los movimientos de la sociedad civil, allende las fronteras, han identificado en el espacio virtual un punto de encuentro para realizar alianzas alrededor de valores y causas comunes. Sus integrantes comparten un *ethos* y se comprometen a seguir desarrollándolo.¹⁴ Gracias a que las TIC han reducido las distancias físicas, la sociedad civil transnacional ha cubierto todo el globo terráqueo y ha incorporado nuevos ciudadanos y grupos independientes.¹⁵

Clifford Bob sostiene que, en las sociedades postmaterialistas,¹⁶ la gente encuentra temas ideológicos y causas para invertir su tiempo y su dinero. Al identificar temas de interés mutuo, la gente trabaja unida, desarrolla un sentimiento de pertenencia y construye una comunidad virtual (local, regional

¹⁴ Jono Bacon, "Building the New Age of Participation. The Art of Community", en <http://oreilly.com/web2/excerpts/the-art-community/chapter1.html>.

¹⁵ *Idem*.

¹⁶ Entre otras necesidades y valores postmaterialistas, Ronald Inglehart identifica la preocupación por el patrimonio histórico, la importancia de las ideas y de la libertad de expresión, la aspiración a una sociedad menos impersonal, el deseo de participación en el trabajo y en la política o la opinión relativamente favorable al feminismo y al pacifismo. Ernest García, "¿Por qué nos preocupamos por el medio ambiente y por qué esa preocupación es tan frágil?", en Ricardo de Castro (coord.), *Persona, sociedad y medio ambiente: perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad*, Sevilla, Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía, 2006, pp. 41-54, disponible en http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Documentos_Tecnicos/personas_sociedad_y_ma/cap3.pdf.

o global).¹⁷ En esta nueva esfera global se crean redes sociales que, como resultado de la interacción de sus miembros, generan capital social.¹⁸ De acuerdo con Lyda Judson Hanifan:

El individuo es indefenso socialmente si se le deja solo, pero si tiene contacto con su vecino, y ellos a su vez con otro vecino, habrá una acumulación de capital social, que puede inmediatamente satisfacer sus necesidades sociales y tener una potencialidad suficiente para mejorar las condiciones de vida de toda la comunidad.¹⁹

El elemento central para garantizar esa cohesión entre grupos es la comunicación. Ciertamente el debate entre ellos se lleva a cabo con mayor intensidad en el espacio virtual.²⁰ Por ello Manuel Castells llama a Internet un “nuevo espacio de flujos”, que se convierte en la primera fuente para buscar cualquier tipo de información que pueda encontrarse en cualquier parte del mundo.²¹

Este nuevo jugador internacional está constituido por el “deseo o la voluntad de la gente”, que confluye en un movimien-

¹⁷ J. Bacon, *op. cit.*

¹⁸ De acuerdo con Robert Putnam, el “capital social” tiene que ver con aquellas características de la vida social que permiten a los individuos participar unidos eficazmente con el propósito de alcanzar objetivos comunes. La teoría del capital social sostiene que entre más nos relacionemos con otras personas, más confiamos en ellas y viceversa. Robert D. Putnam, “Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America”, *Political Science and Politics*, vol. 28, núm. 4, diciembre de 2005, pp. 664-665, disponible en <http://hci.uma.pt/courses/socialweb09F/11/putnam95.pdf>.

¹⁹ J. Bacon, *op. cit.*

²⁰ Anoush Rima Tatevossian, *Can You Hear Me Now?, Access to ICT Networks as an Imperative for Participation in Global Civil Society*, Center of Public Diplomacy the Annenberg School, USC, 2009, p. 8, disponible en http://uscpublicdiplomacy.org/pdfs/Can_You_Hear_Me_Now-1.pdf.

²¹ *Ibid.*, p. 8.

to social global formado por personas interesadas en una agenda amplia, que entre otros temas incluye el desarrollo social, el medioambiente, la salud y los derechos humanos.²² El movimiento global emergente no es encabezado por líderes visibles, sino por un colectivo de millones de participantes. La clave para su éxito es la interconexión, el contacto permanente que tiene lugar, como ya se ha dicho, en el ciberespacio, en donde los usuarios promueven cualquier tipo de iniciativas instantáneas y masivas.

El sector privado

Un estudio realizado por McKinsey²³ confirmó que la mayoría de las empresas en Estados Unidos están usando cada vez más herramientas y tecnologías asociadas con la web 2.0. De acuerdo con la citada consultora, se observa una inversión continua en herramientas del tipo web 2.0. Además, las compañías que están obteniendo ganancias gracias al uso de estas herramientas están dejando de hacerlo de manera experimental para adoptarlas como parte de una práctica de negocio más amplia. Las empresas que adoptaron dichas herramientas incrementaron el número de sus aplicaciones entre los años 2007 y 2008.

Es importante destacar que en un inicio las empresas encontraron dificultades en el uso de estas herramientas pero, después de un tiempo, casi todas empezaron a ver los beneficios

²² James F. Moore, "The Second Super Power Rears its Beautiful Head", en Jon Lebkowsky y Mitch Ratcliffe (eds.), *Extreme Democracy*, Estados Unidos, Lulu, 2007, p. 37, disponible en <http://www.extremedemocracy.com/chapters/Chapter%20Two-Moore.pdf>.

²³ "Building the Web 2.0 Enterprise", en *The McKinsey Global Quarterly Survey on Web 2.0*, julio de 2008, p. 10; disponible en http://www.mckinseyquarterly.com/Building_the_Web_20_Enterprise_McKinsey_Global_Survey_2174.

derivados de su adopción. Algunas han impulsado cambios en sus prácticas gerenciales así como en sus estructuras organizacionales. Otras, están abriendo sus ecosistemas corporativos y alentando a sus clientes a sumarse al desarrollo de productos y a usar nuevas tecnologías para aprovechar el conocimiento diseminado entre ellos. Cada vez más empresas se enfocan a fortalecer su interacción con los clientes, proveedores y expertos externos; en suma, a construir diversas redes concéntricas.

Por otro lado, existe una gran discusión sobre cómo entablar una conversación con los clientes. Entre las principales variables que se deben considerar se encuentran la pertinencia de las herramientas, el tono y los protocolos para entablar dichos diálogos. Las conversaciones empresa-clientes han cambiado; hasta hace algunos años muchas se sentían cómodas con solo difundir información. Sin embargo, Jack Welch²⁴ asegura que en la actualidad hay dos fuentes de ventaja competitiva para las empresas: a) la habilidad de aprender más de los clientes y de hacerlo más rápido que la competencia, y b) la habilidad de transformar ese aprendizaje en acciones concretas más rápido que las otras empresas. Mediante las redes sociales, las empresas están aprendiendo de los clientes, los proveedores y sus mismos empleados.

En lo que se refiere al tono para llevar a cabo este diálogo, el *Cluetrain Manifesto*²⁵ señala que si las corporaciones no hablan con una voz cálida suenan huecas, opacas y básicamente inhumanas; aquellas que hablan el lenguaje del charlatán tampoco logran captar la atención de sus clientes. Por ello, el Manifiesto recomienda que las empresas tengan valores, humildad, honestidad y un punto de vista sincero. Necesitan compartir

²⁴ Brian Solis, "In Social Media, Collaboration is King", en BrianSolis.com, en <http://www.briansolis.com/2009/10/in-social-media-collaboration-is-king>.

²⁵ Rick Levine, Christopher Locke, Doc Searls, David Weinberger, *The Cluetrain Manifesto*, en <http://www.cluetrain.com/>.

las preocupaciones de sus comunidades. Los clientes no quieren conversar con charlatanes ni con vendedores ambulantes. Quieren acceso a la información corporativa, a los planes y estrategias, a las ideas y al conocimiento genuino, no a los folletos ni a una página web sobrecargada “de chucherías” visuales, pero con muy poca sustancia.²⁶

Los empleados quieren conversar directamente con sus clientes, pero también desean dialogar usando su voz, no frases trilladas, escritas en un guión. El lenguaje inflado y pomposo que utilizan las corporaciones en la prensa o en las conferencias, según el Manifiesto, no tiene nada que ver con la gente.

En este sentido, IBM²⁷ promueve el uso de las herramientas web 2.0 entre sus empleados y ha creado reglas y lineamientos para que participen en foros y otras plataformas sociales.²⁸ Entre otras cosas se les pide conocer y seguir el código de conducta de negocios de IBM: ser responsables profesionalmente del contenido que publiquen; firmar las entradas con su “nombre de pila” y, de ser necesario, incluir el puesto; escribir siempre en primera persona y aclarar que está hablando por sí mismo y no a nombre de IBM; respetar a la audiencia, e investigar quien más está “blogueando” y publicando sobre los mismos temas, y citarlo.

Los gobiernos y la web 2.0

En la convención del Partido Laborista, en septiembre de 2006, el entonces primer ministro de Reino Unido, Tony Blair, destacó las oportunidades de las tecnologías para fortalecer la rela-

²⁶ *Idem.*

²⁷ IBM, “IBM Social Computing Guidelines; Blogs, Wikis, Social Networks, Virtual Worlds and Social Media”, en <http://www.ibm.com/blogs/zz/en/guidelines.html>.

²⁸ *Idem.*

ción gobierno-ciudadano. La “Generación Google”, aseguró, se ha movido más allá de los esquemas tradicionales de horarios como de “9 a 5” o “cerramos los fines de semana y días feriados”. “La tecnología ha empoderado a los ciudadanos”, afirmó Blair durante su alocución.²⁹ En este sentido, la consultora Deloitte sostiene que, debido a que el mundo de hoy está altamente “tecnologizado”, es necesario contar con gobiernos expertos en tecnología que hagan frente a las demandas de sus ciudadanos, que están cada vez más conectados y que exigen servicios más rápidos y eficientes.³⁰

La denominada Generación Google está formada por ciudadanos nacidos después de 1980; son personas entusiastas, dispuestas a tomar riesgos, tecnológicamente creativas e innovadoras; están motivadas a descubrir individualmente nuevos nichos, comunidades y tiendas en el ciberespacio. Son jóvenes activos socialmente y desconfiados del control central. Cuentan con redes personales para tomar y ejecutar sus decisiones, influir sobre sus públicos objetivo y distribuir su propio contenido.³¹ Es una generación integrada por comunidades amplias con valores diversos que se extienden a lo largo de un espectro de opinión y (des)información generada por ellos mismos, que tienen diferentes perspectivas políticas, culturales y religiosas.

Todas las áreas de gobierno han tenido, ciertamente, que explorar diversas vías para dar cauce a las demandas y expectativas de la denominada Generación Google. Antes de abordar la práctica mediante la cual las cancillerías pueden atender

²⁹ William H. Dutton y Malcom Peltu, *Reconfiguring Government-Public Engagements. Enhancing the Communicative Power of Citizens*, Oxford Internet Institute (Forum Discussion Paper, 9), abril de 2007, p. 2, en <http://people.oii.ox.ac.uk/dutton/wp-content/uploads/2007/04/FD9.pdf>.

³⁰ Deloitte, *Change your World or the World Will Change you. The Future of Collaborative Government and Web 2.0*, en http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Canada/Local%20Assets/Documents/ca_govt_web20_mar08_EN.pdf.

³¹ W. H. Dutton y M. Peltu, *op. cit.*, p. 5.

esta nueva forma de relacionarse con sus ciudadanos y con personas en el resto del mundo, en la próxima sección se presenta un breve esbozo de la incidencia que han tenido las TIC en la conducción de la política exterior.

De la diplomacia telegráfica a la ciberdiplomacia

Si bien la revolución tecnológica ha trastocado todas las disciplinas, las comunicaciones y la información siguen siendo elementos centrales para las relaciones internacionales; por tanto, cualquier cambio en las modalidades de las comunicaciones y los sistemas de información tendrá implicaciones directas en la diplomacia.³² A lo largo de la historia, los diplomáticos han adecuado su oficio para hacer frente a las transformaciones políticas, económicas, tecnológicas y sociales de la época. El ingreso de una serie de factores y condicionantes a las relaciones internacionales,³³ como la creciente importancia de la opinión pública, la revolución tecnológica y el surgimiento de medios globales de comunicación que transmiten en tiempo real desde cualquier parte del planeta, ha generado una gran presión para continuar adecuando y modernizando la práctica diplomática con nuevas acciones que permitan apuntalar el flujo de información desde las instancias gubernamentales, particularmente desde las cancillerías, hasta la sociedad en su conjunto.

Con el objeto de enfrentar esa realidad, las cancillerías de muchos países están aprovechando las oportunidades que ofre-

³² Jovan Kurbalija, *Cyber Public Diplomacy. Background Paper for the 2009 Summer Institute in Public Diplomacy*, mimeo, Center for Public Diplomacy at the Annenberg School, USC, Los Angeles.

³³ Piero Ostellino, "Diplomacia", en Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino, *Diccionario de Política*, México, Siglo XXI Editores, 1998, pp. 504-505.

ce la web 2.0. Estados Unidos, Reino Unido, China e India, por mencionar algunos, han desarrollado acciones específicas haciendo uso de las TIC para entablar un diálogo directo con otros gobiernos, sobre todo, con nuevos actores emanados de la sociedad civil o del sector privado de otros Estados. Esta práctica es conocida como diplomacia pública en línea, ciberdiplomacia o DP 2.0.

Antes de abordar el tema de DP 2.0 es importante señalar que con anterioridad a la web 2.0, uno de los grandes cambios experimentados por el oficio del que este texto se ocupa fue la incorporación del telégrafo. Si bien en la actualidad este acontecimiento parecería inocuo, basta con recordar la reacción del diplomático británico lord Palmerston cuando recibió el primer mensaje telegráfico: “¡Dios mío, es el fin de la diplomacia!”³⁴

El telégrafo, inventado por Samuel Morse en 1832, introdujo importantes cambios estructurales en la vida política, económica y social del siglo XIX: separó las comunicaciones de los transportes —por primera vez dejó de ser necesario enviar un “cable” por mensajería física.³⁵ Se acortaron las distancias y, sobre todo, el tiempo. El telégrafo fue, además, el catalizador de la primera globalización económica que tuvo lugar al final del siglo XIX y dio origen a una de las primeras organizaciones internacionales, la Unión Telegráfica Internacional (ITU, por sus siglas en inglés).

El impacto del telégrafo en la práctica de la diplomacia fue mayor; por primera vez las representaciones de los países en el exterior estuvieron conectadas entre sí y con su capital. Desde entonces, en lugar de semanas o meses, las comunicaciones (sobre todo las instrucciones y directrices) tomaron sólo minutos

³⁴ Henry John Temple, tercer vizconde de Palmerston (1784-1865), fue diplomático y primer ministro de Reino Unido en dos ocasiones (1855-1858 y 1859-1865).

³⁵ J. Kurbalija, *op. cit.*

en llegar a sus altos destinatarios. De esta manera, lord Palmerston, al igual que otros embajadores, perdió un poco de esa independencia y de esa libertad extraordinaria y plenipotenciaria que otorgaba la distancia.

A pesar de mantener algún rezago frente a los avances tecnológicos, la práctica diplomática ha evolucionado gradualmente. Como lo demanda su oficio, los funcionarios aludidos continúan, hoy en día, comunicándose en todo momento a través de las tecnologías a su alcance, recolectando información, interpretándola, y basando sus decisiones de política exterior en la inteligencia disponible,³⁶ como lo expuso Julian Assange vía su organización Wikileaks.³⁷

El avance en las TIC y la expansión del transporte —con la consiguiente reducción del precio de los viajes transnacionales— han acelerado el ritmo del oficio diplomático y han incrementado su complejidad. Como resultado de lo anterior, el ciudadano promedio ha incursionado en un mundo global que estaba reservado para muy pocos. Los puntos de contacto de cualquier individuo frente al resto del mundo y sus oportunidades de influir en él se han incrementado exponencialmente.

A continuación, se hace un breve recuento de esos cambios que obligan a las cancillerías a modernizar la práctica diplomática tradicional (concepto que se aborda más adelante) y a explorar las posibilidades que ofrece la DP 2.0.

Avances tecnológicos. Han provocado la desaparición de intermediarios en diversas actividades económicas.

Democratización y cambios políticos y culturales en las sociedades. Desde el término de la Guerra Fría, más de cincuenta

³⁶ *Idem.*

³⁷ Julian Assange fue el ganador de la encuesta a la nominación personaje del año de la revista *Time* en 2010, aunque el premio fue otorgado a Mark Zuckerberg, presidente fundador de Facebook.

países han optado por un régimen democrático.³⁸ La sociedad civil ha adquirido, por tanto, un papel más relevante en las decisiones de gobierno. Se observa una mayor participación pública y activismo en temas específicos.

Incremento en la colaboración y participación de jóvenes en redes. Se ha registrado un incremento exponencial en la participación en las redes sociales con un sesgo demográfico hacia aquellos individuos entre 19 y 31 años de edad (miembros de la Generación Google).

Nuevos actores. Como resultado de los cambios en el escenario internacional, han aparecido nuevos actores que han cobrado creciente importancia. El monopolio de los diplomáticos y las elites políticas en las relaciones internacionales ha sido minado por el fortalecimiento de empresas transnacionales, organizaciones no gubernamentales, líderes religiosos, grupos de interés, entre otras.

Globalización y nuevos temas en la agenda. La globalización incrementó la interdependencia del mundo moderno e introdujo nuevos temas a la agenda internacional. Dada la complejidad de estos temas, los Estados nacionales han demostrado no poder resolverlos por sí solos, alentando una coordinación global con otros actores alrededor de ellos.

Comunicaciones globales: de muchos a muchos. La interlocución solía ser exclusivamente entre países, ahora, como resultado de los avances tecnológicos, existe un diálogo ilimitado e intercambio de información permanente entre ciudadanos alrededor del mundo.³⁹ Esa disponibilidad de información les permite acercarse cada vez más a asuntos internacionales que

³⁸ Piero Scaruffi, *Democratic Regimes and When they Became Democratic*, en <http://www.scaruffi.com/politics/democrat.html>.

³⁹ Gordon Smith y Allen Sutherland, "The New Diplomacy: Real-Time Implications and Applications", en E. H. Potter, *op. cit.*, p. 156.

eran relegados por los temas internos. Corresponde a las autoridades realizar un mejor trabajo explicando a sus ciudadanos los principales asuntos de política exterior, particularmente el vínculo de éstos con su vida cotidiana.

Noticias 24/7 en “tiempo real” y al alcance de todos. El denominado “Efecto CNN” tiene que ver con la creciente velocidad de mensajes y acciones diplomáticas que deben tomarse frente a la inmediatez de las noticias difundidas por los medios globales que transmiten las 24 horas de los 365 días del año.⁴⁰ Existe el sentimiento y la presión del público de que frente a las emergencias internacionales “algo se tiene que hacer” y pronto. De lo contrario, los políticos aparecen frente a los medios como perdidos o sin control sobre los eventos relevantes.⁴¹ Esta inmediatez ha generado también que las declaraciones que los gobernantes hacen en el extranjero impacten rápidamente el debate público de sus naciones. Asimismo, lo que los gobernantes declaren o hagan en casa afecta rápidamente sus operaciones en el extranjero.⁴²

Plenitud de información. La información dejó de estar controlada central y jerárquicamente, ahora fluye por redes de manera descentralizada.⁴³ Esta nueva dinámica ha generado una gran dificultad para que los gobiernos controlen la información, su contenido, influencia y distribución. A pesar de que los Estados han perdido el monopolio de la comunicación, aún mantienen un acceso privilegiado a la información y tienen la

⁴⁰ Eytan Gilboa, “Real-Time Diplomacy: Myth and Reality”, en E. H. Potter, *op. cit.*, p. 87.

⁴¹ *Ibid.*, p. 89.

⁴² E. H. Potter, *op. cit.*, p. 7.

⁴³ Rita J. King y Joshua S. Fouts, *Digital Diplomacy, Understanding Islam through Virtual Worlds*, Nueva York, Carnegie Council, 2009, p. 15, disponible en http://www.policyinnovations.org/ideas/policy_library/data/01510/_res/id=sa_File1/PolicyPaper_DigitalDiplomacy.pdf.

capacidad de proyectar su imagen y voz ante la emergente hipermedia.⁴⁴

Diplomacia pública y DP 2.0

Los cambios aludidos en las secciones anteriores han obligado a las cancillerías a atender nuevos públicos que hasta hace pocos años estaban marginados. Asimismo, las cancillerías compiten actualmente por la atención de dichos públicos y se ven “forzadas” a utilizar prácticas más atractivas para comunicarse. Una de ellas es la diplomacia pública.

El marco teórico que permite entender esta práctica está aún en construcción. Sin embargo, cada vez son más los centros académicos y gubernamentales que estudian y analizan sus alcances. Entre aquellos que han tratado de definirla, se identifican tres principales líneas de pensamiento: los primeros se centran en el estudio de los actores responsables de conducir la diplomacia pública. El director de la Escuela Fletcher en los años sesenta, Edmund A. Gullion, sostenía que la diplomacia pública es “un conjunto de estrategias a través de las cuales gobiernos, grupos privados e individuos influyen en las actitudes y opiniones de otros gobiernos e individuos para incidir en sus decisiones de política exterior”.⁴⁵

Otros se enfocan en los objetivos. Gifford Malone, por ejemplo, señala que la diplomacia pública es una “comunicación directa con gente extranjera que se realiza con el propósito de afectar su pensamiento y, finalmente, el de sus gobiernos”.⁴⁶

⁴⁴ *Idem.*

⁴⁵ Public Diplomacy Alumni Association, *What is Public Diplomacy*, en <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>

⁴⁶ Gifford Malone, “Managing Public Diplomacy”, en *Washington Quarterly*, vol. 8, núm. 3, verano de 1985, p. 199, citado en Eytan Gilboa, “Searching for a

Esta definición sugiere un proceso de dos vías: el gobierno extranjero realiza una campaña de acercamiento a la gente de un tercer país para que ellos a su vez presionen a su gobierno para que cambie la forma de dirigirse al otro país, adoptando así políticas más amigables hacia el Estado que inició la campaña. La agencia de Información de Estados Unidos (extinta en 1999) sostenía que “la diplomacia pública busca promover el interés nacional de Estados Unidos comprendiendo, informando, e influenciando la audiencia exterior”.⁴⁷

Los terceros se centran en actores y contenidos. Hans Tuch define la diplomacia pública como el proceso de comunicación de un gobierno con públicos extranjeros, en un intento por promover un mayor entendimiento sobre las ideas e ideales, instituciones y su cultura, así como de sus metas y políticas nacionales.⁴⁸ De acuerdo con Eytan Gilboa, Howard H. Frederick complementa lo anterior añadiendo información sobre contenidos específicos: actividades dirigidas a los campos de la información, actividades educativas o culturales, cuyos objetivos son influir a gobiernos extranjeros, incidiendo primero en sus ciudadanos⁴⁹ con el propósito de mejorar sus relaciones, imagen y reputación en ese país.⁵⁰

Theory of Public Diplomacy”, en *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, núm. 1, marzo de 2008, p. 57, disponible en <http://rensmicrodiplomacy.files.wordpress.com/2011/01/searching-for-a-theory-of-public-diplomacy.pdf>.

⁴⁷ Javier Noya, *Una diplomacia pública para España* (DT 11/2006), documento de trabajo, Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 15 de junio de 2006, p. 2, disponible en http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/247/247_Javier_Noya_Diplomacia_Publica_Espana.pdf.

⁴⁸ Hans Tuch, *Communicating with the World: US Public Diplomacy Overseas*, Nueva York, St Martin's, 1990, p. 3, citado en E. Gilboa, “Searching...”, p. 57.

⁴⁹ Howard H. Frederick, *Global Communication and International Relations*. Belmont, CA, Wadsworth, 1993, p. 229, citado en E. Gilboa, “Searching...”, p. 57.

⁵⁰ Joshua S. Fouts (ed.), *Public Diplomacy. Practitioners, Policy Makers and Public Opinion. A Report of the Public Diplomacy and World Public Opinion*

De acuerdo con Nicholas J. Cull,⁵¹ la diplomacia pública ha adquirido la forma de contacto directo entre un gobierno y la población de otro Estado. El emisor no siempre se aproxima de manera directa a un público de masas, sino que suele atender a individuos (*influenciadores*) que se ha trazado como objetivo, quienes a su vez inciden en el resto de la comunidad. No siempre es un esfuerzo inmediato. En todos los casos, el método representa alguna forma de compromiso con un público extranjero. Jill A. Schuker, alto funcionario del Consejo Nacional de Seguridad de Estados Unidos (en 2004), sintetizó la diplomacia pública como la comunicación efectiva con públicos clave alrededor del mundo.

En este sentido, la diferencia entre la diplomacia tradicional y la pública radica en que la segunda “promueve interacción no sólo con los gobiernos, sino fundamentalmente con individuos y organizaciones no gubernamentales”.⁵² Para Victor Oviacionayi,⁵³ la primera se utiliza en la negociación de acuerdos, en “conversaciones detrás de la escena y al margen de los debates” y se practica únicamente entre representantes gubernamentales. En la segunda, los modos de hacer diplomacia cambian; el sujeto adquiere nuevas dimensiones en el uso de la información. Taylor sostiene que la diplomacia pública efectiva debe trabajar “como mano y guante” con la diplomacia tradicional.⁵⁴

Forum. April 9–11 2006. Washington, D.C., Los Ángeles, USC Center on Public Diplomacy, p. 7, disponible en http://uscpublicdiplomacy.org/pubs/reports/060926_fouts.pdf.

⁵¹ Nicholas J. Cull, “Diplomacia pública: consideraciones teóricas”, en *Revista Mexicana de Política Exterior*; núm. 85, febrero de 2009, p. 57.

⁵² J. Noya, *op. cit.*, p. 3.

⁵³ Victor Oviacionayi Iyamu, “Diplomacia pública en la bibliografía actual”, en *Ámbitos*, núms. 11 y 12, 2004, pp. 215-236, disponible en http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11_12/iyamu.pdf.

⁵⁴ Humphrey Taylor, “The Practice of Public Diplomacy”, en J. S. Fouts, *op. cit.*, p. 49.

A la vertiente de la diplomacia pública que aprovecha la nueva generación de las TIC (particularmente de la web 2.0) para escuchar, entablar diálogos e influenciar a públicos objetivo con el propósito de crear un ambiente favorable para alcanzar objetivos de seguridad nacional, políticos, culturales o económicos,⁵⁵ se la ha denominado DP 2.0 o ciberdiplomacia pública. James Glassman,⁵⁶ ex subsecretario del Departamento de Estado, señala que mediante la DP 2.0 se trata de promover plataformas virtuales que reúnan a gente de diversas partes del mundo para hablar, criticar y debatir. Dicha interacción virtual provee un medio para explorar caminos productivos para canalizar conflictos sin la amenaza de la violencia y la intimidación.⁵⁷ De esta manera, la DP 2.0 capitaliza una de las mayores virtudes de la web 2.0: conecta a la gente, despertando su creatividad y sentido de colaboración. Por ello, es importante reiterar que, aunque requiere de las nuevas tecnologías para su éxito, la DP 2.0 es una práctica, no una tecnología.

Usos de la diplomacia pública en línea

Los principales ámbitos en los que las cancillerías están aprovechando las posibilidades que ofrece la DP 2.0 son los siguientes:

Netpolitik, conectar actores y construir redes. La teoría de las redes cobró mayor relevancia en la década de 1990, en el marco de la discusión del fin de la Guerra Fría y de un nuevo orden internacional, particularmente con el surgimiento de

⁵⁵ Darren Krape, "Definitions of Public Diplomacy 2.0", en Public Diplomacy 20 Working Document, en <http://publicdiplomacy.pbworks.com/w/page/19762581/Public-Diplomacy-20-Working-Document>.

⁵⁶ Craig Hayden, "Soft Power and Open Source Ethics of Public Diplomacy", en The CPD Blog, 7 de enero de 2009, en http://uscpublicdiplomacy.org/index.php/newswire/cpdblog_detail/soft_power_and_the_open_source_ethics_of_public_diplomacy_20/.

⁵⁷ R. J. King y J. S. Fouts, *op. cit.*, p. 4.

nuevos actores no estatales. Estas discusiones se vieron complementadas con las implicaciones que tuvieron las TIC en la diplomacia, y en particular en cómo éstas redujeron los costos de transacción y favorecieron la construcción de redes frente a las estructuras jerárquicas tradicionales. Se le denominó *Netpolitik* al nuevo estilo de diplomacia que busca explotar las capacidades de Internet para dar forma a la política, cultura, valores e identidad personal a partir del poder blando de los Estados.

Robin Brown⁵⁸ ha enriquecido el análisis de la diplomacia de redes incorporando elementos de la teoría de las redes sociales, que argumenta que el mundo está compuesto por relaciones y que la configuración de éstas constituye una estructura social que constriñe y posibilita la acción social. Sostiene que una red emerge cuando las relaciones se ensamblan en una imagen del mundo social. Los individuos, como las organizaciones, tienen un rango de relaciones de diversos tipos que pueden distinguirse por su contenido, fortaleza o valor. Sin embargo, de acuerdo con Brown, las relaciones de cada agente limitan o posibilitan la construcción de otras nuevas. Esto se debe a que el mantenimiento de ciertas relaciones tiene costos implícitos frente a las demás y frente a la posibilidad de construir otras. Asimismo, en la medida en que el número de relaciones se incrementa, el contenido de las mismas se homogeniza y su importancia relativa disminuye.

Facilitar la comunicación, moldear y dirigir el debate. La DP 2.0 se vale de las nuevas herramientas tecnológicas para

⁵⁸ Robin Brown, "Diplomacy, Public Diplomacy and Social Networks", ponencia presentada en la International Studies Association Annual Conference "Global Governances: Political Authority in Transition", Montreal, 16 de marzo de 2010, disponible en http://www.allacademic.com/one/www/www/index.php?cmd=Download+Document&key=unpublished_manuscript&file_index=2&pop_up=true&no_click_key=true&attachment_style=attachment&PHPSESSID=4156c462bd0575e3be900c5d89b4e7f1.

apuntalar los objetivos de política exterior, para conectarse con otros gobiernos, pero también para vincularse con sus propios ciudadanos y con los ciudadanos de otros países.⁵⁹ La web 2.0 ha brindado a las cancillerías la posibilidad de realizar tareas de promoción a través de la colaboración en línea con diversos actores.

Asimismo, frente a la plétora informativa a la que se ha hecho referencia, los gobiernos con frecuencia tienen que aclarar notas periodísticas nacionales e internacionales. Su mensaje corre el riesgo de difuminarse a menos de que el gobierno “salga” directamente y sin intermediación a presentar sus argumentos frente a sus audiencias clave. Por lo anterior, es responsabilidad de las cancillerías, en particular de los encargados de conducir las tareas de diplomacia pública, identificar los canales y las formas más atractivas para proyectarse al mundo a través de la red. Un principio básico de la comunicación estratégica es que la ausencia de un debate genera el riesgo de que las políticas de un gobierno sean reinterpretadas o mal interpretadas, tanto por sus aliados como por sus competidores.⁶⁰

Fortalecer el “poder blando”. Es responsabilidad de la diplomacia pública, entre otras tareas, dar a conocer y promover la cultura, los valores y las tradiciones de los Estados.⁶¹ La diplomacia pública promueve un verdadero intercambio de puntos de vista sobre culturas y tradiciones con ciudadanos de otros Estados. Cada vez más, la gente está recurriendo a plataformas virtuales para contar sus historias, compartir su reli-

⁵⁹ Colleen Graffy, “The Rise of Public Diplomacy 2.0”, en *The Journal of International Security Affairs*, otoño de 2009, núm. 17, en <http://www.securityaffairs.org/issues/2009/17/graffy.php>.

⁶⁰ E. H. Potter, “Web 2.0 and the New Public Diplomacy: Impact and Opportunities”, en *Foreign and Commonwealth Office website*, en <http://tna.europarchive.org/20081025031647/http://www.fco.gov.uk/en/about-the-fco/publications/publications/pd-publication/web-2>.

⁶¹ R. J. King y J. S. Fouts, *op. cit.*, p. 14.

gión, su cultura y hablar sobre ellos mismos. En la actualidad, la inmersión en narrativas creativas permite a la gente participar en la formación de una nueva historia global y convertirse en protagonista de una narrativa activa que evoluciona mediante la participación de todos.⁶² El éxito se deriva de generar los espacios virtuales que alienten o permitan el desarrollo de estas conversaciones, o simplemente en permitir y alentar el diálogo entre personas de diferentes países por medio de cualquier plataforma virtual.

Atención a las diásporas. Una de las ventajas más significativas que ofrece la web 2.0 a la diplomacia pública tiene que ver con las diásporas, poblaciones nacionales o étnicas que se encuentran dispersas en el mundo. Internet se ha convertido en la plataforma que ha permitido a grupos geográficamente aislados, que comparten una historia y una cultura, organizarse en amplias comunidades virtuales.⁶³ La web 2.0 les brinda un punto de encuentro virtual y la posibilidad de desarrollar un grado de cohesión que no tenían antes.

Herramientas de la DP 2.0

Para atender los propósitos identificados en la sección anterior, la DP 2.0 se vale de las siguientes herramientas, que combina o no dependiendo del objetivo de la campaña en cuestión.

Blogs. Término derivado de la palabra weblogs. Son diarios personalizados frecuentemente actualizados y escritos en un tono personal en donde las entregas (o *posts*) son ordenadas de manera cronológica inversa. Pueden vincularse a otros textos y

⁶² *Idem.*

⁶³ David Bollier, *The Rise of Netpolitik. How the Internet is Changing International Politics and Diplomacy*, Washington, D. C., The Aspen Institute, 2003, p. 41, disponible en http://www.ucm.es/info/sdrelint/ficheros_materiales/materiales0415.pdf.

artículos. Se utilizan para dar contexto a las políticas públicas. No se recomienda para la cobertura de eventos en tiempo real. Son útiles como barómetro de la opinión pública.

Twitter. Ha sido utilizado como una herramienta para informar en tiempo real, movilizar individuos, lanzar campañas de mensajes y entablar relaciones directamente con el público.⁶⁴ Permite interactuar rápidamente con las audiencias objetivo, quienes a su vez pueden retransmitir dicha información a sus contactos. Ha servido para cubrir varias crisis. Muchos mandatarios están optando por utilizar Twitter para compartir, directamente con el público, sus actividades y perspectivas sobre asuntos de interés.

*Facebook.*⁶⁵ Con más de seiscientos millones de usuarios en todos los continentes, es la plataforma de redes sociales más importante del mundo.⁶⁶ El reto es la penetración; se trata de encontrar una comunidad o construirla, atenderla y atraerla para comunicar mensajes precisos. Permite hacer tres cosas que están transformando de manera fundamental las relaciones interpersonales, así como las relaciones organizacionales.⁶⁷ Primero, crea una oportunidad para que la gente vea el mundo a través de las recomendaciones formuladas por sus amigos. En otras palabras, la información que los usuarios reciben de sus contactos ha sido seleccionada por gente que conocen o

⁶⁴ Anna Berthod, “New Technology and New Public Diplomacy”, en *Public Diplomacy Magazine*, en <http://publicdiplomacymagazine.com/new-technology-and-new-public-diplomacy-2/>

⁶⁵ Elliot Schrage, “Interview. New Media Tools and Public Diplomacy”, en Council of Foreign Relations, 11 de mayo de 2009, en http://www.cfr.org/publication/19300/new_media_tools_and_public_diplomacy.html.

⁶⁶ Una red social es una estructura social de nodos (individuos y organizaciones) que están unidos por una o más formas de interdependencia, como valores, ideas, intercambio financiero, amigos, amistad, comercio o rutas aéreas, entre otras.

⁶⁷ Schrage, *op. cit.*

admiran. Segundo, crea un valor agregado por la autenticidad de quienes participan en su comunidad. Tercero, crea un nuevo nivel de rendición de cuentas, porque los gobiernos se percatan de lo que le interesa a la gente, y lo que está pensando al respecto. Por éstas y otras razones, en 2010, la revista *Time* otorgó a Marck Zuckerberg, CEO y fundador de Facebook, la presea de la persona del año.⁶⁸

SecondLife. Cuenta con más de dieciséis millones de usuarios, en su mayoría no estadounidenses. Es una plataforma virtual internacional y flexible.⁶⁹ A manera de ejemplo, la “Segunda Casa de Suecia” es una réplica virtual de la Casa de Suecia (embajada) ubicada en Washington, D. C. Abrió sus puertas en Second Life el 30 de mayo de 2007; fue una de las primeras embajadas en esta plataforma.

Sitios web. Son repositorios de información; están integrados por una “colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de Internet”.⁷⁰ Por su parte, las páginas web son documentos electrónicos compuestos principalmente por información (texto o módulos multimedia) e hiperenlaces; pueden contener aplicaciones interactivas.⁷¹

Aspectos que hay que tener en cuenta en el desarrollo de estrategias de DP 2.0

La instrumentación de una estrategia de diplomacia pública en línea necesita mucho más que un servidor, banda ancha o el soporte tecnológico adecuado. Requiere sobre todo de un cambio de mentalidad. Alec Ross y Jared Cohen, de 39 y 29 años

⁶⁸ *Time*. *Person of the Year 2010: Mark Zuckerberg*, 29 de diciembre de 2010, en <http://www.time.com/time/specials/packages/0,28757,2036683,00.html>.

⁶⁹ R. J. King y J. S. Fouts, *op. cit.*, p.10.

⁷⁰ Wikipedia, *Sitio Web*, en http://es.wikipedia.org/wiki/Sitio_web.

⁷¹ *Idem*.

de edad, respectivamente, son los encargados del desarrollo e instrumentación de las estrategias de DP 2.0 que lleva a cabo el Departamento de Estado de Estados Unidos. Ellos son los responsables de crear herramientas e involucrar a la secretaria Hillary Clinton en su instrumentación, y hacer alianzas con Twitter, Facebook, y demás plataformas en línea. De acuerdo con Ross, la forma tradicional de conducir la diplomacia que “involucraba la emisión de comunicados de prensa, cables diplomáticos y negociaciones exclusivamente entre gobiernos ha quedado atrás”.⁷² Para algunos, el control del mensaje, quién lo dirige y quién lo origina, debería seguir haciéndose a puertas cerradas, pero para muchos otros, señala Ross, la existencia de Twitter, Facebook y otras aplicaciones de las redes sociales lo hacen imposible. “La gente que no entienda estos cambios, no comprende lo que verdaderamente está ocurriendo”.⁷³

Muchos gobiernos tratan de utilizar la DP para transmitir mensajes refinados y controlados bajo un enfoque jerárquico que marca la diferencia de “ellos” y “nosotros”, y por tanto crea falsas divisiones entre los actores.⁷⁴ Existe ahora la necesidad de realizar un “cambio de mentalidad” para entablar comunicaciones de manera simétrica, entre pares, con el propósito de iniciar un esfuerzo colectivo con grupos que son considerados parte de la audiencia objetivo.

Los diplomáticos interactúan ahora en un ambiente que enfatiza el contacto entre pares y por tanto diversos académicos señalan que es necesario que dejen de aferrarse a las ideas

⁷² Jesse Lichtenstein, “Digital Diplomacy”, en *The New York Times Magazine*, 12 de julio de 2010, en <http://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html>.

⁷³ *Idem*.

⁷⁴ Ali Fisher, “Gov 2.0, a New Year, and a New Approach to Public Diplomacy? Or what does ‘Many to Many’ Actually Mean?”, en *Wandren PD*, 28 de diciembre de 2009, p. 3, en <http://www.wandrenpd.com/wp-content/uploads/2009/12/Gov-2-0-What-does-many-to-many-mean.pdf>.

de jerarquía. Se necesitan promover conversaciones y desarrollar relaciones, en lugar de buscar nuevas forma de proyectar mensajes unidireccionales. No tiene sentido usar herramientas 2.0 por el simple hecho de usarlas.⁷⁵ Lo que se requiere es promover una combinación efectiva de nuevas herramientas —utilizadas en los términos que el público lo desea— con una nueva mentalidad.

Además de este cambio de mentalidad, es necesario contar con la infraestructura operativa necesaria para avanzar en estos temas. Por ejemplo, Estados Unidos, China, India, Reino Unido y otros países han creado oficinas dentro de sus cancillerías para promover y desarrollar iniciativas de DP 2.0 y apoyar las actividades de sus embajadas en este ambiente digital. Además, para contribuir a la capacitación del resto del personal, estas oficinas generan informes con mejores prácticas, casos de estudio, guías para redes sociales y sesiones de entrenamiento para evaluar su éxito. En ese sentido es importante no subestimar los recursos propios; si bien la web 2.0 ofrece diversas herramientas gratuitas, el tiempo y la creatividad necesarios para construir una campaña de comunicación atractiva y sustantiva son considerables. Después del entusiasmo inicial, será necesario planear también para el día siguiente. La sustentabilidad es el mayor reto de estas estrategias, de ahí la pertinencia de contar con la infraestructura adecuada, tanto en tecnología como en recursos humanos.

Entablar relaciones con gente alrededor del mundo para atender los principales temas de la agenda internacional no es un reto menor. Es una empresa que, como ya se ha mencionado, demanda una gran creatividad de parte de las cancillerías y de otras agencias. Las cancillerías y los miembros de los servicios

⁷⁵ *Idem.*

exteriores necesitan entender el potencial de las nuevas plataformas y estar atentos a la aparición de otras.

Como se ha comentado, la web 2.0 permite llegar con pocos recursos a un gran número de personas, más rápida y fácilmente que antes. Sin embargo, entablar relaciones en línea con diversos públicos va mucho más allá de mantener un espacio en la red. El parlamentario británico Jim Murphy⁷⁶ señala que si Internet fuera un país real, sería ciertamente el más grande del mundo, y que en la actualidad la presencia que tienen muchos Estados en ese espacio virtual equivaldría a que “en el mundo real” dichos países instalaran simplemente un puesto o una caseta estática de información en una calle transitada de otro país. Por ello, Murphy considera que es necesario usar Internet de una forma completamente nueva, de una forma atractiva. Valdría la pena, por tanto, preguntar a las cancillerías cuántas personas y cuántos recursos dedican a atender las embajadas físicas y cuántos funcionarios y cuánto dinero dedican al cuidado de la presencia de su país en el mundo virtual.

Finalmente, hay una variedad de plataformas y herramientas que aún están a prueba y cuya vida útil quizás sea reducida; no por ello se deberán cejar esfuerzos en explorarlas para tratar de encontrar la mejor forma de participar en ellas. Cancillerías de diversos países ya se están aventurando a tomar riesgos en este sentido. Es innegable que en algunas campañas y aplicaciones fracasarán, pero en otras tendrán éxito. El sector privado y la sociedad civil están lanzando nuevos proyectos virtuales en todo momento. Dependerá de los diplomáticos quedarse atrás o aprovechar al máximo estas posibilidades.

⁷⁶ *Engagement; Public Diplomacy in a Globalized World*, Londres, Foreign & Commonwealth Office, 2008, p. 14, disponible en <http://www.fco.gov.uk/resources/en/pdf/pd-engagement-jul-08>.

Consideraciones finales

La web 2.0 está cambiando la forma en la que nos relacionamos tanto en el mundo virtual como en el real. Ha permitido que un sinnúmero de personas, merecedores de la presea 2006 de la revista *Time*, tengan voz, pero más que eso, les ha permitido compartirla, no solamente con sus pares sino con usuarios en diversos niveles, y articular movimientos en favor de la promoción de temas de interés común. La sociedad transnacional continuará organizándose para participar e incidir en estos temas con mayor fuerza y asertividad.

El libre flujo de información *multimediática* continuará acelerándose, abriéndose paso y evolucionando. Ningún actor tiene ya el monopolio de la generación y transmisión de datos, imágenes, video y audio. Las nuevas herramientas han abierto a todos los sectores la posibilidad de ser fuente y destino de información.

La iniciativa privada, las organizaciones no gubernamentales y los académicos, pero sobre todo los miembros de la denominada Generación Google, están aprovechando cada vez más las herramientas 2.0.

En este contexto, el desarrollo de las TIC obliga a los Estados, en particular a las cancillerías, a cambiar la forma de relacionarse con sus interlocutores tradicionales y con otros actores emergentes. Las herramientas multimediáticas de la web 2.0 han abierto nuevas oportunidades y retos para la diplomacia pública. La ciberdiplomacia pública se presenta como una práctica esencial para las cancillerías que quieran hacer frente a los retos del siglo XXI. Los diplomáticos están obligados a adoptar estas herramientas para hacer mejor su trabajo, para llegar a más gente, para obtener más y mejor información y, sobre todo, para dialogar e interactuar con nuevos públicos.