

**Universidad de Costa Rica**

Facultad de Ciencias Sociales

Escuela de Ciencias Políticas



**Tesis de Graduación para optar por el grado de  
Licenciatura en Ciencias Políticas.**

*La Diplomacia Digital en el siglo XXI:  
avances y desafíos de la experiencia de Costa Rica.*

Presentado por:

Diana Camacho Cedeño

Sharon Matamoros Ramírez

San José, 2017

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS

**ACTA DE PRESENTACIÓN DE REQUISITO FINAL DE GRADUACIÓN No. 34-2017**

Sesión del Tribunal Examinador celebrada el día jueves **14 de diciembre de 2017**, a las **10:30 a.m.** con el objeto de recibir el informe oral de la presentación pública de las:

SUSTENTANTES	CARNÉ	AÑO DE EGRESO
<b>Diana Carolina Camacho Cedeño</b>	<b>B11304</b>	<b>2 ciclo-2015</b>
<b>Sharon Matamoros Ramírez</b>	<b>B13996</b>	<b>2 ciclo-2016</b>

Quien se acoge al Reglamento de Trabajos Finales de Graduación bajo la modalidad **Tesis**, para optar al grado de **Licenciatura en: CIENCIAS POLÍTICAS**.

El tribunal examinador integrado por:

<b>M.Sc. Evelyn Hernández Ortiz</b>	<b>Presidenta del Tribunal</b>
<b>Lic. Javier José Johanning Solís</b>	<b>Profesor Invitado al Tribunal</b>
<b>Dra. Gina Sibaja Quesada</b>	<b>Directora del Comité Asesor (T.F.G.)</b>
<b>M.Sc. Marianela Aguilar Arce</b>	<b>Miembro del Comité Asesor</b>
<b>Licda. Argentina Artavia Medrano</b>	<b>Miembro del Comité Asesor</b>

**ARTICULO I**

La Presidenta informa que el expediente de las postulantes contiene todos los documentos de rigor. Declara que cumple con todos los demás requisitos del plan de estudios correspondiente y, por lo tanto, se solicita que proceda a realizar la exposición.

**ARTICULO II**

Las postulantes hace la exposición oral de su trabajo final de graduación titulado:

**“La Diplomacia Digital en el siglo XXI: avances y desafíos de la experiencia de Costa Rica”.**

**ARTICULO III**

Terminada la disertación, el Tribunal Examinador hace las preguntas y comentarios correspondientes durante el tiempo reglamentario y, una vez concluido el interrogatorio, el Tribunal se retira a deliberar.



ARTICULO IV

De acuerdo al Artículo 39 del Reglamento de Trabajos Finales de Graduación. El Tribunal considera que el Trabajo Final de Graduación:

APROBADO ( ) APROBADO CON DISTINCIÓN (X) NO APROBADO ( )

Observaciones: Se recomienda incentivar la publicación y divulgación del contenido del trabajo mediante artículos académicos, cuadernos de trabajo y una presentación formal ante el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

ARTICULO V

La Presidenta del Tribunal le comunica a las postulantes el resultado de la deliberación y las declara acreedoras al grado de Licenciatura en: CIENCIAS POLÍTICAS.

Se les indica la obligación de realizar los trámites correspondientes para el Acto Público de Juramentación, en las fechas programadas por la Oficina de Registro.

Se da lectura al acta que firman los Miembros del Tribunal Examinador y las Postulantes. A las 12:35 pm. se levanta la sesión.

Tribunal Examinador:

Firma:

M.Sc. Evelyn Hernández Ortíz	
Lic. Javier José Johanning Solís	
Dra. Gina Sibaja Quesada	
M.Sc. Marianela Aguilar Arce	
Licda. Argentina Artavia Medrano	

Postulantes:

Firma:

Diana Carolina Camacho Cedeño	
Sharon Matamoros Ramírez	

*“Cuando las fronteras se desdibujan  
gracias a la instantaneidad y la  
interconexión de los individuos, no  
hay duda de que las diplomacias  
también deben ser repensadas”*

**José Manuel García- Margallo,  
Ex Ministro de Asuntos Exteriores y  
Cooperación del Reino de España.**

## Agradecimientos

La realización de una tesis como muchos otros procesos en la vida, implica transitar por un largo camino en el cual conforme avanzamos vamos intentando superar innumerables dificultades, lo cual nos brinda una valiosa oportunidad de crecimiento y aprendizaje. Hoy con total certeza puedo decir que este proceso no solo fue una experiencia a nivel profesional sino también a nivel personal, que me permitió comprender que caminar implica caídas y que tenemos que equivocarnos para aprender. Me enseñó a cultivar la virtud de la paciencia, a no rendirme y a entender que todo en la vida toma su tiempo; pero sobretodo me enseñó a valorar y ser agradecida con las personas que han permanecido incondicionalmente a mi lado y las que de alguna manera me han brindado su ayuda.

Por ello en primer lugar, quiero agradecer a mi familia, especialmente a mis padres y a mi abuela. Son ellos mi fortaleza y mi inspiración, las palabras nunca serían suficientes para expresarles mi agradecimiento y el cariño que siento. Asimismo, a mis amigos cercanos Faby, Pei, Yas y Ale, porque me han brindado lo más valioso que se le puede entregar a una persona: su tiempo y un hombro para descansar. A la compañera Sharon por su esfuerzo y trabajo. De igual manera, mi más sincero agradecimiento a las profesoras Gina Sibaja, Marianela Aguilar y Argentina Artavia, quienes con gran profesionalismo asesoraron esta investigación. A los funcionarios de las embajadas de los países estudiados, así como del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto que colaboraron, gracias por su disposición y amabilidad, lo cual hizo más sencilla la tarea. A todas estas personas mi más profunda gratitud.

Finalmente, no puedo dejar de agradecerle a mi querida Universidad de Costa Rica, que a lo largo de estos años me ha impulsado a buscar siempre la excelencia en cada uno de los retos que emprendo, sin duda, pasar por sus aulas ha sido una verdadera experiencia de vida, que me ha consolidado como profesional y me ha hecho crecer como persona al transformar los temores en oportunidades y nuevos desafíos. Me acompañará la satisfacción de haber dado lo mejor de mí, como lo hecho siempre en

cada uno de los desafíos que afronto, porque allí donde termina el esfuerzo comienza el fracaso y para mí esto ha sido tan solo el inicio.

Diana Camacho Cedeño  
Turrialba, setiembre 2017

Al apoyo, cariño, fuerzas, tiempo y comprensión recibido de parte de mi mamá, mi papá y hermanos; mi abuela y tías. A mis amigos Itzel, Diego, Ana. Especial mención a mi jefa Ana Gabriel y al equipo que me dieron tanta buena energía a lo largo del proceso. A la compañera Diana quien fue pilar fundamental tanto personal como académico para la concreción de este trabajo.

A quienes hicieron posible encaminar este proyecto, creyeron en él y en el equipo investigador. A la profesora Gina Sibaja y las compañeras del comité asesor Argentina Artavia y Marianela Aguilar por su extraordinaria labor.

Sharon Matamoros Ramírez  
San José, setiembre 2017

## Abreviaturas

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto	MREC
Tecnologías de la Información y Comunicación	TIC
Estados Unidos de América	EE.UU.
United Kingdom	UK
Foreign & Commonwealth Office	FCO
Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional	MAEC
Oficina de Información Diplomática	OID
Plan Nacional de Desarrollo	PND
Foreign Service Institute	FSI



Internacionales y la Comunicación Global .....	51
2.1 Teoría de la Interdependencia Compleja .....	51
2.2 Diplomacia .....	54
2.3 Política Exterior .....	55
2.4 Actores del Sistema Internacional .....	57
2.5 Poder: “Poder Duro ( <i>Hard Power</i> )” y “Poder Blando ( <i>Soft Power</i> )” .....	58
2.6 Poder Inteligente .....	59
2.7 Comunicación de masas .....	60
2.8 Comunicación Institucional .....	61
2.9 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación .....	62
2.10 Redes Sociales de Internet .....	63
2.11 <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> .....	64
2.12 Diplomacia Pública .....	65
2.13 Diplomacia Digital .....	66
CAPÍTULO 3 .....	68
Relación entre diplomacia y las nuevas tecnologías de la información y comunicación .....	68
3.1 Evolución histórica de la diplomacia .....	68
3.2 Desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación, internet y redes sociales virtuales .....	72
3.3 Algunas experiencias importantes en lo referente al uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en el ámbito internacional .....	81
CAPÍTULO 4 .....	85
Experiencias en Diplomacia Digital de: .....	85
Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España .....	85
4.1 Ranking internacional de la diplomacia digital .....	85
4.2 Principales rasgos de la Política exterior de los Estados Unidos de América .....	86
4.3 Acciones emprendidas por los Estados Unidos de América en Diplomacia Digital .....	92
4.4 Principales rasgos de la política exterior de la República de Francia .....	106
4.5 Acciones emprendidas por la República de Francia en Diplomacia Digital .....	111

4.6 Principales rasgos de la política exterior del Reino Unido .....	125
4.7 Acciones emprendidas por el Reino Unido en materia de Diplomacia Digital...	130
4.8 Principales rasgos de la política exterior del Reino de España.....	143
4.9 Acciones emprendidas por el Reino de España en Diplomacia Digital .....	151
CAPÍTULO 5.....	166
Análisis de la Diplomacia Digital en Costa Rica.....	166
5.1 Principales elementos de la historia diplomática de Costa Rica.....	166
5.2 Principales rasgos de la política exterior de Costa Rica.....	169
5.3 Caracterización general del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (MREC) .....	176
5.4 Ejes Política Exterior de la Administración Solís Rivera (2014-2018) .....	178
5.5 Análisis de la Diplomacia Digital en Costa Rica .....	181
CAPÍTULO 6.....	214
Consideraciones Finales.....	214
REFERENCIAS. ....	229
Libros y capítulos de libros.....	229
Revistas. ....	233
Normativa y Jurisprudencia. ....	237
Prensa Escrita. ....	238
Trabajos Finales de Graduación. ....	240
Informes, boletines, comunicados y ponencias. ....	241
Comunicaciones Personales.....	246
Anexos.....	258

## Lista de Cuadros

Cuadro 1. Entrevistas realizadas. ....	26
Cuadro 2. Unidades de Observación.....	29
Cuadro 3. Unidades de Análisis. ....	31
Cuadro 4. Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de los Estados Unidos y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.....	33
Cuadro 5. Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de Francia y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.....	35
Cuadro 6. Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas del Reino Unido y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.....	36
Cuadro 7. Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de España y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.....	37
Cuadro 8. Cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.....	39
Cuadro 9. Perfiles de Facebook y Twitter del MREC, Embajadas, Canciller y Departamento Consular analizados durante el periodo enero 2015-enero 2016.	40

## Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Publicación en Facebook de la ex embajadora ante el Estado Plurinacional de Bolivia, Patricia Gómez Pereira, respecto a la ex Procuradora General de la República. ....	15
Ilustración 2. Publicación en Facebook del ex embajador ante la República de Corea, Luis Roberto Zamora Bolaños, respecto a la ex Procuradora General de la República.....	16
Ilustración 3. Primera interfaz de la red social Facebook en 2004. ....	75
Ilustración 4. Publicación del triunfo en 2012 del Presidente de Estados Unidos,.....	77
Ilustración 5. Puntuación por país .....	86
Ilustración 6. Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en francés.....	94
Ilustración 7. Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en chino .....	95
Ilustración 8. Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en ruso. ....	95
Ilustración 9. Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en español.....	96
Ilustración 10. Charla interactiva a través de Facebook sobre el cambio climático.....	96

Ilustración 11. Charla interactiva a través de Twitter para informar sobre las actividades del Secretario de Estado.....	96
Ilustración 12. Tweet de la Embajada de los Estados Unidos en Irlanda.....	97
Ilustración 13. Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos.....	98
Ilustración 14. Tweet del Departamento de Estado sobre la democracia. ....	98
Ilustración 15. Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos (2). ....	98
Ilustración 16. Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos (3). ....	98
Ilustración 17. Tweet de la Embajada de EE.UU. en Chile.....	101
Ilustración 18. Tweet del Departamento de Estado sobre la lucha contra el extremismo violento.....	102
Ilustración 19. Publicación en Twitter de la Embajada de los Estados Unidos en Egipto. ....	102
Ilustración 20. Publicación en Twitter de la Embajada de Estados Unidos en Finlandia. ....	103
Ilustración 21. Mapa Interactivo del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia en las redes sociales de internet. ....	113
Ilustración 22. Cuenta Oficial en Twitter en Español del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de Francia. ....	115
Ilustración 23. Plataforma para contabilizar la actividad en Twitter. ....	116
Ilustración 24. Cuenta del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia en la red social Weibo.....	116
Ilustración 25. Tweet del Ministerio de Asuntos Exteriores sobre la Semana de los Embajadores. ....	117
Ilustración 26. Blog del Ministro de Asuntos Exteriores de Francia, Jean Marc Ayrault. ....	118
Ilustración 27. Blog “Carnets diplomatiques”.....	118
Ilustración 28. Confidences D’Ambassadeurs. ....	119
Ilustración 29. Tweet del Ministerio de Exteriores Francés.....	120
Ilustración 30. Tweet del Ministerio de Exteriores Francés (2).....	120
Ilustración 31. Ejemplo de publicación con temática de cine.....	121
Ilustración 32. Cuenta en Twitter “Conseils Voyageurs”.....	122
Ilustración 33. Perfil de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido. ( <i>Foreign &amp; Commonwealth Office</i> ).....	130
Ilustración 34. Cuenta en Twitter de la FCO enfocada en la Violencia Sexual en conflictos armados.....	133
Ilustración 35. Cuenta en Twitter de la FCO enfocada en los Derechos Humanos.....	133

Ilustración 36. La Ministra de Estado de la Cancillería Británica para los Derechos Humanos, Joyce Anelay, durante la sesión de preguntas y respuestas a través de Twitter.....	135
Ilustración 37. Tweet de la FCO sobre los Derechos Humanos.....	136
Ilustración 38. El embajador británico en Kosovo, Ruairí O’Connel durante la sesión de preguntas y respuestas a través de <i>Facebook</i> .....	136
Ilustración 39. El ex ministro británico de Asuntos Exteriores, William Hague, durante la sesión de preguntas y respuestas a través de Twitter.....	138
Ilustración 40. Mapa creado por la FCO para monitorear las conversaciones en <i>Twitter</i> durante la Cumbre. ....	139
Ilustración 41. Medición del alcance de las publicaciones. ....	140
Ilustración 42. Atlas de las Redes Sociales de Embajadas y Consulados de España....	154
Ilustración 43. Publicación viaja seguro MAEC, Embajada de España en Bolivia.....	158
Ilustración 44. Publicación en Twitter del MAEC sobre la campaña “España Contigo”. .....	159
Ilustración 45. Publicación en Facebook sobre los blogs diplomáticos.....	161
Ilustración 46. Publicación de la Embajada de Costa Rica en EE.UU. sobre la biodiversidad del país. ....	182
Ilustración 47. Publicación de la Embajada de Costa Rica en EE.UU. relativa a la abolición del ejército.....	182
Ilustración 48. Publicación del MREC sobre la defensa de las libertades fundamentales y los derechos humanos. ....	182
Ilustración 49. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Bélgica sobre la abolición del ejército. ....	184
Ilustración 50. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la diversidad cultural.....	185
Ilustración 51. Publicación Embajada de Costa Rica en España sobre Derechos Humanos.....	185
Ilustración 52. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la biodiversidad.....	185
Ilustración 53. Publicación de la Embajada de Costa en Bélgica referente a la candidatura de Christiana Figueres para la Secretaría General de la ONU. ....	185
Ilustración 54. Publicación de la Embajada de Costa Rica en México referente a las actividades de la Embajadora.....	186
Ilustración 55. Publicación del MREC referente a las actividades del Canciller.....	186
Ilustración 56. Publicación de la Embajada de Costa Rica en España con invitación a evento de arte y apoyo a artistas costarricenses.....	187
Ilustración 57. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a actividades sobre la cultura costarricense.....	187

Ilustración 58. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la promoción del Turismo. ....	187
Ilustración 59. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Francia referente a cooperación en educación. ....	187
Ilustración 60. Ejemplo de uso del hashtag #CostaRicay.....	189
Ilustración 61. Información completa de las funciones del Departamento Consular. ....	191
Ilustración 62. Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Perú. ....	193
Ilustración 63. Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Bélgica. ....	194
Ilustración 64. Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Israel.....	194
Ilustración 65. Página Principal del Boletín de Embajada de Costa Rica en Panamá..	197
Ilustración 66. Sección del Boletín de la Embajada de Costa Rica en Panamá sobre historias de costarricenses en este país. ....	197
Ilustración 67. Publicación de la Embajada de Costa Rica en Panamá relativa al Boletín Informativo.....	198
Ilustración 68. Publicación de carácter “familiar y amistosa” .....	201
Ilustración 69. Contenido de elaboración propia del MREC con base en encuesta de la Universidad de Costa Rica. ....	202
Ilustración 70. Publicación en Facebook del Canciller sobre sus actividades. ....	205
Ilustración 71. Publicación en Twitter del Canciller sobre resultados en política exterior.....	206
Ilustración 72. Video rendición de cuentas del MREC.....	207

## **Lista de Figuras**

Figura 1. Dimensiones de análisis diplomacia digital.....	20
---	----

## **Lista de Gráficos**

Gráfico 1. Redes sociales más visitadas en Centroamérica y el Caribe. ....	81
Gráfico 2. Cantidad de seguidores en Facebook de las Embajadas de Costa Rica en el mundo.....	219

## Resumen

Camacho Cedeño, Diana & Matamoros Ramírez, Sharon. **La Diplomacia Digital en el siglo XXI: avances y desafíos de la experiencia en Costa Rica.** Tesis de Graduación para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias Políticas por la Universidad de Costa Rica. 2017.

**Descriptores:** Diplomacia Digital, Relaciones Internacionales, Política Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Diplomacia, Formación diplomática, Poder Blando, Comunicación Global, TIC, Redes Sociales en Internet, Facebook, Twitter, Estrategia digital, Estados Unidos, Francia, España, Reino Unido.

En tiempos recientes, las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han adquirido especial relevancia en la actividad diplomática, lo que ha dado paso a la denominada “diplomacia digital”. En este sentido, la presente investigación analizó las transformaciones que ha experimentado la actividad diplomática como consecuencia de la irrupción de este novedoso fenómeno, así como los retos y oportunidades para la diplomacia costarricense.

Sobre este punto, es importante señalar que el estudio se centra en el análisis de las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter*, como herramientas complementarias para la consecución de los objetivos de política exterior. El estudio versa principalmente sobre el análisis del estado de la diplomacia digital en Costa Rica, no obstante, también se estudian las principales acciones emprendidas por los países líderes en esta materia, a saber, Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España.

Por último, cabe acotar que la presente investigación es un estudio exploratorio con un enfoque cualitativo, que utilizó técnicas de investigación tales como la revisión documental, el análisis de contenido y la entrevista semiestructurada. Los hallazgos obtenidos demuestran que el empleo de estos medios digitales va más allá de su simple utilización, evidenciando con ello la importancia de generar líneas de acción acordes con los principios e intereses que sustentan la política exterior costarricense, con el fin de obtener el máximo provecho en la ejecución de la actividad diplomática.

## Planteamiento de la investigación

---

### 1.1 Introducción

*“¡Dios mío, es el fin de la diplomacia!”*

**Lord Palmerston (1784-1865)**

En 1860, el entonces Primer Ministro de Inglaterra, Lord Palmerston, recibió en su oficina el primer telegrama utilizado por el servicio exterior inglés. En aquella ocasión, el Primer Ministro exclamó con asombro: “¡Dios mío, es el fin de la diplomacia!” (Terrés, 2011). No obstante, Palmerston se equivocó, aquel momento no marcó el fin de la diplomacia, si no que marcaría el inicio de una serie de transformaciones, en lo que respecta al acceso y difusión de la información para llevar a cabo una de las tareas fundamentales de la labor diplomática: la comunicación. Si Palmerston viviera en nuestros días, aún no saldría del asombro que le generaría vivir en la denominada “era de la globalización”, en la cual novedosos fenómenos están tocando las puertas de la transformación y modernización de la comunicación diplomática.

Tradicionalmente, el ámbito diplomático ha estado marcado fuertemente por la reserva, la discreción y el protocolo, elementos fundamentales para el desarrollo y ejecución de la función diplomática; no obstante, lo anterior también ha limitado y dificultado su conocimiento. Históricamente, las comunicaciones han sido de vital importancia para el ejercicio diplomático, por lo tanto, resulta imperativo estar en contacto no sólo con el ministerio de relaciones exteriores de un país determinado, sino también con distintos actores de la escena internacional y con la ciudadanía en general.

Los medios habituales de la diplomacia han sido, en primer término y por excelencia, la comunicación oral, así como las cartas, el telegrama, el teléfono, los medios clásicos de comunicación de masas –televisión, radio y prensa-, el correo electrónico, y más recientemente las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), específicamente las redes sociales de internet. Es menester señalar que, sobre este último punto, versa la presente investigación.

La función diplomática es de trascendental importancia para las relaciones exteriores de un país, debido a que, con el auge de las TIC, los Estados se encuentran inmersos en una dinámica donde las fronteras y las distancias ya no constituyen factores de limitación. La persona que ejerce la función diplomática se convierte en un representante del Estado y por ende sus acciones y decisiones deben de guardar estrecha vinculación con los intereses del país, así como en la preservación de su “buena” imagen. En última instancia, la esencia de la diplomacia radica en su capacidad para la búsqueda de la paz y el acercamiento entre las distintas naciones alrededor del orbe.

En tiempos recientes, con el apogeo de la era digital, se vislumbra con claridad cómo las TIC han permeado las formas tradicionales de comunicación en el quehacer político. La diplomacia no es la excepción. Alrededor del mundo, mantiene su propósito inicial de “generar un ambiente cordial de comunicación entre los actores del sistema internacional y homogeneizar sus códigos de conducta para hacer asequible la cooperación por medio de la negociación entre ellos” (López, 2009, p. 196). Así mismo, la diplomacia continúa manteniendo sus cuatro objetivos principales consagrados en el artículo 3 de la Convención de Viena (1961): representar, negociar, proteger y promover los intereses de un Estado. No obstante, con el surgimiento de las TIC resulta necesario un replanteamiento de cómo defender y promover esos intereses en el entorno digital, y a través de sus herramientas.

Lo anterior ha dado paso al fenómeno denominado “Diplomacia 2.0”, “Diplomacia Digital” o “e-Diplomacia”, el cual está dando sus primeros pasos. El vertiginoso avance de la tecnología en años recientes, ha resaltado la importancia de adaptar la función

diplomática al nuevo entorno digital, lo cual supone una serie de desafíos para los Ministerios de Relaciones Exteriores y los funcionarios diplomáticos en general.

Con el auge de las redes sociales de internet, se ha incrementado el número de embajadas y diplomáticos alrededor del mundo, que hacen uso especialmente de *Facebook, Twitter y Youtube*, que han sido las más utilizadas en la diplomacia digital. (Deruda, 2015). Cabe acotar que los países líderes en el tema del uso estratégico de estas herramientas son Francia, Gran Bretaña y Estados Unidos de América (Morales, 2013, p. 21). España por su parte, busca consolidarse como un referente de la diplomacia digital en el idioma español, factor que reviste gran importancia para esta investigación.

En este nuevo contexto, es esencial entender cómo la diplomacia digital puede contribuir al mejoramiento de las estrategias de política exterior para la consecución de determinados objetivos. Este espacio virtual ofrece la posibilidad de potencializar las comunicaciones y la interacción no solo con la ciudadanía, sino también entre gobiernos y diplomáticos en general. De la misma manera, es un espacio idóneo para la promoción de los valores e intereses de un país en el exterior.

En este sentido, es posible afirmar que el sistema internacional se encuentra ante un nuevo paradigma de la diplomacia, el cual está introduciendo novedosas herramientas tecnológicas que requieren de mayor apertura y transparencia. Es así como en el panorama actual de las Relaciones Internacionales se vislumbra un nuevo escenario nunca antes pensado, en el cual los Estados, que tradicionalmente han sido los actores que han ocupado el protagonismo, comienzan a compartir escena y establecer comunicación con otros actores que han emergido en la escena internacional, tanto oficiales como no oficiales.

Entre los nuevos actores se encuentran las empresas transnacionales, las organizaciones multilaterales, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y, por último, cabe distinguir a los ciudadanos individuales, estos últimos son sin duda, una

de las apariciones más importantes en la escena internacional. Tal y como lo refiere Rafael Rubio:

entre los sujetos de las relaciones internacionales cobran cada día más importancia las personas, consideradas a título individual, sus acciones con influencia en sus círculos de confianza, especialmente entre aquellos socialmente más activos, muestran cada día mayor eficacia en la configuración de la opinión pública, nacional e internacional (2015, p. 16).

De esta manera, los individuos se convierten en actores activos de la diplomacia. Este último punto es de especial relevancia para la presente investigación, ya que los actores individuales están adquiriendo voz a través de las herramientas que ofrece el entorno digital, y con ello, la ciudadanía en general, tiene la posibilidad de comenzar a participar de la construcción de la política exterior de un Estado.

Lo anterior, aporta elementos y mecanismos novedosos para analizar la dinámica internacional, estos mecanismos se concretan a través de la utilización del uso de internet y de las redes sociales. Asimismo, es una importante contribución para impulsar un ejercicio diplomático más cercano e interactivo que concuerde más con las exigencias de la ciudadanía mundial en la actualidad, que demanda mayor participación e incremento de canales de comunicación con sus representantes. Por ello, la diplomacia debe adquirir la capacidad de generar estrategias e iniciativas para informar, interactuar y atender a los ciudadanos usuarios de estos espacios virtuales.

De esta manera, y desde la perspectiva de este trabajo de investigación, los avances tecnológicos se incorporan como un complemento a la forma tradicional de ejercer la diplomacia. Por tanto, la diplomacia clásica o tradicional no pierde su esencia, conserva sus rasgos elementales, lo que se transforma son los medios por los cuales ejercerla, y en este caso las TIC, específicamente las redes sociales de internet, bajo una estrategia de uso, pueden complementar positivamente la labor diplomática.

En contraste con lo anterior, presenta un riesgo latente si su uso carece de prudencia y estrategia, lo cual podría afectar innecesariamente la imagen de un país al emitir

información desactualizada, imprecisa o valoraciones de carácter subjetivo. Es por ello, que surge la necesidad de investigar a profundidad el fenómeno, el cual constituye uno de los grandes desafíos que tienen por delante los Ministerios de Relaciones Exteriores en el siglo XXI.

## **1.2 Estado de la Cuestión**

Los estudios sobre la diplomacia digital se encuentran en una etapa realmente incipiente y elaborados desde países con mayores avances e interés estratégico en materia tecnológica. Es de destacar que, en Costa Rica, los estudios al respecto son muy pocos. En este sentido, una primera aproximación la realizó Shirley Campos, en una tesis para optar por el grado de Magíster en la Universidad Estatal a Distancia (UNED).

La investigación se presentó en el año 2014, y constituye un antecedente importante para el presente estudio, ya que, aunque presenta un enfoque más comunicacional e informático, contiene algunos elementos relevantes debido a que analiza el caso de la página *web* del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica.

La investigación contiene información respecto a comunicación, Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y usabilidad de sitios *web*, sobre este último punto versa la investigación, debido a que el propósito fundamental de la obra, es diseñar una propuesta de mejoramiento que contribuya en la gestión e información de la política exterior nacional mediante un estudio de usabilidad. La investigación tiene por objetivo principal realizar un estudio de usabilidad del sitio *web* del Ministerio, en el sentido de mejorar el diseño y arquitectura de dicha página, así mismo, pretende determinar cuáles son las mejores prácticas para que los usuarios puedan interactuar con el sitio *web*.

Es menester destacar, que, dentro de las recomendaciones que realiza la investigadora, en su propuesta sugiere “la apertura inmediata de cuentas del Ministerio en redes sociales como las anteriormente señaladas (*Facebook* y *Twitter*) y

otras que se consideren necesarias, para la proyección de su trabajo y papel en la sociedad” (Campos, 2014, p. 125). Lo anterior, sugiere una línea muy importante de trabajo que son las redes sociales de internet, las cuales para el término de esta investigación aún estaban en desuso por parte del ministerio. A diferencia del estudio mencionado, el presente estudio analiza el fenómeno de las redes sociales de internet.

Por otra parte, la investigación de Borau, Gracia, y Rodríguez (2013) titulada “La Diplomacia del Presente: Universo 2.0 al alcance de la mano”, plantea tres objetivos principales para abordar la transformación de la diplomacia en la actualidad. En primera instancia, se refiere a observar el papel que han cumplido las redes en algunos conflictos internacionales, así mismo, comprobar cómo los gobiernos actuales se están posicionando frente a las redes sociales, y finalmente determinar los riesgos que tienen las redes sociales para la acción diplomática. De acuerdo con el estudio, en la actualidad la diplomacia ha adquirido una creciente complejidad, y se han multiplicado los actores, foros, temas internacionales, y como consecuencia de ello, se incrementa la necesidad de la participación de expertos especializados en cuestiones concretas.

En el nuevo entorno digital, se menciona, que un concepto central para entender la diplomacia en la actualidad que es el de *Soft Power* desarrollado por Joseph Nye (1991), el cual puede basarse en la proyección de la identidad de los países a través de las redes sociales de internet. La nueva sociedad global está interconectada mediante comunidades virtuales que desconocen frontera. En sintonía con lo anterior, el prestigio o la reputación *on line* que se construya por medio de las redes sociales de internet es un recurso intangible de los Estados que les otorga una ventaja competitiva.

Cabe acotar que entre los datos que aporta la lectura, se menciona que más de 250 millones de usuarios se unieron a *Facebook* en el año 2010, para finales del año 2011 esta misma red contaba con cerca de 800 millones de usuarios y 200 millones de personas estaban registradas en *Twitter* en el año 2010. Dichos datos, aportan un panorama general importante, que sirve como referencia para analizar el impacto y la

trascendencia que están teniendo las redes sociales de internet especialmente el uso generalizado de *Facebook* y *Twitter* y, además, es posible dimensionar la posibilidad de que en años posteriores se incrementen estas cifras.

En lo que refiere a los gobiernos y las redes sociales, la lectura resalta el uso que hace de estas últimas el Departamento de Estado de EE.UU., el cual publica en *Facebook* y *Twitter* de forma sistemática información relevante sobre las actividades del departamento y de las actividades de la entonces Secretaria de Estado de EE.UU., Hillary Clinton. Así mismo, se le ha dado apertura a una serie de *blogs* y un canal en *Youtube*.

Entre los riesgos que presenta la diplomacia, se mencionan el poder generador de rumores que tiene la red, lo cual puede utilizarse también con fines persuasivos. Así mismo, el hecho de que estas herramientas sean públicas y gratuitas puede suponer una ventaja o desventaja, de la cual se desprende como consecuencia una gran cantidad de información, en su gran mayoría ociosa. Por último, mencionan que, si una institución no tiene claros sus objetivos, esta poderosa herramienta puede volverse en su contra.

Finalmente, la lectura apunta a la importancia de monitorear la presencia en las redes sociales de internet con base en preguntas tales como: ¿Qué se dice de la marca país? ¿Cómo se dice? ¿Dónde se dice? (p. 86), en este sentido, contar con profesionales y expertos es fundamental. Además, menciona que la estructura rígida y jerárquica de las cancillerías constituyen la principal barrera para la innovación y la creatividad en este tema.

Siguiendo este orden de ideas, Diego Bassante, en su lectura titulada “Diplomacia Digital. Las Relaciones Internacionales en tiempos de *Twitter* y *Facebook*” (2013), menciona que tanto *Facebook* como *Twitter* son las redes sociales que han tenido mayor impacto en las relaciones internacionales, debido a que las cancillerías, embajadas y los funcionarios diplomáticos les han dado un mayor uso. Para el autor, ambas redes sociales virtuales son herramientas de política exterior. Por ello, es que

el diplomático se encuentra en la obligación de aprender y actualizarse al respecto, no obstante, señala que el diplomático no es ni debe pretender ser un profesional de la comunicación ya que sus funciones trascienden el ámbito informativo. En este sentido, para el autor es primordial que el diplomático analice la información que fluye a través de estos espacios virtuales, de manera que le sea útil para realizar un análisis acertado para su respectivo país.

Por otro lado, un aspecto importante que se menciona, es que, por medio de las redes sociales virtuales, la comunicación se hace ahora de una manera más informal, pero más directa. Precisamente la informalidad facilita que el mensaje que se desea transmitir sea más atractivo y posea un mayor impacto. Al respecto, señala la importancia de tener la capacidad de transmitir los mensajes de manera sintética y sin dejar de lado la posibilidad que ofrecen estos espacios para interactuar con las personas usuarias. De igual manera, el autor señala la importancia de que la información que se brinde sea concreta y oportuna, ya que de ello depende en gran medida la credibilidad y la reputación de una entidad oficial.

Finalmente, entre las conclusiones, el autor destaca que las redes sociales virtuales han tenido un efecto democratizador de la comunicación y un efecto descentralizador del poder. Así mismo, resalta que la reflexión en torno al uso de estas redes en la diplomacia y las relaciones internacionales se encuentra en una fase inicial y todavía resulta insuficiente, y debido al ineludible vínculo entre diplomacia y redes sociales virtuales es necesario solventar esta carencia. En este sentido, la diplomacia tiene una gran oportunidad al utilizar estas redes, no obstante, la incursión en ellas sigue siendo bastante limitada, debido a la ausencia de una estrategia clara y una adecuada conceptualización sobre su significado en la actividad diplomática.

Por su parte, Rafael Rubio en su artículo “Diplomacia Digital. Una Introducción” (2011), argumenta que en la actualidad los Ministerios de Relaciones Exteriores han comenzado a modificar sus estructuras tratando de adaptarlos a los nuevos tiempos, cuya característica más relevante es que la ciudadanía no sea concebida al margen de las relaciones exteriores, sino que se involucre. Los cambios también se generan en el

perfil del diplomático, que ya no está únicamente asociado a cualidades como el dominio de muchos idiomas, por ejemplo.

Rubio expone, que la tarea de representación oficial de un Estado y relaciones con organismos internacionales se amplía en aspectos tales como la promoción de intereses de los ciudadanos o empresas del país. Al mismo tiempo que amplía funciones se abarcan más actores generadores de opinión pública internacional y público en general.

Aunado a ello, el principal reto que se le plantea a la diplomacia gira en torno a la comunicación, ya que el acceso a la información que permite el internet, significa mayor democratización de la actividad diplomática y nuevos actores adquiriendo poder blando. Actores como empresas transnacionales con intereses económicos en países alrededor del mundo, comunidades científicas y organizaciones no gubernamentales que van adquiriendo la capacidad de influir en el entorno internacional.

Se habla de “nuevas comunidades internacionales en red” (Rubio, 2011, p. 36), donde los gobiernos apuestan por principios de la diplomacia tradicional como lo es mantener el prestigio internacional, pero ya no basado en índices económicos o poder militar; sino para ser reconocido en el mundo por una imagen país. Es por esta razón que:

(...) los Estados deben estar atentos de lo que se dice, preparar y validar fiablemente la información que producen y la que distribuyen, clasificando lo que es correcto y lo que es importante. En el reto de mantener la confianza, clave para ejercer la diplomacia pública en este nuevo entorno, la transparencia se convierte prácticamente en una obligación. (Rubio, 2011, p. 36).

En estrecha relación con este fenómeno se ha desarrollado el concepto de gobierno abierto; que es usado por los gobiernos para comunicarse más directamente con la ciudadanía, tomar en consideración las opiniones y necesidades directas de la

población. Por medio de los múltiples canales que ofrece la sociedad de la información basado en una “nueva filosofía consistente en el trabajo transparente, colaborativo, participativo, abierto, no solo en sus procesos internos, sino de cara a la ciudadanía” (Rubio, 2011, p. 42). Es por ello que se puede hablar de igual manera de una diplomacia abierta ya que tiene la finalidad de incluir transparencia, participación y apertura a procesos que decisiones que tradicionalmente estuvieron cerradas.

Rubio realiza una breve explicación de las distintas plataformas digitales a las que tiene acceso la diplomacia digital. Entre ellas la *web* como la oportunidad macro, los *blogs* que permiten exponer y debatir temas con amplitud, los *wikis* que son portales donde los usuarios que pertenecen a la comunidad pueden modificar la información colgada, *Facebook* como ejemplo de red social reconocida a nivel mundial, *Twitter* y otras redes sociales, y la red a la que se puede sacar provecho en materia audiovisual *YouTube*. Además, toma en consideración el avance tecnológico en teléfonos móviles, que facilitan la utilización de las plataformas.

Concluye argumentando que el cambio en las relaciones internacionales es necesario, así como en las demás instancias gubernamentales. Retoma la idea de que la información empodera, por ello el manejo de la información debe ser objeto de nuestra atención en esta nueva realidad. Finalmente, en la misma línea, insta a no crear perfiles sin estrategia de uso.

La lectura “El desafío de la diplomacia digital” de Juan Luis Manfredi (2014), introduce la importancia de la digitalización de las relaciones internacionales con el fin de extender la visibilidad de los países. Señala que posee ventajas, pero anota que a su vez presenta nuevos retos tales como la seguridad y confidencialidad. Recomienda entonces pensar en una estrategia de política exterior que incluya el entorno digital entre sus acciones. Complementa la idea comentando que, con estas transformaciones, no se ve afectada la esencia de la diplomacia, la cual continúa siendo: “representar, negociar, proteger y promover los intereses de un Estado ante terceros. La novedad reside en el empleo de unas herramientas concretas” (Manfredi, 2014, p. 2).

Por otro lado, menciona que, en el ámbito consular, la diplomacia digital funciona de manera efectiva en el tanto se difunda información práctica, así como en caso de emergencia poder atender rápidamente a los nacionales, gestionar relaciones con expatriados, y toda cuestión relativa a la vida de sus ciudadanos en el exterior.

Se menciona reiteradamente a lo largo de los textos, y éste no es la excepción; la cuestión de poseer una estrategia para el manejo de las nuevas herramientas. Al respecto Manfredi explica que:

(...) la estrategia digital consiste en la identificación de los públicos, las voces, los contenidos y los objetivos; reúne los recursos, los procesos y los valores que se quieren transmitir. Exige la coordinación interna (entre departamentos) y la externa (entre distintos ministerios, embajadas o gabinetes). Tiene que fomentar la participación y la interacción ciudadana y no convertirse en mero repetidor de los mensajes oficiales (2014, p. 5).

Finalmente, Manfredi señala que antes de lanzarse a utilizar las redes sociales en internet, es recomendable diseñar una estrategia y pensar como la diplomacia digital puede crear valor para la ciudadanía.

El libro *“The Digital Diplomacy Handbook: How to use social media to engage with global audiences”*, escrito por Antonio Deruda (2014), es una de las primeras aproximaciones que se realizan sobre el tema de la diplomacia digital, que constituye a su vez un referente importante de conceptualización y bibliografía para el presente trabajo. El libro está estructurado en diez capítulos dedicados a tratar temas relativos a la construcción de estrategias en diplomacia digital, así como, la caracterización de redes sociales de internet como *Twitter, Facebook, Youtube, Google+, LinkedIn e Instagram*. Según el autor, este libro constituye la primera guía práctica que no habla simplemente de diplomacia digital, sino que explica paso a paso cómo utilizarla.

El autor indica, que la diplomacia digital no reemplaza las negociaciones, sino que el intercambio por medio de estas nuevas tecnologías, complementa la diplomacia tradicional con novedosas herramientas que mantienen al mundo interconectado. Así

menciona, que la diplomacia ha tenido que adaptarse a diversos cambios a través del tiempo, pero esta demanda que los gobiernos revisen las formas tradicionales de comunicación para construir y abrir diálogos directos con los ciudadanos alrededor del mundo.

De esta manera, resalta la importante habilidad de la diplomacia digital para incrementar el entendimiento mutuo entre gobiernos y ciudadanos; y señala que la buena comunicación es la esencia de la diplomacia. Así mismo, el autor hace un llamado a no ignorar el fenómeno de la diplomacia digital creyendo que es pasajero eso sería un grave error, porque la tecnología llegó para quedarse.

Para el autor estas nuevas tecnologías han creado una nueva herramienta de trabajo en el ámbito diplomático. En este sentido, otro aspecto importante que señala es que históricamente una de las tareas más importantes del diplomático ha sido analizar información del ambiente donde opera. Hoy es importante considerar los medios de comunicación social y su impacto en la formación de la opinión pública.

El autor resalta la importancia de contar con una estrategia de diplomacia digital, y menciona que para ello se deben tomar en consideración una serie de aspectos tales como: la identificación de metas, objetivos, público meta, la asignación de presupuesto, el desarrollo de un plan para los contenidos que se pretenden publicar, tomando en consideración el contexto (Deruda, 2014, p. 37).

### **1.3 Justificación**

A lo largo de la historia, hemos asistido a diversas transformaciones que han impactado de cierta manera los modos de vida de la humanidad. Pero es hasta los días que corren, que una revolución ha logrado impactar todas las esferas de la actividad humana. Es por ello, que la revolución tecnológica que está teniendo lugar en el siglo XXI, reviste una gran importancia para las sociedades actuales. Dicha revolución “se caracteriza por su capacidad de penetración en todos los dominios de la actividad

humana no como una fuente exógena de impacto, sino como un paño con el que está tejida esta actividad” (Castells, 2000, p. 61).

Para la Ciencia Política, éste tema debe ocupar un lugar de prominente interés, en especial por la dependencia que posee el poder de las revoluciones tecnológicas. De acuerdo con Rubio (2012), “el poder se ve afectado por estas transformaciones sociales, que producen una aceleración importante en su desmaterialización (donde los intangibles ganan peso), y se manifiesta fundamentalmente en las nuevas formas de relacionarse entre el Estado y la sociedad” (p. 20).

Debido al auge de las TIC, internet constituye el nuevo escenario en el cual se desarrollan acontecimientos políticos de gran trascendencia y con repercusiones sobre la dinámica de las relaciones internacionales. Es así como “la revolución de la información está alterando drásticamente el mundo de la política exterior, y, además, está cambiando la naturaleza de los gobiernos y la soberanía, incrementando el poder de los agentes no estatales” (Nye, 2003, p. 71).

Dentro de este nuevo escenario digital, algunos de los tradicionales recursos de los Estados tales como la fuerza y el poder militar pierden relevancia. En contraste, el “*Softpower*” o “poder blando” desarrollado por Joseph Nye (1991), está logrando posicionarse en la esfera internacional. En este sentido, cabe acotar que el *softpower* se configura como “un concepto intangible, vinculado a la imagen del país, formado por la ideología, la percepción internacional de su estabilidad institucional, su imagen acogedora, rentable para invertir, culturalmente interesante, turísticamente atractivo, tecnológicamente avanzado, etc” (Rubio, 2011, p. 30).

De esta manera, el *softpower* es un recurso intangible con el que cuentan los Estados, que, en gran medida, contribuye a fortalecer su imagen en el exterior. Por ello, el adecuado aprovechamiento de las herramientas que brindan las TIC, es una manera efectiva que poseen las cancillerías, embajadas y también las personas que se desempeñan en el ámbito diplomático para gestionar eficazmente la “imagen país”. Aunado a ello, las TIC, proveen un espacio propicio para potencializar la interacción

directa con el ciudadano, al mismo tiempo que permite dotarles de información precisa, obteniendo la posibilidad de recoger la percepción pública e incorporarla en la estrategia de política exterior. También permite adoptar determinados cursos de acción en situaciones específicas.

Es importante destacar, que la ausencia de prudencia y de una estrategia clara para la utilización de estas herramientas también puede generar situaciones adversas para actividad exterior. No se puede ignorar la inmediatez y “viralidad” con la que propagan los contenidos que se publican a través de estas plataformas tecnológicas. Mensajes inapropiados pueden generar crisis entre Estados, información imprecisa o desactualizada puede generar confusión entre la ciudadanía, y la sobreexposición de las personas que se desempeñan en el ámbito diplomático a través de sus perfiles personales también puede ser fuente de conflicto. En relación con ello, es menester destacar dos hechos relevantes que tuvieron lugar en el mes de enero del año 2015, y que permite visualizar algunos efectos que podrían resultar contraproducentes para la diplomacia digital costarricense.

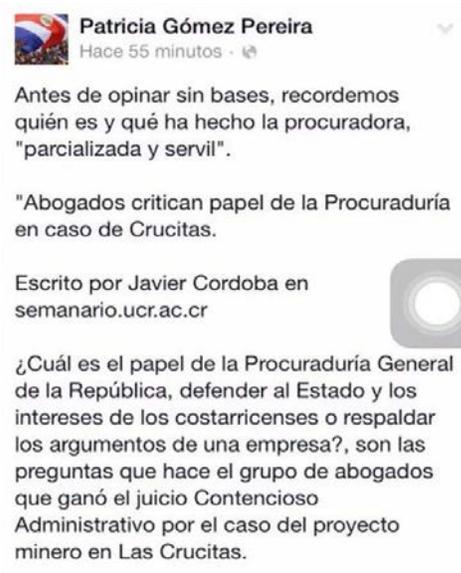
El 23 de enero del año 2015, el Presidente de la República de Costa Rica, Luis Guillermo Solís, junto al Canciller de la República Manuel González Sanz, informaron mediante un comunicado de prensa la destitución de la señora embajadora de Costa Rica ante el Estado Plurinacional de Bolivia, Patricia Gómez Pereira, debido a la publicación de un comentario que circuló en la red social en internet *Facebook* durante algunas horas, vinculado con el presunto ofrecimiento de una embajada a la señora Procuradora General de la República<sup>1</sup>, Ana Lorena Brenes, por parte de altos funcionarios de Casa Presidencial. Según lo expresado en dicho comunicado, la Cancillería convocó a la entonces embajadora designada, para solicitar explicaciones al respecto, no obstante, estas últimas resultaron insatisfactorias. Al respecto se menciona:

---

<sup>1</sup> La Procuraduría General de la República (PGR), es una institución perteneciente al Ministerio de Justicia y Gracia. Su función principal es la representación y defensa del Estado costarricense ante los Tribunales de Justicia. La Procuradora General es la máxima autoridad de este órgano.

La Cancillería considera que la reciente publicación de la señora Gómez en una red social relacionada con la señora Procuradora General de la República, constituye una situación que compromete la investidura y responsabilidades de una representante diplomática de Costa Rica. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, 23 de enero de 2015, en línea).

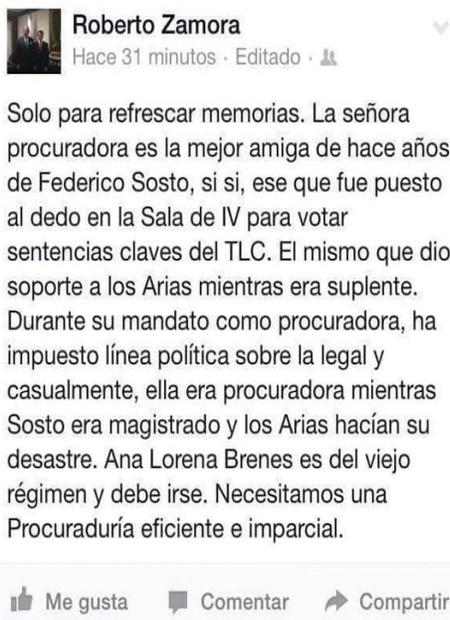
**Ilustración 1.** Publicación en Facebook de la ex embajadora ante el Estado Plurinacional de Bolivia, Patricia Gómez Pereira, respecto a la ex Procuradora General de la República.



**Fuente:** <http://www.nacion.com/el-pais/luis-guillermo-solis-destituye-a-embajadora-en-bolivia/VJGAJc7LANABPBQHIKY346IHA/story/>

Dado lo anterior, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (MREC) resaltó la importancia de la responsabilidad y el buen juicio que debe prevalecer en el ejercicio de la función diplomática. Posteriormente, el 30 de enero de 2015, un hecho similar volvió a colocar a la diplomacia costarricense en el centro de los titulares de noticias. Esta vez, el embajador de Costa Rica ante la República de Corea, Luis Roberto Zamora Bolaños, emitió un comentario en la misma red social que la funcionaria anterior, relacionado también con la Procuradora General de la República, y el supuesto ofrecimiento de una embajada por parte de altos funcionarios de la Casa Presidencial.

**Ilustración 2.** Publicación en Facebook del ex embajador ante la República de Corea, Luis Roberto Zamora Bolaños, respecto a la ex Procuradora General de la República.



**Fuente:** <http://www.nacion.com/el-pais/politica/embajador-en-corea-denuncia-montaje-de-post-contra-procuradora/W7E5Z5RYP5FPVJBHKAFUYZPRQU/story/>

Al respecto, la Cancillería se pronunció y nuevamente, mediante un comunicado se anunció la destitución del señor embajador Roberto Zamora. En una línea similar a los argumentos aducidos en el caso anterior, el canciller expresó lo siguiente: “Los diplomáticos costarricenses tienen un papel primordial en la defensa de los intereses y valores de su país” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, 30 de enero de 2015, en línea). De esta manera, se reitera, la importancia de no comprometer la investidura del cargo diplomático, a través de las redes sociales de internet, y se resalta la importancia de la responsabilidad y la prudencia.

Tales hechos tienen lugar en este nuevo espacio virtual que proveen las redes sociales en internet, por ello adquieren una especial relevancia para la presente investigación. Se evidencia a partir de dichos hechos, que en el país no existe estrategia ni reglamentación adecuada que permita establecer las conductas que son permitidas, y los cursos de acción que deben seguir los funcionarios y la Cancillería en general en el tema del uso de redes sociales de internet.

Desde la perspectiva de este estudio, la tarea principal de quienes tienen a su cargo la diplomacia radica en comprender cómo las TIC pueden complementar su labor para la consecución de sus objetivos. Por ello, el estudio de la diplomacia digital es un aspecto de alta potencialidad para la formación integral de los funcionarios diplomáticos en el siglo XXI, apuntando también, a continuar fortaleciendo la profesionalización del Servicio Exterior Costarricense.

En esta línea, Morales (2013) anota que:

Los procesos de modernización en este ámbito (diplomacia), que suelen incluir prominentemente la implementación y desarrollo de la diplomacia digital, y cuya adecuada ejecución exige la consistencia y efectividad debidas, en la actualidad se consideran asuntos indelegables para las naciones dada la fundamental importancia que han adquirido las relaciones internacionales contemporáneas (p. 22).

Con base en lo referido, se vislumbra la importancia de realizar un estudio del estado de las redes sociales de internet (*Facebook y Twitter*) del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, para conocer la información e interacción que se facilita en los perfiles oficiales de las distintas embajadas en los países donde la República de Costa Rica posee representación diplomática. No se debe ignorar la importancia de mantener una coherencia en la forma y el fondo de las comunicaciones, que como se ha mencionado tienen un gran peso sobre la proyección de Costa Rica alrededor del mundo.

Finalmente, tal y como menciona Manfredi:

La diplomacia digital es una de las áreas de investigación más interesantes de las relaciones internacionales. Afecta al periodismo, a la participación ciudadana y a la alta política. Se han abierto nuevos retos y se han generado nuevas oportunidades. Los países están en proceso de innovar y transformar su acción exterior (2014, p. 351).

## **1.4 Planteamiento del Problema**

La actividad exterior de los Estados se encuentra ante un nuevo escenario global, en el cual ha comenzado a emerger un nuevo paradigma conocido como “diplomacia digital”. Este fenómeno consiste en la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que para efectos de la presente investigación se centra concretamente en la utilización de las redes sociales de internet *Twitter* y *Facebook*; para el logro de determinados objetivos de política exterior y la interacción con los distintos actores de la escena internacional. Con base en ello, se plantea la necesidad de analizar el estado de la diplomacia digital en Costa Rica como una herramienta novedosa y complementaria de la actividad exterior.

## **1.5 Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Analizar el estado de la diplomacia digital en el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica, como herramienta complementaria para la consecución de los objetivos de la política exterior.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

1. Caracterizar las experiencias de los países que presentan mayor desarrollo en diplomacia digital: Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España.
2. Examinar la vinculación de las publicaciones que se proyectan a través de las redes sociales oficiales de internet (*Facebook* y *Twitter*) del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en relación con los ejes y objetivos que le dan sustento a la política exterior costarricense.
3. Contrastar las experiencias de los países con mayor desarrollo en diplomacia digital, respecto a la utilización de las redes sociales de internet,

específicamente *Facebook* y *Twitter*, por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores de Costa Rica.

## **1.6 Delimitación Temporal**

La presente investigación se enmarca durante la Administración Solís Rivera (2014-2018), específicamente durante el periodo que comprende desde el 23 de enero del año 2015, hasta la misma fecha del año 2016. Lo anterior, coincidiendo con los hechos suscitados en el ámbito diplomático costarricense, que como se refirió en líneas anteriores, motivaron este trabajo. Se finaliza en 2016, dado que un estudio de la integralidad de la administración culminaría en el año 2018, de tal forma, por motivos de conveniencia y plazos establecidos en el cronograma de trabajo, se proyectó el análisis hasta esa fecha.

Conviene destacar que según la pertinencia y/o relevancia de algunos contenidos que se encontraron en el curso de la investigación, se consideró oportuno incluirlos, de tal manera que se analizó material extra periodo en algunos casos. Por último, es propicio indicar que el periodo de estudio escogido coincide también con el auge de la diplomacia digital como tema de estudio, el cual está adquiriendo cada vez más relevancia como una nueva y poco explorada dimensión de la actividad diplomática de los Estados y sus agentes.

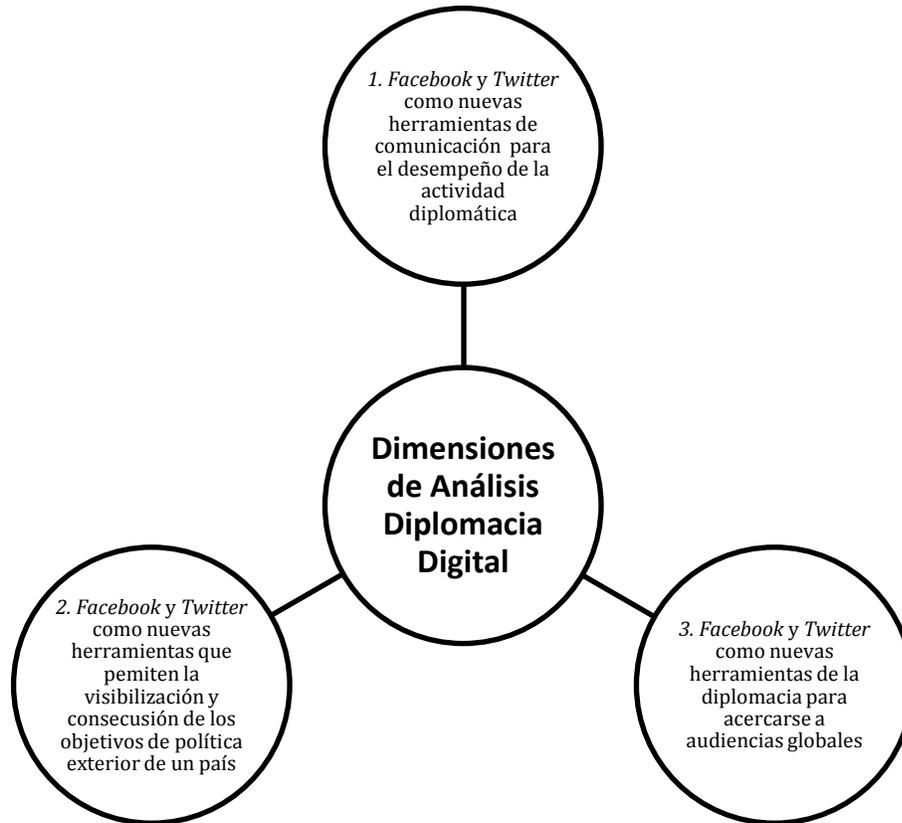
## **1.7 Abordaje Metodológico**

En este apartado se describen los aspectos metodológicos en los cuales se fundamenta esta investigación, tales como: los ejes de análisis de la diplomacia digital que fueron contemplados, enfoque y alcance de la investigación, tipo de fuentes y técnicas utilizadas.

### **1.7.1 Ejes de análisis:**

El eje central de la investigación es la Diplomacia Digital, y alrededor de ese núcleo se configuran tres ejes principales, representados en el siguiente esquema:

**Figura 1.** Dimensiones de análisis diplomacia digital.



**Fuente:** Elaboración propia.

La primera dimensión refiere a la alta presencia y uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las sociedades actuales. El desarrollo de las TIC ha propiciado la proliferación de nuevas formas de comunicación e interacción nunca antes imaginadas. La emergencia de las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter*, constituyen un espacio novedoso y de gran potencial para la comunicación entre las personas alrededor del orbe, y consecuentemente también han impactado la comunicación en el ámbito diplomático.

La segunda dimensión apunta a que *Facebook* y *Twitter* proveen un espacio idóneo que permite la visibilización de aspectos relevantes de la política exterior, así como el logro de determinados objetivos de esta última. Estos aspectos encuentran terreno fértil para su consecución a través de estos espacios.

Por último, la tercera dimensión hace referencia a la importancia de las redes sociales de internet, concretamente *Facebook* y *Twitter*, como medios privilegiados para establecer interacción con audiencias globales; lo cual permite una cercanía con las personas más allá de las fronteras de un país. No se puede ignorar que a través de estos medios las personas se encuentran cada vez más interconectadas al tiempo que demandan mayores espacios de participación en el escenario internacional. Sin duda, las redes sociales de internet particularmente *Facebook* y *Twitter* se han convertido en parte esencial del espacio público, y por ello su utilización en diplomacia debe estar orientada por una estrategia clara.

En síntesis, la novedad de la presente propuesta de investigación reside en detallar el estado de la diplomacia digital en el país. De ello se desprende la importancia de analizar las implicaciones, alcances y posibles potencialidades que este novedoso fenómeno pueda tener en el caso concreto de la diplomacia costarricense.

### **1.7.2 Alcance de la Investigación:**

En cuanto al tipo de estudio es menester destacar que esta investigación es de tipo exploratorio, ya que se pretende examinar un tema de investigación poco estudiado. En este sentido, señala Hernández (2010):

(...) los estudios exploratorios sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto a un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras o sugerir afirmaciones o postulados (p. 79).

La diplomacia digital es un fenómeno de reciente aparición, que ha surgido de la mano del desarrollo de las TIC, así como el incremento en el uso de las redes sociales en internet. Es por ello, que se convierte en un tema novedoso, el cual sugiere una infinidad de caminos aún por explorar, dado el fuerte auge e impacto que estas nuevas tecnologías están teniendo en las sociedades. Cabe destacar, que esta es una de las

primeras investigaciones que se aproximará al tema, con el fin de sentar un primer precedente al respecto.

Por último, en este mismo orden de ideas, cabe acotar que este estudio es de corte descriptivo. En este tipo de estudios, se realiza principalmente la observación del fenómeno del estudio en su entorno natural, es decir, sin manipular o intervenir dicho fenómeno (García, 2004). De esta manera, en esta investigación se pretende observar el desarrollo de la diplomacia digital a través de las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter* del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica.

### **1.7.3 Enfoque de Investigación:**

Esta investigación presenta un enfoque cualitativo, en tanto éste nace de la interacción social, explora las relaciones y cómo las experimentan los involucrados. Estudia el comportamiento humano y las razones que lo gobiernan (Barrantes, 2013).

Cabe destacar, que el presente estudio versa principalmente sobre la utilización de las redes sociales de internet (*Facebook* y *Twitter*) por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, como herramientas complementarias para alcanzar determinados objetivos de política exterior.

Es importante destacar, que las redes sociales son definidas como:

Una reunión de personas, conocidas o desconocidas, que interactúan entre sí, redefiniendo al grupo y retroalimentando. Esta idea enlaza con la cultura de la *web 2.0* que no es sino un nuevo modismo para tildar lo que antes se definía como hacer algo en grupo. La gran ventaja que supone el trabajo grupal es que prospera por el esfuerzo de todos los intervinientes. Lo que un individuo no alcanza a aportar, puede ser fruto del trabajo conjunto (Caldevilla, 2010, p. 47).

Esta definición muestra que las redes sociales en internet siguen siendo redes sociales con la misma finalidad, pero canalizadas por diferentes medios, en este caso, por

medio de internet. Estas redes, a diferencia de lo que normalmente aparece en los sitios *web*, que muestran información tipo “pizarra informativa”; son una fuente de interacción social entre sujetos usuarios que se realiza a través de plataformas tecnológicas; y detrás del uso de las tecnologías hay personas con intenciones y percepciones, que los expresan en una forma de socialización virtual.

#### **1.7.4 Tipo de Fuentes:**

Las fuentes que se utilizaron fueron tanto primarias como secundarias. Se consideran fuentes primarias las entrevistas que se realizaron a funcionarios de las distintas Representaciones Diplomáticas de los países considerados como avanzados en el tema de la diplomacia digital, así como del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica. De igual manera, se considera dentro de las fuentes primarias el contenido de las publicaciones extraídas de las cuentas analizadas en las plataformas *Facebook* y *Twitter* de los países estudiados durante la etapa del monitoreo. Respecto a las fuentes secundarias, se utilizaron textos, libros y documentación disponible, en su mayoría, en formato digital.

#### **1.7.5 Técnicas de Investigación**

En lo que respecta a las técnicas de investigación se utilizaron tres a saber: el análisis documental, el análisis de contenido y la entrevista.

##### **1.7.5.1 Análisis Documental**

De acuerdo con Abarca (2012) la documentación se refiere a la “búsqueda exhaustiva de registros pertinentes al objeto de estudio que se aborda; tiende a operar a manera de un conjunto de hallazgos que coadyuvan al análisis respectivo” (p. 202). Dentro de los objetivos fundamentales de esta técnica figuran la importancia de “verificar qué se ha escrito del tema y hallar aportes teóricos que enriquezcan el abordaje del objeto de estudio en particular” (Abarca en Abarca y otros, 2012, p. 202). Para la presente investigación esta técnica facilitó reunir una gran cantidad de material referente a las principales acciones emprendidas por los cuatro países que presentan mayor desarrollo en materia de diplomacia digital.

A partir de los documentos consultados referidos al contenido de sus acciones en esta materia, se obtuvo una base y evidencias de cómo gestionan las redes sociales de internet concretamente *Facebook* y *Twitter*; que posteriormente se corroboraron, ampliaron o bien modificaron a partir de las entrevistas realizadas. Fue fundamental, además, para cada país incluyendo Costa Rica, realizar esta revisión documental en lo que concierne a los principales rasgos y características de su política exterior, así como de los principales objetivos de esta última; con el fin de encontrar las raíces y principios que orientan la visión de su política exterior para así contrastarlos con la gestión que realizan en las plataformas tecnológicas.

#### **1.7.5.2 Entrevista**

A grandes rasgos, menciona Sibaja (2012) que la entrevista refiere a la interacción entre dos o más personas, en donde una juega el rol de entrevistadora y otra juega el rol de entrevistada. De esta manera, es posible entender la técnica de la entrevista como “el procedimiento de recolección de información basado en una interacción entre dos personas o más a través de la conversación como herramienta principal” (Sibaja en Abarca y otros, 2012, p. 100). Esta conversación permite conocer las apreciaciones, opiniones y percepciones que posee la persona entrevistada respecto al fenómeno en estudio.

Cabe resaltar, además, que es imprescindible tomar en cuenta el contexto y el entorno en que se desarrollará la entrevista, ya que el ambiente también posee una enorme influencia para el desarrollo de la misma, es por ello que la entrevista va más allá de ser únicamente texto. Aunado a lo anterior, la entrevista supone una serie de ventajas entre ellas, la interacción directa que establece el investigador con la persona entrevistada en el momento de recabar la información. Así mismo, permite acceder a cierto tipo de información que quizá se dificulte obtener por otros medios.

Para efectos del presente trabajo se realizaron entrevistas semiestructuradas, para las cuales se realizó un instrumento general (ver anexo 1) que posteriormente fue ajustado para cada uno de los entrevistados, debido a que las experiencias en diplomacia digital presentan algunas características diversas en cada uno de los

países analizados; sin embargo, se mantuvo el fondo de los contenidos. Las preguntas formuladas en el instrumento tuvieron un carácter abierto, de forma que se facilitó la interacción con las personas que se entrevistaron, así como la recolección de la información. En este sentido, las entrevistas semiestructuradas “presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas debido a que parten de preguntas planeadas que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (Bravo y otros, 2013, p. 163).

Las entrevistas se realizaron en un periodo de cuatro meses (de marzo a Julio de 2017) para un total de cinco entrevistas, las cuales fueron todas presenciales. Cabe acotar que se logró realizar todas las entrevistas previstas de manera exitosa. Es importante destacar que previamente se definió un perfil para las personas que se pretendían entrevistar, este se basó en procurar que los entrevistados fueran funcionarios diplomáticos pertenecientes al servicio exterior de sus respectivos países. Lo anterior, dado que en esta investigación se analizó la diplomacia digital desde una perspectiva más estratégica, por lo que se tomó en consideración que son los funcionarios diplomáticos propiamente quienes mejor conocen la política exterior de su país y quienes pueden involucrarse activamente en el proceso de toma de decisiones.

Se entrevistó a diferentes funcionarios diplomáticos, entre ellos, el máximo jerarca del Ministerio de Relaciones y Culto, el Sr. Manuel González Sanz, con el fin de conocer su perspectiva sobre el tema de la diplomacia digital y ahondar en qué tipo de esfuerzos está emprendiendo la cancillería costarricense respecto a este tema. De igual manera, se entrevistaron funcionarios de las Representaciones Diplomáticas de los países considerados como referentes en el tema de la diplomacia digital: el Sr. Ricardo Aniño, Ministro Consejero de la Embajada de España en Costa Rica; la Sra. Denisse Lewis Martínez, Directora de Prensa, Comunicación y Asuntos Políticos de la Embajada del Reino Unido en Costa Rica; el Sr. Stéphane Toulet, Primer Consejero de la Embajada de Francia en Costa Rica, en compañía de la Sra. Olga Bolaños Cubero encargada de

prensa; el Sr. Eric Catalfamo, Consejero de Prensa y Cultura de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica en compañía del Sr. Michael Lee Vargas, Administrador de redes sociales de la misma embajada. A continuación, el siguiente cuadro muestra un esbozo con los principales aspectos de cada una de las entrevistas realizadas.

**Cuadro 1.** Entrevistas realizadas.

<b>País</b>	<b>Persona (s) Entrevistada (s)</b>	<b>Cargo</b>	<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Duración</b>	<b>Lugar</b>
<b>España</b>	Sr. Ricardo Añino	Ministro consejero de la Embajada de España en Costa Rica	Viernes 30 de marzo de 2017	9:30 am	45 minutos	Embajada del Reino de España en Costa Rica
<b>Reino Unido</b>	Sra. Denise Lewis Martínez	Directora de Prensa, Comunicación y Asuntos Políticos	Martes 25 de abril de 2017	10:00 am	1 hora	Embajada del Reino Unido en Costa Rica
<b>Francia</b>	1-Sr. Stephan Tuolet 2-Sra. Olga Bolaños	1-Primer Consejero de la Embajada de Francia en Costa Rica 2-Encargada de Prensa y Comunicación de la Embajada de Francia en Costa Rica	Jueves 25 de mayo de 2017	3:00 pm	1 hora y 30 minutos	Embajada de la República de Francia en Costa Rica

País	Persona (s) Entrevistada (s)	Cargo	Fecha	Hora	Duración	Lugar
Costa Rica	Sr. Manuel González Sanz	Ministro de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica	Viernes 14 de julio de 2017	11:00 am	1 hora y 30 minutos	Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica
Estados Unidos	1-Sr. Eric Catafalmo 2-Sr. Michael Lee	1-Consejero de Prensa y Cultura de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica. 2-Community Manager de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica	Lunes 31 de julio de 2017	2: 00 pm	1 hora	Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica

**Fuente:** Elaboración propia con base en las entrevistas realizadas.

### 1.7.5.3 Análisis de Contenido

De acuerdo con Abarca (2012) la técnica del análisis de contenido facilita la extracción de inferencias a partir del material analizado; “lo central del análisis de contenido es la codificación, esto es, la búsqueda de palabras o de frases -como unidades básicas- sintetizan los elementos relevantes del mensaje implícito o explícito del acto comunicado en forma oral, escrita o con imágenes” (Abarca en Abarca y otros, 2012, p. 201).

Lo anterior fue fundamental para efectuar el análisis realizado, ya que el propósito primordial de este versó principalmente en verificar la relación del contenido de las publicaciones realizadas en las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter*, del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica,

sus embajadas, así como de los otros ministerios de relaciones exteriores de los países referentes en materia de diplomacia digital; con los ejes y principios fundamentales de su respectiva política exterior. En tal sentido “el análisis de contenido asume que la posibilidad de efectuar inferencias acerca de la relación entre contenido y propósito o entre contenido y efecto” (Abarca en Abarca y otros, 2012, p. 201).

En lo que respecta al propósito general del análisis de contenido realizado, este se enfocó en nutrir de nuevos insumos al estudio de las principales acciones emprendidas en diplomacia digital de los países estudiados a partir de una mezcla de dos de las intenciones que describe Fernández (2002):

- “Describir tendencias y de develar semejanzas o diferencias en el contenido de la comunicación escrita entre personas, grupos, organizaciones, países, etc.
- Identificar actitudes, creencias, deseos, valores, centros de interés, objetivos, metas de personas, grupos, organizaciones, países, etc” (p. 37).

Las particularidades de los contextos de países distintos, la novedad, aunado al carácter exploratorio del tema; dieron como resultado la necesidad de adaptar el análisis de contenido de manera que aborde el objeto de estudio y los objetivos específicos que se plantearon conseguir. En este sentido, es importante mencionar las unidades de observación las cuales, de acuerdo con Abarca (2012) refieren al “conjunto de objetos-sujetos de análisis” (p. 207). Para efectos de la presente investigación las unidades de observación son las publicaciones extraídas de las plataformas *Facebook* y *Twitter* de las cuentas analizadas de los Ministerios de Relaciones Exteriores de cada país seleccionado. Cabe acotar que de ellos se consideró únicamente el conjunto elementos pertinentes al tema.

El cuadro siguiente muestra la cantidad total de publicaciones que se extrajeron de las cuentas seleccionadas en las plataformas de *Facebook* y *Twitter* de cada uno de los países analizados. Se puede observar que para el caso de Costa Rica el número se incrementó debido a que este es el país central sobre el cual versa la presente investigación, y por ello fue más exhaustivo.

De igual manera, el cuadro muestra la cantidad total de cuentas analizadas tanto en *Facebook* como en *Twitter* de cada uno de los países que se estudiaron en esta investigación. La información fue extraída durante el periodo enero 2015 a enero 2016, el cual corresponde a la delimitación de esta investigación. No obstante, es importante señalar que en algunos casos, según su pertinencia y/o relevancia para los fines de esta investigación se utilizó material extra periodo.

En este mismo orden de ideas, conviene hacer notar que el cuadro muestra la importancia de que el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica y sus embajadas comiencen a utilizar más activamente la plataforma *Twitter*, que como se analizó en las páginas siguientes es la red social de internet más usada por los entes encargados de la política exterior de los países considerados como referentes en el tema de la diplomacia digital.

**Cuadro 2.** Unidades de Observación.

<b>País</b>	<b>Publicaciones</b>	<b>No. de cuentas <i>Facebook</i></b>	<b>No. de cuentas <i>Twitter</i></b>
Estados Unidos	154	_____	38
Francia	128	_____	20
España	119	_____	20
Reino Unido	112	_____	16
Costa Rica	304	36	2
<b>Total</b>	<b>817</b>	<b>36</b>	<b>96</b>

**Fuente:** Elaboración propia con base en monitoreo realizado de enero 2015 a enero 2016.

De igual manera es importante hacer mención a las unidades de análisis, ya que un análisis de contenido se efectúa sobre estas, las cuales se definen como “segmentos que interesa investigar del contenido de los mensajes escritos, susceptibles posteriormente de ser expresados y desglosados en categorías y subcategorías” (Fernández citada en Abarca y otros, 2012, p. 208). Para esta investigación las unidades de análisis son de base gramatical, que es “cuando se recurre a vocablos presentes (o ausentes), temas centrales según párrafos, palabras relacionadas,

significado de grupos de palabras, etc.” (Abarca en Abarca y otros, 2012, p. 208). Entre las unidades de análisis más comunes se pueden mencionar las palabras y los temas que para efectos de esta investigación fueron los más importantes.

Para efectos de esta investigación, las unidades de análisis son los ejes y principios de la política exterior de cada uno de los países analizados. Para el caso de Costa Rica, se seleccionaron los ejes de política exterior definidos por la Administración Solís Rivera (2014-2018), los cuales están contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo “Alberto Cañas Escalante”.

Para la selección de las unidades de análisis de los países considerados como referentes en el tema de la diplomacia digital, primeramente se realizó un recorrido por los principales rasgos de su política exterior, para luego constatar durante la etapa de monitoreo que habían ciertos temas específicos que eran los que más se trataban en las publicaciones en sus plataformas. Se detectaron cinco temas específicos comunes a estos países: la defensa de la democracia, la defensa y promoción de los derechos humanos, la defensa de la libertad de expresión, la defensa de la paz y seguridad internacional y la defensa del Estado de Derecho.

Como se puede apreciar, el análisis de contenido se realizó de manera inversa para el caso de Costa Rica y para el caso de los países referentes en la temática, debido a que en el primer caso se tenían las unidades análisis previamente definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, mientras que en el segundo caso se construyeron con base en el análisis de la política exterior de cada país y los resultados obtenidos durante la etapa de monitoreo. No obstante, conviene destacar que a pesar de que el análisis de contenido se realizó de manera inversa los resultados obtenidos en el caso de los países referentes en la temática, que luego se transformaron en las unidades de análisis son muy similares a los que se definieron previamente para el caso de Costa Rica, lo cual sugiere que en la actualidad la política exterior sigue una línea similar en los países democráticos. El siguiente cuadro muestra las unidades de análisis utilizadas en esta investigación.

**Cuadro 3.** Unidades de Análisis.

<b>Estados Unidos-Francia-Reino Unido y España</b>	<b>Costa Rica</b>
Democracia	Democracia e integridad territorial
Derechos Humanos	Derechos Humanos y Libertades fundamentales
Libertad expresión	Paz, desarme y seguridad
Paz y seguridad internacional	Derecho Internacional y multilateralismo
Estado de Derecho	Desarrollo sostenible

**Fuente:** Elaboración propia con base en el análisis documental

#### **1.7.5.3.1 Plataformas digitales *Facebook* y *Twitter***

En este apartado se presentan las características principales de la forma en que se extrajo el material de análisis de cada plataforma. Sobre lo anterior, es importante mencionar que se revisaron diversas cuentas de todos los países en ambas plataformas; sin embargo, para el caso de Costa Rica se enfocó principalmente en la plataforma digital *Facebook*, mientras que en los cuatro países referentes en la temática, la mayor cantidad de hallazgos son principalmente de la plataforma *Twitter*, debido a que, como se mencionó anteriormente, son estas las redes sociales de internet más utilizadas por cada uno de los respectivos ministerios de relaciones exteriores y sus embajadas. En relación con lo anterior, cabe destacar, que de acuerdo con el estudio *Twiplomacy*<sup>2</sup>, la red social *Twitter* se ha convertido en los últimos años en la predilecta de la diplomacia digital, seguida por la red social *Facebook*.

Para efectos del cumplimiento de los objetivos de esta investigación, se seleccionaron las publicaciones más relevantes y a partir de ello se escogieron las que se plasmaron

---

<sup>2</sup> Es un estudio global realizado por la firma Burson-Marsteller, en el cual se analiza la presencia y acción de los líderes mundiales en *Twitter*. Para mayor información consúltese <http://twiplomacy.com/>

en este trabajo. Es importante destacar que el propósito de este ejercicio fue vincular el contenido de las publicaciones con los principales ejes y objetivos de la política exterior de cada uno de los países analizados. El propósito fue el mismo tanto para el caso de Costa Rica, como para el caso de los países considerados como referentes en la temática, solo que, como se explicó en el apartado anterior, el análisis de contenido se realizó de manera inversa. Por lo que las publicaciones consideradas como “relevantes” fueron aquellas que estuvieran en concordancia con los ejes y objetivos de su política exterior, con el fin de analizar como utilizan estas plataformas para la consecución de sus objetivos de política exterior.

Sobre este particular es importante puntualizar que se recabó la información a través de archivos tipo imágenes (capturas de pantalla), los cuales posteriormente fueron analizados en los correspondientes apartados, específicamente en los capítulos 4 y 5; implementando el análisis de contenido anteriormente mencionado.

#### **1.7.5.3.2 Análisis de contenido para el caso de los países referentes en la materia (Estados Unidos, Francia, Reino Unido y España)**

Para el caso de estos países el criterio de selección que se aplicó para la extracción de las publicaciones en la plataforma *Twitter* se basó en contrastar el contenido de las publicaciones de esta red social de internet con los principios históricamente rectores de la política exterior de cada país, los cuales fueron desarrollados ampliamente en el capítulo 4 al inicio del apartado correspondiente de cada uno de estos países. Es importante recordar, que para este caso se escogieron los temas principales y comunes a estos países que más se trataban en las publicaciones de sus redes sociales, los cuales fueron mencionados y explicados en líneas anteriores.

Toda la selección de las cuentas analizadas se realizó desde los listados, o inventarios que los ministerios muestran en sus sitios *web*, desde donde es posible acceder a todos los perfiles que poseen en las distintas redes sociales de internet, lo cual facilitó no solo la visualización y el acceso a los perfiles requeridos para los fines de esta investigación, sino también aseguró que los perfiles estudiados son los registrados

como oficiales de cada país. En la medida de lo posible se trató de escoger representaciones de todos los continentes.

En este sentido, a partir de la información extraída en las redes sociales monitoreadas de estos países, se realizó un análisis que evidencia cómo utilizan estas plataformas para la consecución de sus respectivos objetivos de política exterior y se tomaron sus diversas prácticas, cuando así requería, como como referencia, dado que son estos países los más avanzados en materia de diplomacia digital.

Es importante rescatar como se mencionó anteriormente en el apartado de la delimitación temporal, que se consideró oportuno en algunos casos incluir material extra período según su pertinencia y/o relevancia para los fines de esta investigación. Lo anterior, tomando en consideración la dinámica propia de las redes sociales de internet que plantea reto de la adaptabilidad, y dada la naturaleza de esta investigación resultó difícil apegarse únicamente al periodo señalado.

Conviene destacar que abarcar la integralidad de las publicaciones de todas las representaciones diplomáticas de estos países con presencia en redes sociales de internet, vendría a ser material suficiente para una investigación particular para cada uno. Por lo que se seleccionaron aquellas publicaciones más relevantes para efectos del cumplimiento de los objetivos de esta investigación. Este proceso implicó en algunas ocasiones realizar traducciones para las publicaciones que se encontraban en el idioma propio de los países estudiados y las adaptadas a los países donde se está ejerciendo representación diplomática. A continuación, en los cuadros siguientes se muestra la cantidad total de publicaciones extraídas y perfiles de *Twitter* analizados por país.

**Cuadro 4.** Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de los Estados Unidos y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.

País	Estados Unidos
Cantidad total de publicaciones extraídas	154

País	Estados Unidos
<b>Perfiles oficiales de <i>Twitter</i> analizados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en español: @USAenEspañol</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en portugués: @USAemPortugues</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en francés: @USAenFrancais</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en urdu: @USAUrdu</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en inglés: @StateDept</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en chino: @USA_Zhongwen</li> <li>-Cuenta oficial del Departamento de Estado en ruso: @USApoRusski</li> <li>-Cuenta oficial del ex Secretario de Estado John Kerry: @JohnKerry</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Alemania: @usbotschafft</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Nigeria: @UsEmbassyAbuja</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Egipto: @UsEmbassyCairo</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Libia: @USAEmbassyLibya</li> <li>-Embajada de EE.UU. en España: @USEmbassyMadrid</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Francia: @usdos.france</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Rusia: @usemabssyrussia</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Polonia: @USEmbassyWarsaw</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Finlandia: @usembfinland</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Kenia: @USEmbassyKenya</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Austria: @usembvienna</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Irlanda: @USEmbassyDublin</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Holanda: @usembthehague</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Bélgica: @usembbrussels</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Marruecos: @USEmbMorocco</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Suecia: @usembassysweden</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Dinamarca: @usembdenmark</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Italia: @AmbasciataUSA</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Colombia: @USEmbassyBogota</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Chile: @EmbajadaEEUUcl</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Panamá: @USEmbPAN</li> </ul>

País	Estados Unidos
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Embajada de EE.UU. en Ecuador: @usembassy_quito</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Qatar: @USEmbassyQatar</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Brasil: @EmbaixadaEUA</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Bolivia: @EUAenBolivia</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Canadá: @usembassyottawa</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Costa Rica: @usembassysjo</li> <li>-Embajada de EE.UU. en República Dominicana: @EmbajadaUSAenRD</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Japón: @usembassytokyo</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Israel: @usembassyta</li> <li>-Embajada de EE.UU. en México: @USEmbassyMEX</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Paraguay: @laembajada</li> <li>-Embajada de EE.UU. en Uruguay: @usembassyMVD</li> <li>-Embajada de EE.UU. en el Reino Unido: @USAinUK</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Twitter*.

**Cuadro 5.** Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de Francia y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.

País	Francia
<b>Cantidad total de publicaciones extraídas</b>	128
<b>Perfiles oficiales de <i>Twitter</i> analizados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en español: @francediplo_ES</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en francés: @francediplo</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en inglés: @francediplo_EN</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en árabe: @francediplo_AR</li> <li>-Cuenta oficial de la Misión Diplomática de Francia ante las Naciones Unidas: @franceonu</li> <li>-Cuenta oficial de la Misión Diplomática de Francia ante la Unión Europea: @RPFranceUE</li> <li>-Embajada de Francia en España: @france_espagne</li> <li>-Embajada de Francia en Estados Unidos: @franceintheus</li> <li>-Embajada de Francia en Reino Unido: @FranceintheUK</li> <li>-Embajada de Francia en El Salvador: @FR_El_Salvador</li> <li>-Embajada de Francia en República Dominicana: @FranciaRepDom</li> <li>-Embajada de Francia en Honduras: @EmbaFrancia_Teg</li> </ul>

País	Francia
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Embajada de Francia en Ecuador: @FranceEquateur</li> <li>-Embajada de Francia en Costa Rica: @FranceCR</li> <li>-Embajada de Francia en Perú: @FrancePerou</li> <li>-Embajada de Francia en Egipto: @FranceenEgypte</li> <li>-Embajada de Francia en Corea: @FranceenCoree</li> <li>-Embajada de Francia en Irak: @FranceBagdad</li> <li>-Embajada de Francia en Italia: @FranceenItalie</li> <li>-Embajada de Francia en Suecia: @FranceinSweden</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Twitter*.

**Cuadro 6.** Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas del Reino Unido y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.

País	Reino Unido
<b>Cantidad total de publicaciones extraídas</b>	112
<b>Perfiles oficiales de <i>Twitter</i> analizados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido. (Foreign &amp; Commonwealth Office): @foreignoffice</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido para el cambio climático: @FCOClimate</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido para los Derechos Humanos: @FCOHumanRights</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido enfocada en los nacionales que viven y trabajan en el exterior: @FCOtravel</li> <li>-Cuenta oficial del National Cyber Security Centre: @ncsc</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Jordania: @UKinJordan</li> <li>-Embajada del Reino Unido en España: @ukinspain</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Francia: @UKinFrance</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Rusia: @ukinrussia</li> <li>-Embajada del Reino Unido en México: @UKinMexico</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Chile: @UKinChile</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Costa Rica: @UKinCostaRica</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Colombia: @UKinColombia</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Perú: @UKinPeru</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Venezuela: @UKinVenezuela</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Indonesia: @UKinIndonesia</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Canadá: @UKinCanada</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Japón: @UKinJapan</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Tailandia: @ukinthailand</li> <li>-Embajada del Reino Unido en Guatemala: @UKinGuatemala</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Twitter*.

**Cuadro 7.** Perfiles de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores y Embajadas de España y cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.

País	España
<b>Cantidad total de publicaciones extraídas</b>	119
<b>Perfiles oficiales de Twitter analizados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación: @MAECgob</li> <li>-Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación en Inglés: @SpainMFA</li> <li>-Embajada de España en Colombia: @EmbajadaEspCol</li> <li>-Embajada de España en Estados Unidos: @SpainIntheUSA</li> <li>-Embajada de España en Francia: @EmbEspFrancia</li> <li>-Embajada de España en Israel: @EmbEspTelAviv</li> <li>-Embajada de España en Italia: @EmbEspItalia</li> <li>-Embajada de España en Turquía: @EmbEspTurquia</li> <li>-Embajada de España en Costa Rica: @EmbEspSanJoseCR</li> <li>-Embajada de España en Suiza: @EmbEspSuiza</li> <li>-Embajada de España en Bolivia: @EmbajadaEspLPaz</li> <li>-Embajada de España en Kenia: @EmbEspKenia</li> <li>Embajada de España en Luxemburgo: @EmbEsLuxemburgo</li> <li>Embajada de España en Panamá: @EmbEspPan</li> <li>Embajada de España en Trinidad y Tobago: @EmbEspTT</li> <li>Embajada de España en Jamaica: @EmbSpainJamaica</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Twitter*.

### 1.7.5.3.3 Análisis de contenido para el caso de Costa Rica

Para el caso de la red social de internet *Facebook* se realizó un monitoreo en la cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, así como la totalidad de las embajadas que poseen cuentas en esta plataforma las cuales sumaron un total de 33, el Departamento Consular y del señor Ministro de Relaciones Exteriores, Manuel González Sanz. Lo anterior, con el propósito de compilar información estratégica necesaria para la obtención de los objetivos de esta investigación.

En lo que respecta al criterio de selección utilizado para la extracción de publicaciones en ambas plataformas, este se basó en los ejes de política exterior contenidos en el

Plan Nacional de Desarrollo “Alberto Cañas Escalante” 2014-2018, los cuales se detallan a continuación:

- 1) La defensa de la democracia, la integridad territorial y la soberanía nacional.
- 2) La promoción, la protección y el respeto de los Derechos Humanos y libertades fundamentales.
- 3) La promoción de la paz, del desarme y de la seguridad nacional, regional y mundial.
- 4) El fortalecimiento del Derecho Internacional y el desarrollo de un multilateralismo efectivo.
- 5) La promoción del desarrollo sostenible y la coordinación y representación política en las negociaciones ambientales internacionales.

De esta manera, tomando como referencia estos ejes estratégicos enunciados en el PND, se seleccionó y analizó detalladamente las publicaciones de estas cuentas con el fin de vincular el contenido de estas publicaciones con los ejes antes mencionados, relativos a la política exterior. Lo anterior, permitió visibilizar cómo estos ejes son promovidos y defendidos por la diplomacia costarricense en el nuevo entorno digital. Los hallazgos de este análisis están contenidos en el capítulo 5 de esta investigación referente a Costa Rica.

Para el análisis de las cuentas existentes en la red social de internet *Twitter*, se aplicaron los mismos parámetros de análisis que para la red social *Facebook*, es decir, para la extracción y análisis del contenido de las publicaciones estudiadas, se tomó como referencia los ejes estratégicos de la política exterior planteados por la Administración Solís Rivera en el PND. Para efectos de esta investigación se analizó el perfil de *Twitter* del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, el cual posee el nombre de usuario: @CRcancillería. Así mismo, se analizó el perfil del canciller Manuel González Sanz, cuyo nombre de usuario corresponde a: @mgonzalezsanz. Además, de estas cuentas, en la exploración realizada se encontraron los perfiles de las embajadas de Costa Rica en Francia (@CostaRicaFrance), Venezuela (@EmbCR\_Vzla) y Perú (@EmbajadaCrenPe) en esta red social.

Igualmente, se analizaron también las distintas prácticas en diplomacia digital que han sido premisa de los países que ya han avanzado en esta materia, con el fin de obtener insumos para contrastarlos y/o visibilizar su importancia, cuando así se requería, para el caso de Costa Rica. Es importante destacar, al igual que se indicó para el caso de los países estudiados como referentes en materia de diplomacia digital, que para el caso de Costa Rica también se consideró oportuno en algunos casos incluir material extra período según su pertinencia y/o relevancia para los fines de esta investigación.

Las cuentas oficiales del MREC y sus embajadas, así como del Departamento Consular en estas plataformas digitales, juegan un papel fundamental debido a que en la actualidad son uno de los primeros canales que acercan al ciudadano a sus servicios y a la información de primera mano en relación con sus labores y los temas más relevantes de la política exterior costarricense y el acontecer internacional. El Departamento Consular por su parte, ejecuta labores de asesoría, apoyo, coordinación, planeación y supervisión de la labor de los Consulados de Costa Rica en el exterior; si bien los consulados en el exterior no son objeto de estudio en esta investigación, el Departamento Consular como ente rector de los distintos consulados de la República de Costa Rica, si se incluyó en este estudio.

A continuación, en los cuadros siguientes se muestran los perfiles de *Facebook* y *Twitter* del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, el Departamento Consular y las embajadas alrededor del mundo que poseen cuentas oficiales en estas plataformas. De igual manera, se incluye la cantidad total de publicaciones extraídas de ambas plataformas y otros aspectos relevantes que también fueron contemplados.

**Cuadro 8.** Cantidad total de publicaciones extraídas durante el periodo enero 2015-enero 2016.

País	Costa Rica
<b>Cantidad total de publicaciones extraídas de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i></b>	304

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de las plataformas *Facebook* y *Twitter*.

**Cuadro 9.** Perfiles de Facebook y Twitter del MREC, Embajadas, Canciller y Departamento Consular analizados durante el periodo enero 2015-enero 2016.

Facebook	Cantidad de seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
1) Embajada de Costa Rica en el Reino de Bélgica	2 313	Fecha última de publicación: 26 de enero 2017	<a href="https://www.facebook.com/ecrbel">https://www.facebook.com/ecrbel</a>
2) Embajada de Costa Rica en Canadá	2 332	Fecha última de publicación: Diciembre 2016	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Canad%C3%A1/131158646950387">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Canad%C3%A1/131158646950387</a>
3) Embajada de Costa Rica en Estado de Catar	90	Fecha última de publicación: 15 agosto 2016	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-in-Qatar/256491664369013?ref=br_rs">https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-in-Qatar/256491664369013?ref=br_rs</a>
4) Embajada de Costa Rica en República de Chile	2014	Fecha última de publicación: 2014- anterior administración	<a href="https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Chile-100575983330421/">https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Chile-100575983330421/</a>
5) Embajada de Costa Rica en República de Colombia	530	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Bogota/639842926029641?fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Bogota/639842926029641?fref=ts</a>
6) Embajada de Costa Rica en República de Cuba	1 135	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Cuba/362835200396148">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Cuba/362835200396148</a>

Facebook	Cantidad de seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
7) Embajada de Costa Rica en República de El Salvador	517	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-El-Salvador/362551933823877">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-El-Salvador/362551933823877</a>
8) Embajada de Costa Rica en Reino de España	547	Activa	<a href="https://www.facebook.com/embajadacos taricaenespana/?fref=ts">https://www.facebook.com/embajadacos taricaenespana/?fref=ts</a>
9) Embajada de Costa Rica en Estados Unidos de América	2950	Activa	<a href="https://www.facebook.com/EmbajadadeCostaRicaenlosEEUU">https://www.facebook.com/EmbajadadeCostaRicaenlosEEUU</a>
10) Embajada de República de Francia	3 782	Activa	<a href="https://www.facebook.com/CostaRicaFrance">https://www.facebook.com/CostaRicaFrance</a>
11) Embajada de Costa Rica en Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	No se muestra	Fecha última de publicación: 25 noviembre 2015	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-London/201300490071694">https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-London/201300490071694</a>
12) Embajada de Costa Rica en República de Guatemala	1 759	Activa	<a href="https://www.facebook.com/embajadade costaricaenguatemala?v=wall">https://www.facebook.com/embajadade costaricaenguatemala?v=wall</a>

Facebook	Cantidad de seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
13) Embajada de Costa Rica en República de India	1677	Fecha última publicación: 23 de enero	<a href="https://www.facebook.com/Embajada.CostaRica.India">https://www.facebook.com/Embajada.CostaRica.India</a>
14) Embajada de Costa Rica en Japón	2 764	Fecha última de publicación: 15 setiembre 2013	<a href="https://www.facebook.com/embajadacosatarica.japon?fref=ts">https://www.facebook.com/embajadacosatarica.japon?fref=ts</a>
15) Embajada de Costa Rica en Estados Unidos Mexicanos	2 342	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-M%C3%A9xico/363591350417692">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-M%C3%A9xico/363591350417692</a>
16) Embajada de Costa Rica en República de Nicaragua	321	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Nicaragua/119033261531334?fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Nicaragua/119033261531334?fref=ts</a>
17) Embajada de Costa Rica en Reino de Noruega	1 222	Fecha última de publicación: 2 junio 2015	<a href="https://www.facebook.com/costarica.noruega">https://www.facebook.com/costarica.noruega</a>
18) Embajada de Costa Rica en República de Panamá	5991	Activa	<a href="https://www.facebook.com/embajada.panamá">https://www.facebook.com/embajada.panamá</a>

Facebook	Cantidad de seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
19) Embajada de Costa Rica en República del Paraguay	1 625	Activa	<a href="https://www.facebook.com/costarricens eenparaguay">https://www.facebook.com/costarricens eenparaguay</a>
20) Embajada de Costa Rica en Reino de los Países Bajos	987	Fecha última de publicación: 17 enero 2017	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Los-Países-Bajos/277628899020022?fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Los-Países-Bajos/277628899020022?fref=ts</a>
21) Embajada de Costa Rica en República del Perú	407	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br_rs">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br_rs</a>
22) Embajada de Costa Rica en República Dominicana	193	Fecha última de publicación: 8 de mayo 2014	<a href="https://www.facebook.com/EmbajadaCostaRicaRD">https://www.facebook.com/EmbajadaCostaRicaRD</a>
23) Embajada de Costa Rica en República de Singapur	1 119	Activa	<a href="https://www.facebook.com/EmbassyCRSG?fref=ts">https://www.facebook.com/EmbassyCRSG?fref=ts</a>
24) Embajada de Costa Rica en República de Turquía	1083	Fecha última de publicación: 24 de febrero 2017	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Turquia/660421524077327">https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Turquia/660421524077327</a>

<b>Facebook</b>	<b>Cantidad de seguidores</b>	<b>Estado de la cuenta</b>	<b>Enlace</b>
25) Embajada de Costa Rica en República Oriental del Uruguay	716	Activa	<a href="https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Uruguay/1634383703443729">https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Uruguay/1634383703443729</a>
26) Embajada de Costa Rica en República Bolivariana de Venezuela	312	Activa	<a href="https://www.facebook.com/embajadadecostaricaenvenezuela">https://www.facebook.com/embajadadecostaricaenvenezuela</a>
27) Embajada de Costa Rica en República Federativa del Brasil	No se muestra	Sin publicaciones	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100010130087136&amp;fref=ts">https://www.facebook.com/profile.php?id=100010130087136&amp;fref=ts</a>
28) Embajada de Costa Rica en República Federal de Alemania	3 777	Activa	<a href="https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Alemania-831371430251436/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Alemania-831371430251436/?ref=br_rs</a>
29) Embajada de Costa Rica en República de Honduras	671	Activa	<a href="https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Honduras-105300179873682/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Honduras-105300179873682/?ref=br_rs</a>
30) Embajada de Costa Rica en República de Corea	682	Activa	<a href="https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Corea-425223514339959/?ref=ts&amp;fref=ts">https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Corea-425223514339959/?ref=ts&amp;fref=ts</a>

Facebook	Cantidad de seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
31) Embajada de Costa Rica en Belice	Perfil público: 8  Perfil con solicitud de amistad 455	Activa  7 julio 2016	1) <a href="https://www.facebook.com/embajadade costarica.enbelize/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/embajadade costarica.enbelize/?ref=br_rs</a>  2) <a href="https://www.facebook.com/embajadade costarica.enbelice?ref=br_rs">https://www.facebook.com/embajadade costarica.enbelice?ref=br_rs</a>
32) Embajada de Costa Rica en República de Austria	161	Activa	<a href="https://www.facebook.com/CR1821AT/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/CR1821AT/?ref=br_rs</a>
33) Embajada de Costa Rica en Estado de Israel	1 341	Fecha última de publicación: 16 de marzo de 2017	<a href="https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Israel-851626364888568/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Israel-851626364888568/?ref=br_rs</a>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de las plataformas *Facebook* y *Twitter*.

**Cuadro 9.** Perfiles de *Facebook* del MREC, el Canciller y el Departamento Consular.

Facebook	Cantidad seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
Ministerio de Relaciones Exteriores	16 914	Activa	<a href="https://www.facebook.com/CancilleriaCostaRica/">https://www.facebook.com/CancilleriaCostaRica/</a>
Canciller	9 253	Activa	<a href="https://www.facebook.com/manuelgonzalezscr/">https://www.facebook.com/manuelgonzalezscr/</a>
Departamento Consular	1 794	Activa	<a href="https://www.facebook.com/Departamento-Consular-MREC-186597141389534/">https://www.facebook.com/Departamento-Consular-MREC-186597141389534/</a>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Facebook*.

**Cuadro 10.** Perfiles existentes en *Twitter*.

Twitter	Cantidad seguidores	Estado de la cuenta	Enlace
Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto	Tuits 1,417 Siguiendo 246 Seguidores 2,542 Me Gusta 346	Activa	<a href="https://twitter.com/CRcancilleria">https://twitter.com/CRcancilleria</a>
Canciller	Tuits 2,117 Siguiendo 78 Seguidores 3,530 Me gusta 16	Activa	<a href="https://twitter.com/mgonzalezsanz">https://twitter.com/mgonzalezsanz</a>
Embajada de República de Francia	Tuits 1,098 Seguidores 331	Activa	<a href="https://twitter.com/CostaRicaFrance">https://twitter.com/CostaRicaFrance</a>
Embajada de Costa Rica en República Bolivariana de Venezuela	Tuits 1,346 Siguiendo 533 Seguidores 382 Me gusta 3	Activa	<a href="https://twitter.com/EmbCR_Vzla">https://twitter.com/EmbCR_Vzla</a>
Embajada de Costa Rica en Perú	Tuits 5 Siguiendo 11 Seguidores 10 Me gusta 1	Fecha última de publicación : 14 de febrero de 2013 (administración Chinchilla)	<a href="https://twitter.com/EmbajadaCRenPe">https://twitter.com/EmbajadaCRenPe</a>

**Fuente:** Elaboración propia con base en las publicaciones extraídas de la plataforma *Twitter*.

Otra vertiente del análisis de contenido realizado, como se mencionó anteriormente, fue el análisis de las prácticas implementadas por los países avanzados en el ámbito de la diplomacia digital, las cuales se analizaron durante la etapa de monitoreo señalado de forma paralela a las publicaciones antes indicadas. Lo anterior, con el fin de evidenciar cómo ejecutan las estrategias de diplomacia digital, de manera que funjan como base para replicar en países que deseen incursionar en esta materia. El

cuadro que se muestra a continuación, contiene una síntesis de las prácticas identificadas por país, las cuales fueron ampliamente desarrolladas en el capítulo 4 de esta investigación referente a las acciones emprendidas por estos países en materia de diplomacia digital.

**Cuadro 11.** Prácticas identificadas en diplomacia digital de los países referentes en esta materia.

País	Prácticas identificadas en diplomacia digital
Estados Unidos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secretarios de Estado como los principales promotores del uso de Redes Sociales para la Diplomacia.</li> <li>2. Presencia de la cuenta del Departamento de Estado en <i>Twitter</i> en 11 idiomas.</li> <li>3. Charlas interactivas promovidas en <i>Twitter</i> para informar sobre las labores del Departamento de Estado y atender consultas.</li> <li>4. Charlas interactivas promovidas en <i>Twitter</i> por el Departamento de Estado sobre temas de política exterior.</li> <li>5. Charlas interactivas promovidas en <i>Twitter</i> por el Departamento de Estado sobre el trabajo del Secretario de Estado.</li> <li>6. Acercamiento al público joven con iniciativas como el concurso “Democracy is...”</li> <li>7. Publicaciones constantes en sus cuentas abogando por la libertad de presos políticos alrededor del mundo, la libertad de expresión, los derechos fundamentales y la democracia.</li> <li>8. Asidua participación de los Embajadores (as) y otras figuras del ámbito diplomático en estas plataformas.</li> <li>9. Incremento del protagonismo de los Embajadores y otras figuras diplomáticas a través de la utilización de las redes sociales de internet.</li> <li>10. Lucha contra el terrorismo: combate a las ideologías extremistas en las redes sociales de internet.</li> <li>11. Apertura de la plataforma <i>share.america.gov</i>, fuente principal de las noticias que se comparten en las cuentas oficiales de la diplomacia estadounidense.</li> <li>12. Utilización del blog “<i>DipNote</i>” para detallar la actividad diplomática de los Estados Unidos. El Departamento de Estado y las embajadas comparten con frecuencia artículos de este sitio en sus redes sociales</li> </ol>

País	Prácticas identificadas en diplomacia digital
	<p>de internet.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. Realización de estudios previos para la apertura de cuentas en estas plataformas en los países donde se ejerce representación diplomática.</li> <li>14. El Departamento de Estado cuenta con una Oficina de Compromiso Digital.</li> <li>15. Realización de campañas regionales con objetivos comunes en sintonía con las embajadas de distintas regiones.</li> <li>16. Cada representación diplomática realiza su propia estrategia de diplomacia digital de acuerdo a sus necesidades.</li> <li>17. Formación, capacitación y actualización de los funcionarios diplomáticos en materia de diplomacia digital.</li> </ol>
Francia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de una estrategia en seguridad y defensa informática.</li> <li>2. Sesiones de preguntas y respuestas sobre temas de política exterior francesa en <i>Twitter</i> y <i>Facebook</i>.</li> <li>3. Creación de cuentas oficiales en diversos idiomas.</li> <li>4. Aplicación de la “política voluntarista de comunicación” en las redes sociales de internet.</li> <li>5. Creación de plataforma para contabilizar la actividad en <i>Twitter</i> de todas las cuentas oficiales.</li> <li>6. Adaptación a plataformas de otros países como lo es el caso de China con la red social <i>Weibo</i>.</li> <li>7. Implementación de un <i>social room</i> para la Semana de los Embajadores (2016).</li> <li>8. Publicaciones constantes en estas plataformas defendiendo y/o promocionando sus intereses relativos a la defensa de los derechos humanos, la democracia, la lucha contra el terrorismo, la libertad de expresión.</li> <li>9. Creación del blog “<i>Carnets diplomatiques</i>”: espacio digital en donde se reúnen experiencias de los diplomáticos franceses, el cual es promocionado a través de sus redes sociales de internet.</li> <li>10. Creación del blog personal del ex ministro de asuntos exteriores Jean-Marc Ayrault, en el cual se personalizó su labor.</li> <li>11. Estrategia de seguridad cibernética.</li> <li>12. Formación, capacitación y actualización de los funcionarios</li> </ol>

País	Prácticas identificadas en diplomacia digital
	<p>diplomáticos en materia de diplomacia digital.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. Suministro de información clara y precisa para suprimir la búsqueda de información complementaria.</li> <li>14. Habilitación de la cuenta en <i>Twitter</i> @ConseilsVoyages para ofrecer asistencia a los ciudadanos franceses en el exterior.</li> </ol>
<b>Reino Unido</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. FCO y sus embajadas realizan monitoreos continuos para tomar información estratégica e identificar líderes en el los ámbitos nacionales e internacionales.</li> <li>2. Monitoreo de conversaciones en <i>Twitter</i> sobre temas de interés para la FCO y posteriores análisis.</li> <li>3. Apertura de cuentas en <i>Twitter</i> para tratar específicos de interés para la política exterior británica tales como los derechos humanos, la violencia sexual en los conflictos armados, entre otros.</li> <li>4. Sesiones de preguntas y respuestas en las plataformas virtuales a cargo de distintos funcionarios diplomáticos.</li> <li>5. Campañas en las plataformas sobre temas de especial relevancia para la FCO.</li> <li>6. Formación, capacitación y actualización de los funcionarios diplomáticos en materia de diplomacia digital.</li> <li>7. Periodo de “purdah”: momento políticamente sensible el cual no se puede publicar a favor o en contra de un determinado suceso político.</li> <li>8. Proactividad e innovación de las embajadas proactivas para la generación de estrategias en diplomacia digital.</li> <li>9. Utilización del <i>blog</i> de diplomáticos británicos, promocionado en sus redes sociales de internet.</li> <li>10. Estrecha coordinación en materia de diplomacia digital entre la FCO y sus embajadas alrededor del mundo.</li> </ol>
<b>España</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realización de análisis previo de las estrategias en diplomacia digital de otros países.</li> <li>2. Fortalecimiento de la atención consular a través de las redes sociales de internet.</li> <li>3. Campañas dirigidas a los españoles en el exterior especialmente en</li> </ol>

País	Prácticas identificadas en diplomacia digital
	<p>materia de seguridad personal y gestión de trámites.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Expertos y recursos para fortalecer la estrategia digital.</li> <li>5. Elaboración anual de una estrategia de comunicación que incluya la gestión de las redes sociales en internet.</li> <li>6. Incorporación de contenidos propios en las publicaciones de redes sociales de internet de las distintas representaciones diplomáticas.</li> <li>7. Oficina de Información Diplomática (OID) como principal generadora de contenido propio para el Ministerio y sus misiones diplomáticas.</li> <li>8. Supervisión constante del crecimiento e impacto de las redes sociales de cada embajada.</li> <li>9. Seminarios <i>online</i> para funcionarios diplomáticos.</li> <li>10. Capacitaciones presenciales y previas a asumir una misión diplomática.</li> <li>11. Formación, capacitación y actualización de los funcionarios diplomáticos en materia de diplomacia digital.</li> <li>12. <i>Creación Blog</i> de los diplomáticos españoles, promocionado en sus redes sociales de internet.</li> <li>13. Estrategia sobre ciberseguridad nacional como parte de la lucha contra el ciberterrorismo y la cibercriminalidad. España fue el primer país en instaurar una Fiscalía especializada en ciberdelito.</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia con base en el estudio realizado respecto a las principales acciones emprendidas por estos países en materia de diplomacia digital.

## CAPÍTULO 2

# Perspectiva Teórica de las Relaciones Internacionales y la Comunicación Global

---

La Diplomacia Digital es un fenómeno compuesto por dos grandes ejes, por un lado, se encuentra la disciplina de las Relaciones Internacionales, la cual aporta elementos centrales para la comprensión de la diplomacia y la actividad exterior de los Estados. Por otro lado, se encuentra la comunicación, que, desde la perspectiva de este estudio, está estrechamente vinculada a la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, que están siendo potencializadas por el uso de internet. Para el abordaje del objeto de estudio de la presente investigación, es imprescindible contemplar ambos ejes, de los cuales se desprenden los aspectos teóricos fundamentales que dan sustento a esta investigación.

Respecto al eje de las Relaciones Internacionales, se desarrolla en primera instancia, un apartado sobre la teoría de la Relaciones Internacionales, específicamente la Interdependencia Compleja. Un segundo apartado refiere a los aspectos relativos a la Diplomacia, el tercer apartado enfatiza la diversificación de actores de la escena internacional, lo cual reviste de gran importancia para esta investigación. Por último, el cuarto apartado trata sobre el poder, principalmente detalla el poder duro (*“hard power”*) y el poder blando (*“soft power”*).

### **2.1 Teoría de la Interdependencia Compleja**

En todas las disciplinas académicas, es esencial contar con teorías que permitan la comprensión de los distintos fenómenos de estudio. En este sentido, las teorías son como “lentes” a través de los cuales se puede mirar y analizar un fenómeno determinado. La noción de teorías de las Relaciones Internacionales remite a las formas en que se relacionan los distintos Estados en el escenario internacional, así como la configuración de los juegos de poder. La emergencia de nuevos actores en el escenario internacional, también ha conducido a replantear la forma en que los

Estados se relacionan con estos, y consecuentemente la redefinición de las relaciones de poder. En el caso de las Relaciones Internacionales, existe una diversidad de teorías que permiten analizar la realidad y los fenómenos internacionales que se desprenden de ella.

En aras de la comprensión del tema por tratar en esta investigación, se hace apremiante contar con un lente teórico a través del cual observar la realidad propuesta. Es por ello que, para acercarse a la diplomacia digital, la presente investigación acoge la teoría de la Interdependencia Compleja. La teoría de la Interdependencia Compleja surge en la década de los años sesenta de la mano de sus dos principales exponentes Robert O. Keohane y Joseph S. Nye; en un contexto donde existía un sistema bipolar enmarcado en la Guerra Fría en torno a la cual se definieron dos ideologías predominantes, por un lado, el capitalismo de los Estados Unidos y por el otro el comunismo de la Unión Soviética.

Sin embargo, con el pasar de los años esta teoría se ha ido consolidando, ya que la idea de la interdependencia se vuelve más contundente después de la caída del muro de Berlín, donde se empieza a transformar el sistema bipolar en un mundo globalizado; este proceso de globalización hace que se afecte todos los ámbitos de la vida humana, en donde aparte de tener una mayor accesibilidad a los medios masivos de comunicación y a los transportes, los cuales hacen que nuestro tiempo se acelere y se dé la inmediatez, es posible también compartir rasgos culturales con respecto al resto del mundo, así lo determinan los autores Borja y Castells: “las transformaciones en curso no se limitan a los ámbitos tecnológicos y económicos: afectan también a la cultura, a la comunicación y a las instituciones políticas en un sistema interdependiente de relaciones sociales” (2000, p. 28).

Entre los principales postulados de esta teoría, se señala que las sociedades están conectadas por canales múltiples, que las agendas interestatales contienen temas diversos los cuales no están jerarquizados y finalmente, apunta a una baja en la intensidad del uso de la fuerza (Keohane y Nye, 1988).

Con respecto a la noción interdependencia compleja Esther Barbé (2003) señala lo siguiente:

(...) la noción de interdependencia compleja, introducida por Keohane y Nye, comporta la existencia de un juego cooperativo entre los actores internacionales y, en caso de producirse un conflicto, este último no se traslada al terreno político-militar ya que los instrumentos de actuación propios del -estado armado- son inútiles en el mundo de la interdependencia compleja (p. 67).

Los teóricos de la interdependencia compleja han cuestionado el protagonismo del Estado como unidad de análisis, ya que su campo de estudio va más allá de centrarse únicamente en el Estado, más bien involucra una pluralidad de actores que se desenvuelven en la escena internacional. Precisamente esta es una de las características más trascendentales de esta teoría, la multiplicación de los actores políticos, económicos, sociales y culturales, que son tan diversos que hoy en día es difícil cuantificarlos, más aún, considerando que hasta el mismo individuo depende y forma parte del sistema internacional.

Para los interdependentistas, la fragmentación del sistema internacional no necesariamente trae consigo un conflicto permanente, es necesario para la existencia de la interdependencia, ampliar considerablemente los espacios para la cooperación y la identificación de objetivos comunes.

En un escenario de cambios, en el cual se observa una diversidad de actores, la ausencia de jerarquía en los problemas globales, así como la utilización de nuevos instrumentos políticos que van más allá de la utilización de la fuerza; la teoría de la interdependencia compleja es una respuesta para explicar estos fenómenos internacionales. Si bien, los teóricos de la interdependencia no niegan las situaciones de conflicto en donde todavía prevalece el uso de la fuerza, y tampoco ignoran la relevancia de la actividad militar para algunos Estados, pretenden aportar una nueva visión para entender el panorama global contemporáneo.

Es innegable que los horizontes internacionales han sufrido profundas transformaciones en las últimas décadas, y como consecuencia de ello, la teoría de la interdependencia compleja adquiere gran relevancia en este nuevo contexto.

## **2.2 Diplomacia**

El término “diplomacia” remite a la noción de las relaciones entre los Estados, precisamente la diplomacia como medio alternativo a la vía militar persigue como objetivo supremo el unir a los pueblos, sus gobiernos, así como brindar soluciones oportunas a las dificultades que surjan y que pudiesen afectar los intereses nacionales.

Es importante destacar que la diplomacia es el medio por excelencia mediante el cual los Estados se insertan en la dinámica internacional y sus diversos ámbitos, sean estos multilaterales, bilaterales, regionales, entre otros. Por ello cuando se habla de diplomacia, se hace referencia siempre a la actividad oficial de un Estado (Parker, 2004).

De esta manera, se entiende diplomacia como “la manera de conducir los asuntos exteriores de un sujeto de derecho internacional utilizando medios pacíficos y principalmente la negociación” (Cahier, 1965, p. 18).

Existen una serie de elementos que guardan una estrecha relación con el término diplomacia, los cuales deben ser contemplados para la adecuada comprensión de esta investigación. En la medida en que consolidan las relaciones diplomáticas entre Estados y con las instituciones internacionales, los Estados requieren representantes permanentes, lo cual remite al concepto de Servicio Exterior.

De acuerdo con Jara (1989), el Servicio Exterior refiere al “conjunto de funcionarios diplomáticos con que cuenta un Estado para desarrollar su actividad con los otros Estados u organizaciones internacionales” (p. 22). El Servicio Exterior desempeña principalmente dos funciones, la diplomática y la consular, las cuales se complementan entre sí para proteger los intereses nacionales, así como los intereses de los ciudadanos en el exterior.

Lo anterior, conduce a pensar en el concepto de Misión Diplomática, la cual es “una representación de carácter permanente que un Estado acredita ante otro Estado, ante una organización internacional u otros sujetos de derecho internacional” (Jara, 1989, p. 31). Existen diversos tipos de misión diplomática, no obstante, para efectos de esta investigación interesa principalmente comprender que la Embajada “es la misión diplomática representativa y permanente que un Estado acredita ante otro Estado y que está a cargo de un Embajador” (Jara, 1989, p. 38).

Cabe destacar, que las Embajadas son la misión diplomática de más alto rango y su accionar está sujeto al marco normativo del Estado receptor (Jara, 1989). Las Embajadas históricamente han cumplido la finalidad de ser intermediarias entre dos Estados, facilitando así la comunicación y proyectando la imagen del país en el exterior. En esta misma línea, es importante destacar que los Embajadores son los funcionarios diplomáticos de más alto nivel.

### **2.3 Política Exterior**

La política exterior de los Estados, es la que, en gran medida, determina el tipo y la intensidad de las relaciones que se establecen con otros Estados y las posiciones que asumen en la escena internacional. De acuerdo con Morales (2004), la política exterior puede ser entendida como “el conjunto de aquellas acciones que, trascendiendo las fronteras del Estado, expresan los intereses políticos de las diferentes esferas, sociales, económicas y culturales, adoptadas por los órganos decisorios del Estado y dirigidos al medio internacional” (p. 27). Un elemento importante, es que la política exterior se lleva a cabo principalmente a través de la actividad diplomática.

La política exterior de un Estado es un medio importante de proyección y posicionamiento de los intereses que se persiguen a nivel internacional. Así mismo, cabe destacar su estrecha vinculación con la política interior, debido a que sus objetivos deben ser coincidentes con esta última. Para Caldusch (1993) ambas políticas, tanto la interna como exterior, son dos facetas de una misma realidad del Estado, y por lo tanto no pueden dissociarse:

La diferencia entre estas dos esferas de la política del Estado responde, en último extremo a la diversidad de formas y órganos que participan en la elaboración de una y de otra, así como a los diferentes destinatarios. Mientras que la política interior se dirige a los individuos y grupos de una misma sociedad estatal, la política exterior está orientada a permitir la vinculación entre Estados. (p. 3).

De lo anterior, es importante destacar que, en el nuevo contexto internacional dominado por la globalización y la interdependencia, la política exterior no puede estar dirigida solo a los Estados, debe contemplar también estrategias de vinculación con otros actores internacionales, los cuales también están poblando el medio internacional y que, a su vez, plantean nuevos desafíos en este sentido. “En la era de la globalización, el ejercicio de la política exterior se encuentra vinculado directamente con la dinámica de las relaciones de influencia provenientes del contexto internacional, y con la estructura de asimetrías y jerarquías entre las naciones” (Becerra, 2001, p. 52).

Como se mencionó anteriormente, en tiempos recientes, la política exterior ha sufrido profundas modificaciones, debido a que ya no gira únicamente en torno a la paz y la seguridad internacional, y no está dirigida exclusivamente hacia los Estados, sino que se incorporan una gran cantidad de actores que han diversificado el escenario internacional. En este sentido, Parker (2004) apunta que “los medios audiovisuales e informáticos parecen borrar los límites entre los Estados, generando nuevos espacios de fronteras donde nuevas convivencias ciudadanas se comienzan a gestar: ya no atadas a la territorialidad, mezclando culturas y extendiendo las relaciones internacionales” (p. 152).

Como se ha evidenciado, la política exterior funge como una ventana al medio internacional para la visibilización de los intereses y fines de un Estado determinado, no obstante, si estos dos elementos no están bien determinados “el Estado simplemente actuará en el contexto internacional reaccionando a los acontecimientos coyunturales, sin que pueda hablarse de una política exterior” (Calduch, 1993, p. 4).

Otro aspecto importante que señala este autor, es que sin los medios adecuados resulta complejo alcanzar los fines que el Estado ha trazado, lo cual tiene como consecuencia una escasa proyección internacional.

#### **2.4 Actores del Sistema Internacional**

En este punto, cabe preguntarse ¿quiénes hacen las relaciones internacionales?, lo anterior conduce a pensar en el término de actor internacional, el cual destaca la interacción de las relaciones internacionales. En línea con lo anterior, Caldusch (1991) menciona que el concepto de actor internacional está ligado teóricamente con el concepto de interacción y relación internacional. Establecer con precisión quienes son los actores de la escena internacional, ha representado una constante evolución y debate teórico dentro de la disciplina de las Relaciones Internacionales.

Tradicionalmente, el Estado ha sido el actor por excelencia en el contexto internacional, no obstante, inmersos en el nuevo contexto que impone la globalización, así como con la emergencia de las TIC, es importante replantear las nociones de actor internacional. El fenómeno de la globalización ha propiciado espacios idóneos para la emergencia de diversos actores, en especial de aquellos no estatales.

En esta investigación se entiende por actor internacional “aquella unidad del sistema internacional (entidad, grupo, individuo) que goza de habilidad para movilizar recursos que le permitan alcanzar sus objetivos, que tiene capacidad para ejercer influencia sobre otros actores del sistema internacional y que goza de cierta autonomía” (Barbé, 2003, p. 153). Desempeñar una función en la escena internacional es determinante para obtener la condición de actor. Así mismo, es importante destacar, como refiere Barbé, que la condición de actor está determinada por la evolución de la agenda internacional, es decir, depende de las necesidades concretas y temporales del sistema internacional.

Los individuos como actores son de particular importancia para esta investigación, entendiendo que los individuos como actores del sistema internacional, actuando a

nivel privado también son capaces de posicionarse en la arena internacional. La idea anterior, viene estrechamente relacionada a la utilización de las TIC, las cuales potencian que los ciudadanos a título individual, también puedan formar parte activa de la acción internacional.

## **2.5 Poder: “Poder Duro (*Hard Power*)” y “Poder Blando (*Soft Power*)”**

Uno de los conceptos centrales para entender la dinámica de las relaciones internacionales es el poder, el cual determina en gran medida, las posibilidades de posicionamiento de un actor en el escenario internacional. Los vertiginosos cambios que ha venido experimentando la sociedad internacional en las últimas décadas, han marcado escenarios inéditos para el desarrollo de las relaciones internacionales. En este sentido, las TIC se posicionan como uno de esos escenarios inesperados, en el cual también puede tener lugar la acción internacional.

En primer lugar, la concepción tradicional respecto al poder duro o “*hard power*”, apunta a elementos pertenecientes específicamente a los Estados, tales como la fuerza militar, o el poderío económico. Estos elementos tienen la característica de ser no solo materiales, sino también tangibles y cuantificables (Noya, 2005).

Frente a la concepción de poder duro, surge la concepción de poder blando o “*soft power*”, la cual en contraste con el poder duro o “*hard power*”, está más relacionado con los elementos intangibles que posee un Estado, los cuales pueden ser a nivel cultural, histórico, educativo, turístico, gastronómico, entre otros. De esta manera, Nye señala que se trata de una “una forma indirecta de ejercer poder. Un país puede obtener los resultados que desea porque otros países quieran seguir su estela, admirando sus valores, emulando su ejemplo, aspirando a su nivel de prosperidad y apertura” (Nye, 2003, p. 30 Citado en Noya, 2005).

Este concepto de poder blando desarrollado por Joseph Nye, ha enfrentado diversas críticas y detractores, especialmente los que señalan que este poder es una extensión del poder duro, o incluso señalando que no es exactamente un tipo de poder, sino una percepción. Cualquiera que sea el caso, no es el objetivo de esta investigación detallar

las objeciones realizadas a este enfoque. Interesa resaltar, tal y como lo señala Torres (2005) que:

El concepto desarrollado por Joseph Nye sabe entroncar con una gran tendencia cuya presencia resulta innegable hasta para los más vehementes críticos del politólogo norteamericano: la importancia creciente de los flujos de información, la opinión pública en el contexto internacional y los contenidos inmateriales en el juego político (pp. 4-5).

Aunado a lo anterior, el mismo autor también destaca que la concepción de poder blando “en la actualidad debe pervivir y complementarse con manifestaciones abrumadoras de poder del tradicional poder duro” (Torres, 2005, p. 4). Desde esta perspectiva, la presente investigación no ignora la presencia del poder duro en el contexto internacional, sino que se pretende resaltar la creciente importancia que está adquiriendo el poder blando en este contexto debido a la aparición de las TIC, concretamente con la utilización de las redes sociales de internet. Para un país como Costa Rica, el cual históricamente ha estado desvinculado de la actividad militar, potencializar el poder blando en los espacios virtuales, es un activo importante para posicionarse en el escenario internacional.

Con lo anterior, se evidencia que ambos tipos de poder están orientados específicamente a los Estados, así es como se entiende en esta investigación. Finalmente, es importante resaltar que para la presente investigación tanto el “*hard power*” como el “*soft power*”, poseen relevancia en el contexto de las relaciones internacionales, pero específicamente para el abordaje del objeto de este estudio, es el poder blando, el que adquiere relevancia, ya que resulta más funcional potencializarlo a través del uso de las redes sociales de internet. Desde esta perspectiva, la promoción de los intereses se ve favorecida por el uso de las nuevas tecnologías.

## **2.6 Poder Inteligente**

Una vez desarrollados los conceptos referentes al poder duro y el poder blando, es posible referirse al denominado “poder inteligente” desarrollado por el politólogo

Joseph Nye. De acuerdo con este último, “el poder inteligente es la capacidad de combinar el poder duro de la coerción o el pago con el poder blando de la atracción hacia una estrategia exitosa” (Nye citado en Rubio, 2013, p. 418). De lo anterior, es importante resaltar que el poder inteligente requiere de una juiciosa combinación de los poderes duro y blando de manera que “la estrategia del poder inteligente integra todas las capacidades coercitivas, inductivas y de atracción del Estado para aplicarlas de forma sinérgica de acuerdo con los principios y valores nacionales” (Rubio, 2013, p. 419).

Así mismo, la estrategia debe estar en concordancia con las exigencias del contexto internacional. Para Rubio (2013), la utilización del poder inteligente debe enmarcarse en un nivel político-estratégico; además menciona que este debe tener la capacidad de potencializar las capacidades nacionales en función de una estrategia determinada. Por último, menciona que el poder inteligente supera dilema existente entre los poderes duro y blando debido a que este emerge como una alternativa que conjuga lo necesario de cada uno.

En lo que respecta al eje de comunicación, en un primer momento se desarrolla un apartado sobre comunicación y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), seguidamente se desarrolla un apartado sobre las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter*, que son el objeto de esta investigación. Posteriormente, el siguiente apartado refiere a la diplomacia pública, y finalmente a partir del desarrollo y análisis de los aspectos teóricos más relevantes de ambos ejes, se construyó una definición propia de diplomacia digital, la cual se ajusta a los objetivos y ejes de análisis establecidos en esta investigación.

## **2.7 Comunicación de masas**

Este eje estratégico de investigación está conformado por el vínculo entre los medios de comunicación, nuevas tecnologías y la actividad diplomática como forma de acercarse a la sociedad civil. Comunicar en su noción más básica es compartir significados mediante el intercambio de información. A partir de esta noción, es que la comunicación como práctica social, es en primer lugar, un proceso que depende de las

características de los emisores y receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso (Castells, 2010, p. 86).

En esta línea es importante referirse al término de comunicación de masas, el cual corresponde al tipo de comunicación que explica la diplomacia digital, ya que las tecnologías de la información y comunicación permiten un intercambio masivo. Para McQuail (2000) masa “connota un gran volumen, ámbito o extensión y comunicación se refiere al hecho de conferir y extraer significados y a la transmisión y recepción de mensajes” (pp. 40-41); en síntesis, es un proceso donde se transmite un mensaje explícito o implícito elaborado por uno o varios emisores permeados de intereses, captado por un público receptor; ambos rodeados de un contexto y una cultura que permea la forma de entender la información.

La definición anterior constituye el fundamento conceptual de lo que se entiende por comunicación en esta investigación, valga señalar que para este concepto no hay consenso sobre su significado; al igual que las teorías de la comunicación son creadas para investigar una realidad con diferentes variables en cada una de ellas, por lo que están en constante cambio y adaptación a nuevas realidades y estudios.

## **2.8 Comunicación Institucional**

Las organizaciones e instituciones tienen características que las distinguen de otros grupos humanos, formales o informales. Según Ongallo, estas características son:

- “a) Formalidad, es decir, que una organización tiene unas estructuras, objetivos, políticas, procedimientos y normas que le dan forma.
- b) Jerarquía, expresada tradicionalmente en forma de estructura piramidal.
- c) Tendencia a crecer; las organizaciones tienden a integrarse por muchas personas, y
- d) Duración; las organizaciones permanecen en el tiempo” (2007, p. 27).

De ello se desprende que dentro de las organizaciones se produzcan grandes flujos de información que se comunica tanto interno como externo, este aspecto es de mayor interés en esta investigación ya que lo que se comunica hacia afuera de las embajadas en este caso, es un elemento clave de la diplomacia digital y, por lo tanto, interesa si ésta se hace de forma estratégica y planificada.

Lo anterior es respecto a la institución propiamente; sin embargo, al ser la institución en estudio un Ministerio de la República cuyos objetivos y funciones en la estructura formal son dados por las leyes, su comunicación pasa a ser no sólo institucional, sino que también es una comunicación gubernamental o una comunicación política gubernamental. Cárdenas, Gómez y Hernández (2012) esbozan una definición de comunicación gubernamental, la cual puede entenderse como:

Un esfuerzo sistemático organizado y de largo alcance, de quienes asumen el gobierno de un conglomerado humano, que recurre a estrategias y símbolos para comunicar de manera eficiente políticas públicas, con el fin de conseguir comprensión, adhesión y apoyo por parte de los ciudadanos (Cárdenas, Gómez y Hernández, p. 3).

Con ello es posible reconocer que la diplomacia digital se enmarca en una forma de comunicación institucional y de masas según se expuso en el apartado anterior; con el que busca conseguir que los mensajes de los Ministerios de Relaciones Exteriores sean dados a la mayor cantidad de ciudadanos-usuarios de las TIC, y que sean recibidos de manera que beneficien la imagen del país para conseguir apoyo y satisfacción con sus gestiones públicas.

## **2.9 Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación**

En primera instancia, las conocidas tecnologías de la información y comunicación (TIC) son producto de los avances de la informática y las telecomunicaciones que han venido modificando las formas y medios tradicionales de comunicar. En este sentido, se entiende por TIC como “el conjunto de tecnologías que permiten el acceso,

producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos: texto, imagen, sonido” (Belloch, sf, p. 1).

El término nuevas tecnologías de la información y comunicación refiere a las innovaciones recientes que han venido marcando pautas importantes, al respecto, Cabero señala que:

(...) sus efectos y alcance, no sólo se sitúan en el terreno de la información y comunicación, sino que lo sobrepasan para llegar a provocar y proponer cambios en la estructura social, económica, laboral, jurídica y política. Y ello es debido a que no sólo se centran en la captación de la información, sino también, y es lo verdaderamente significativo, en las posibilidades que tienen para manipularla, almacenarla y distribuirla (1994, p. 14).

Para efectos de esta investigación, se entenderá por nuevas tecnologías de la información y comunicación como:

(...) todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento en la materia (Martínez, 1996, p. 102).

Por último, es importante destacar que internet es el elemento más representativo de estas nuevas tecnologías, debido a que supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de relacionarse del ser humano. Este punto conduce a hacer referencia a las redes sociales de internet.

## **2.10 Redes Sociales de Internet**

El concepto de red social refiere al “conjunto bien delimitado de actores: individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales” (Lozares, 1996, p. 108).

La definición anterior sumada al involucramiento del internet da como resultado el fenómeno de redes sociales de internet, que son el conjunto de actores que menciona Lozares, pero su unión e interacción es por medio de aparatos tecnológicos con conexión a internet. Cascales, A., Real J. y Marcos B., lo definen propiamente como “la comunidad de usuarios registrados en un portal *web* que comparten información, interactúa entre ellos mediante mensajes y cuentan con otras formas de colaboración” (2011, p. 2).

Las redes sociales de internet son capaces de traspasar fronteras y unir personas alrededor del mundo, por lo que se basan en el principio de comunidad abierta y no jerarquizada. Dado lo anterior, tal y como lo refiere Bassante (2013) “al iniciarse la segunda década del siglo XXI, la novedad se llama redes sociales virtuales” (p. 78). La gran cantidad de personas inscritas en estas plataformas, especialmente *Facebook* y *Twitter*, ha hecho que dichas redes adquieran relevancia para organismos políticos, como vía de comunicación con la sociedad civil alrededor del mundo.

### **2.11 *Facebook* y *Twitter***

Es relevante conocer con más detalle las dos redes sociales de internet mencionadas a lo largo del texto; en primer lugar, *Facebook* comenzó como una red social de universitarios; sin embargo, sus estrategias de mercadotecnia provocaron su conversión en la red social más importante a nivel mundial.

*Facebook*, permite subir imágenes, videos, crear grupos, utilizar diversas aplicaciones, entre otros aspectos conforman esta plataforma. En setiembre del 2006, amplió su público de estudiantes universitarios permitiendo así que cualquier persona que tenga un correo pueda acceder a dicho portal. Su crecimiento fue tan extenso que en el 2009 contaba con 150 millones de usuarios. En febrero, 175 millones de usuarios, y en abril superó los 200 millones (Flores, Morán y Rodríguez, 2009, p. 5).

*Twitter* por su parte, es “una red social que está revolucionando el periodismo actual porque ofrece una inmediatez entre emisor y receptor hasta ahora nunca alcanzada

en Internet y que es idónea para seguimientos de congresos, presentaciones mundiales, eventos, encuentros deportivos, etc” (Caldevilla, 2010, p. 60).

## **2.12 Diplomacia Pública**

En 1965, se utilizó por primera vez el término “diplomacia pública” el cual se aplicó a los procesos de información internacional y relaciones culturales. De acuerdo con Oviacionayi (2004, p. 215), la diplomacia pública representa en la actualidad los esfuerzos que realizan los Estados para promocionar su política exterior y su imagen en el extranjero. Con base en lo anterior, se entiende que la diplomacia pública engloba:

(...) todos aquellos programas tanto de información política, como cultural y educativa, que cada gobierno soberano destina para defender y promocionar su política exterior y la imagen nacional de su país ante los gobiernos extranjeros y los públicos activos extranjeros y nacionales. (Oviacionayi, 2004, p. 216)

En este orden de ideas, la diplomacia pública como su nombre lo indica, está orientado a los públicos tanto nacionales como extranjeros con el principal objetivo de visibilizar la imagen del país y los principales aspectos distintivos de su política exterior. La promoción de estos intereses puede darse en distintos ámbitos, puede ser a nivel cultural, académico, político, entre otros. En suma, la diplomacia pública está abierta a la sociedad y a los distintos actores que subyacen en ella. Por tanto, su éxito reside en el aprovechamiento de los canales de comunicación a su alcance, para el caso específico de esta investigación, el digital.

Es así, como recientemente la diplomacia digital puede considerarse como una continuidad que deriva de la diplomacia pública, ya que está orientada a fines similares tales como la promoción de la imagen y los intereses del país en distintos ámbitos, con la novedad que esta defensa se realiza en los espacios virtuales potencializados por el auge de internet.

### **2.13 Diplomacia Digital**

Por último, sobre el concepto central de esta investigación que es la diplomacia digital, cabe destacar que precisamente por la reciente aparición del fenómeno, no existe una definición consensuada. Sin embargo, existen particularidades que identifican este novedoso fenómeno.

A lo largo de la historia, la diplomacia ha adquirido diversos “apellidos” según el contexto histórico, político y social que se atraviese. Es así, como “en diferentes etapas se ha experimentado con la diplomacia económica, diplomacia comercial, diplomacia cultural, diplomacia pública, entre otras. El más reciente apellido y el que más fuerza está tomando a nivel internacional es el de “Digital” (Bassante, 2013, p. 77). Lo anterior, constata la relevancia que ha adquirido la incursión de las TIC, en el escenario diplomático.

Entre las definiciones más comunes y similares, se encuentra por ejemplo la diplomacia abierta entendida como aquella cuyas características son: “1) mantener los ideales y principios de la política exterior de un Estado; 2) la existencia de muchos actores asociados a los servicios de exteriores que no son exclusivamente gubernamentales y 3) los servicios de exteriores se consideran organizaciones abiertas y modernas y entienden que si no están en la red perderán credibilidad” (Rubio, 2011, p. 44).

Asimismo, Manfredi (2014), coincide con la versión anterior en cuanto a los actores diversos que ahora se incluyen en la diplomacia y agrega que la forma de participación de estos es mediante redes sociales en internet. Para él la diplomacia digital se basa en “la capacidad que tienen las tecnologías de romper las estructuras jerárquicas y desintermediar los asuntos de la escena internacional. Las redes sociales generan nuevas oportunidades para la participación de otros actores que no son Estados” (p. 2).

A partir de lo anterior, se ha desarrollado una definición propia que engloba los principales ejes de esta investigación, lo cual da como resultado una definición

completa de lo que se entenderá por diplomacia digital. De esta manera, en esta investigación se va a entender la diplomacia digital como la utilización estratégica de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, concretamente las redes sociales de internet *Facebook* y *Twitter*, como herramientas complementarias de la actividad diplomática para la consecución de determinados objetivos de política exterior; las cuales permiten incentivar el diálogo con la sociedad civil, así como prestar servicios, haciendo más cercano y transparente el quehacer diplomático.

El objetivo de la definición anterior es que esta guarde estrecha vinculación con los elementos más importantes de la temática de estudio, brindando un importante soporte sobre el cual se edificó la presente investigación.

# Relación entre diplomacia y las nuevas tecnologías de la información y comunicación

---

En el presente capítulo se desarrolla una contextualización histórica acerca de los dos ejes principales sobre los cuales versa la presente investigación. Primeramente, se desarrolla la evolución histórica de la diplomacia en general, para posteriormente realizar un recorrido histórico por los orígenes y la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación; aportando ambos elementos las bases necesarias para la comprensión de los orígenes de la diplomacia digital.

### 3.1 Evolución histórica de la diplomacia

Históricamente la diplomacia ha tenido como fin supremo la búsqueda de la paz. Así mismo, la diplomacia, en una de sus acepciones más simples concebida como forma de negociar, es bastante antigua. De acuerdo con Olloqui (2000), la actividad diplomática “es la segunda o tercera profesión más antigua que la historia reconoce en círculos ilustrados” (p. 5).

En este contexto, es importante hacer referencia a la diplomacia de la antigua Roma. Durante el periodo monárquico, era el rey quien poseía el derecho a enviar embajadas y los embajadores eran llamados “los feciales”. Posteriormente, en la época de la república, la dirección política de las relaciones exteriores pasó a ser competencia del Senado. Al respecto, se destaca que “las funciones del embajador eran muy importantes y las personas a las cuales esas funciones eran encomendadas debían poseer las más altas virtudes” (Potemkin, 1966, p. 46). En cuanto a la estructura y organización de las embajadas romanas, estas últimas poseían un presidente o jefe de embajada (*princeps legationis*). La persona del embajador estaba defendida tanto por los usos como por la ley.

En lo que respecta a los fines de la embajada, estos podían ser de diversa índole, entre los que menciona Potemkin (1966) figuran: Declaración de guerra y conclusión de la paz, firma de tratados, arreglo de diferencias religiosas y arbitraje en conflictos internacionales. Una vez finalizada la misión, los legados debían brindar cuentas de su labor ante el Senado, a lo cual se le denominaba “presentar informe sobre la embajada” (Potemkin, 1966, pág. 47).

Un aspecto importante que tuvo lugar durante la edad antigua, fueron las denominadas “escuelas de retórica”, las cuales concedían gran importancia al arte de la diplomacia. En ellas, los alumnos aprendían a pronunciar discursos de carácter diplomático sobre diversos temas. En el transcurso, se establecieron determinadas normas, a las cuales “habían de sujetarse los discursos diplomáticos y los ademanes de que estos debían ir acompañados. El incumplimiento de estas normas se consideraba como algo contrario a la etiqueta y como carencia de una buena escuela de arte diplomático” (Potemkin, 1966, p. 66).

El modelo de servicio diplomático del Imperio Romano de Oriente (Bizancio), influyó considerablemente la diplomacia de la Edad Media. Cabe destacar, la figura del Emperador Justiniano I, que fue uno de los diplomáticos más notables de esa época. Los embajadores del Imperio por su parte, tenían el deber de observar determinadas pautas de conducta fuera del Imperio. Debían demostrar siempre cordialidad y amabilidad, y para el logro de objetivos debían tratar de prescindir de la coerción y utilizar otros medios. De igual manera, no debían inmiscuirse formalmente en asuntos internos de otro Estado.

Durante el periodo del Feudalismo, la característica fundamental fue la disgregación política, la cual corresponde con el régimen feudal establecido en dicha época. Dado lo anterior, la actividad diplomática estaba orientada principalmente a regular las discrepancias entre los señores feudales, que surgían como consecuencia de los saqueos de los dominios vecinos o la conquista de súbditos ajenos.

De especial importancia es el papel que desempeñó la Iglesia Católica en este periodo, debido que se posicionó como la fuerza más organizada de Europa. En este sentido, la Iglesia Católica representaba no sólo un poder religioso sino también un poder político. Contaba, además, con su propio territorio, así como con recursos materiales y numerosos agentes, lo cual intensificó su poder en la Europa Medieval.

Por otro lado, las grandes monarquías feudales tales como Francia, España, Inglaterra y el Reino de Moscú, en lo que respecta a su política exterior y diplomacia, realizaron esfuerzos dirigidos a unificar y ampliar sus respectivos territorios, y con ello tratar de superar la disgregación política característica de este periodo.

Las ciudades italianas por su parte, tuvieron un papel singular en el desarrollo de la diplomacia de este periodo. Cabe resaltar que estas ciudades fueron pioneras en el desarrollo de las relaciones capitalistas. Existía una lucha y rivalidad constantes entre estas ciudades, por lo cual se acentuó la necesidad de generar orden en las relaciones exteriores de las ciudades, las cuales mantenían una intensa actividad comercial.

Lo anterior, dio origen a:

(...) una hábil y sutil diplomacia que había tomado muchos rasgos de Oriente, y en particular de Bizancio. A su vez la diplomacia de las ciudades italianas ejerció onda influencia sobre las prácticas diplomáticas que se iban estableciendo en las monarquías absolutas de Europa (Potemkin, 1966, p. 73).

Como se logra apreciar a través del breve recorrido realizado en las líneas anteriores, tanto la etapa antigua como en la edad media, el desarrollo de la diplomacia fue de carácter episódico, ya que esta última se constituía para cumplir con fines específicos. De igual forma, la diplomacia carecía de una organización en lo relativo a su funcionamiento como tal. Aunado a lo anterior, agrega Calduch (1993):

(...) habría que agregar las limitaciones que imponían los medios de transportes y comunicaciones de aquellas épocas y las dificultades de carácter lingüístico, religioso o cultural, factores todos ellos que impidieron la

instauración de unas misiones diplomáticas estables o al menos regulares (p. 1).

Es a partir de la segunda mitad del siglo XV, en la cual la diplomacia adquiere carácter permanente, con la instauración de las misiones diplomáticas permanentes. Precisamente, fue en Italia donde surgió esta nueva forma de hacer diplomacia. En este contexto, influyó de manera significativa la división de Italia en pequeñas Ciudades-Estado independientes, las cuales debido al auge y consolidación del comercio dan origen a las representaciones diplomáticas permanentes.

Estas últimas resultaron útiles en el tanto ninguna Ciudad-Estado italiana era lo suficientemente fuerte para imponerse sobre las demás, por lo que las misiones diplomáticas permanentes resultaron una herramienta útil para salvaguardar sus intereses comunes (Granados, 2010). Es especialmente en la ciudad de Venecia, en donde se conformaron las misiones diplomáticas producto de su significativa expansión comercial que la convirtió en una potencia marítima, y ya desde fines de la Edad Media, había logrado superar la informalidad y disgregación característica de esa época. La nueva diplomacia reflejaba también, la nueva concepción de Estado moderno y de cierta manera brindó estabilidad en el plano internacional.

De acuerdo con Weckmann “el hecho de que un embajador permanente tuviera que alejarse de su ciudad por un periodo más o menos largo, ejerció una influencia decisiva en la formación de la nueva clase profesional.” (1960, p. 288). Agrega, además, que, con la formación de los embajadores, se comenzó a desplazar gradualmente a los eclesiásticos que ocupaban puestos diplomáticos. Dado lo anterior, el carácter permanente de la diplomacia brindó un importante aporte al desarrollo de la diplomacia en general.

De acuerdo con Granados (2010), “la formación de la diplomacia tuvo como efecto adyacente la creación de recintos diplomáticos para hacer efectiva la misma, unido a la conducción de la política exterior y la jerarquía de los agentes” (p. 29). Señala, además, que lo anterior constituye la razón por la cual en siglos posteriores se

resaltará la necesidad de la creación de un marco jurídico para las misiones diplomáticas.

Posteriormente, el Congreso de Viena de 1815, marcó un punto de referencia importante en el desarrollo de la diplomacia, ya que significó el primer esfuerzo para reglamentar el funcionamiento de las relaciones entre Estados. En este sentido señala Jara (1989):

(...) la diplomacia pasó a constituir desde entonces una parte del servicio público de los países. Así surgió una profesión especial, la del diplomático, la cual emerge como una actividad muy distinguida, cuyos miembros pertenecen a las élites sociales y económicas de sus países (p. 17).

Los convenios acordados en el Congreso de Viena en 1815, otorgaron una relativa estabilidad, que se prolongó hasta la Primera Guerra Mundial (1914-1919), la cual rompió con el equilibrio de poderes existente en Europa desde entonces.

Finalmente, al término de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), la comunidad internacional asiste a la emergencia de reglamentar de forma más sistemática el quehacer internacional. Sin embargo, no fue hasta el 18 de abril de 1961, que se suscribió el acuerdo internacional denominado “Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas”, el cual contempla la base jurídica de la actividad diplomática bilateral. Aunado a ello, debido al gran número de países que han suscrito el documento, dicha convención posee un carácter casi universal y su vigencia continúa hasta los días que corren.

### **3.2 Desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación, internet y redes sociales virtuales**

Si de situar el nacimiento de las tecnologías de la información y comunicación se trata, es indispensable remontarse a la época del apogeo industrial, cuyo objetivo central era la generación de productos y la diversificación de estos. Ese proceso de mejora de la

producción fue abriendo espacio a una nueva etapa, la investigación se incrementó y surgen nuevas tecnologías para simplificar la fabricación de bienes.

La investigación y el conocimiento promovieron que surgiera la etapa post industrial donde la manufactura de productos mermó su relevancia, posicionando al conocimiento y la tecnología como los nuevos abanderados para el desarrollo de los países, y estas a su vez fueron rápidamente colocándose al servicio de la comunicación.

Para Domínguez (2003) lo que él denomina sector de las tecnologías de la información y comunicación surge debido a tres factores. El primero corresponde al político, que refiere a la intención de los países más desarrollados por liberalizar las telecomunicaciones; el tecnológico que es el comienzo nuevos servicios a raíz de las nuevas tecnologías y finalmente el estratégico o de reorganización sectorial que: “supone la convergencia de diversos sectores que venían operando separadamente: informática, telecomunicaciones, medios de comunicación, ocio” (p. 4).

El factor político para Dubois (2005) tiene estrecha relación con el arranque de la globalización, impulsado por los países más desarrollados. En este sentido, señala que:

(...) la aparición de las TIC coincide con otra transformación de gran calado que se viene denominando globalización o mundialización. Así tenemos, por un lado, la dimensión tecnológica y, por otro, la dimensión de las nuevas relaciones sociales y económicas generadas de manera paralela o al margen de esa expansión tecnológica (p. 6).

El autor menciona un factor importantísimo en la aparición de las TIC que es su impacto en la sociedad y las relaciones económicas. Tanto el comercio como las sociedades vieron afectadas sus dinámicas a partir de lo que Dubois denomina “la revolución tecnológica” (2005, p. 7). Destaca, además, que la introducción de las TIC no ha sido uniforme en los países abriendo brechas y desigualdad para el aprovechamiento de los beneficios de las tecnologías.

Por su parte, internet ha tenido un papel fundamental como tecnología de la información. Esta herramienta inicia con una red de ordenadores propiedad del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. El cual crea en 1958, una agencia de proyectos de investigación para posicionarse como superiores en el ámbito de tecnología militar ante la Unión Soviética. Esta se denominó “Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada” (*Advanced Research Projects Agency, ARPA*) (Castells, 2001, p. 23).

ARPA contaba con una oficina de técnicas de procesamiento de la información (IPTO por sus siglas en inglés), fue allí donde se germinaron las ideas base del sistema complejo que configura el internet tal y como funciona actualmente. La oficina promovió la investigación de la informática interactiva, para ello creó e implementó tecnologías enfocados a mejorar las comunicaciones militares.

Es recalable indicar que ARPA no fue la única fuente originaria de internet, sin embargo, fue una de las más relevantes. Junto a ella, grupos universitarios contaban con otras redes internas que se encontraban en constante actualización, posteriormente sumaron estos esfuerzos también para la construcción del mismo.

Por su parte, la Fundación Nacional para la Ciencia cerró en 1995 quedando el internet en manos privadas. Los ahora proveedores del servicio de internet construían las redes con fines comerciales. Desde ese momento el internet empezó a desarrollarse con mucha rapidez ya que estas empresas se dedican a hacer del internet un negocio rentable, y para ello debían ampliar la visión y las funciones que hasta este punto se ofrecían.

El programador Tim Berner Lee desarrolló una aplicación para compartir información, que sin darse por enterado; fue la invención que hizo posible el acceso mundial a internet. Dicha herramienta fue el *world wide web*. En conjunto con Robert Cailliau elaboraron un navegador para el *www* (Castells, 2001). Finalmente, en 1995, Microsoft adquirió internet e incluyó junto a su *software Windows 95* su propio navegador, *Internet Explorer*. Castells (2001) considera que el nacimiento de internet

fue en 1995 debido a exposición masiva y de fácil acceso para los usuarios que Microsoft permitió. A partir de este momento se inicia el crecimiento de la red, aumentando usos, capacidades y posteriormente disponible en aparatos móviles.

Por otra parte, cabe profundizar en la creación febrero en 2004 de la red social *Facebook*, ya que es una de las plataformas de las que se obtendrá información para la construcción de un panorama sobre el estado de la diplomacia digital en Costa Rica. Dicha página fue diseñada principalmente por Mark Zuckerberg estudiante de psicología de la Universidad de Harvard. Mismo que había lanzado otras redes sociales para la comunicación interna entre alumnos de la universidad, tales como: *coursematch* y *facemash* (Phillips, 2007).

De acuerdo con Phillips (2007) cuando Zuckerberg lanzó el sitio, la denominó inicialmente como: *"The Facebook"*, el cual tuvo una aceptación tal que en las primeras 24 horas en línea se habían inscrito 1200 estudiantes. En transcurso de un año se extendió a otras universidades de Boston e inclusive fuera de los Estados Unidos como es el caso de Reino Unido. Para el año 2006 se amplió el tipo de usuarios, la red podía ser accesada más allá de miembros de instituciones educativas, a cualquier persona que tuviera una cuenta de correo electrónico se le permitía ingresar.

### Ilustración 3. Primera interfaz de la red social Facebook en 2004.



Fuente: <http://www.businessinsider.com/facebook-first-8-features-from-2004-2014-8>

Cómo se logra apreciar en la imagen, la primera cara que mostró el sitio consistió en dos casillas simples para registrarse. Una para colocar el correo electrónico y otra la clave de acceso; formato que se ha mantenido y ha sido denominador común para

obtener una cuenta en una red social virtual. Así mismo, ofrecía la lista de universidades que podían inscribirse y un breve resumen de las funciones de la página.

Posteriormente, se lanzó otra poderosa plataforma de comunicación que al igual que *Facebook* se han extendido alrededor del mundo con cantidades considerables de usuarios. Se trata de *Twitter*, red lanzada en 2006; que a marzo del 2016 cuenta con 310 millones de usuarios activos mensuales, 3800 empleados en distintos países, con un porcentaje de 79% de cuentas fuera de los Estados Unidos, 83% de los usuarios lo hacen a través de dispositivos móviles y disponible en más de 40 idiomas (Twitter.com, sitio oficial).

El origen de *Twitter* se encuentra rodeado de controversia sobre cuál es su verdadera historia. Tratándose de ideas exitosas la polémica se hace presente y este proyecto no es la excepción. Según Carlson (2011) existe un relato oficial, el cual nace de una empresa denominada Odeo a cargo de Evan Williams ex trabajador de Google a quien se le unió Biz Stone. Dicha organización se vio debilitada con la aparición de *iTunes* ya que ambas realizaban funciones similares de transmisión de audios en línea. Viéndose en esa situación ambos decidieron cambiar por completo Odeo, con ayuda de otro empleado de la misma empresa llamado Jack Dorsey comenzaron a trabajar en lo que resultó siendo *Twitter*. Los creadores buscaron la manera de enviar mensajes de texto por teléfonos móviles a través de internet y a la vez reinventar una empresa que tenía un futuro poco prometedor.

El nombre fue inspirado en las redes *Flickr* y *Friendstalker*; finalmente ellos lo definieron a partir de lo que describieron como “una serie de chirridos de aves” (Johnson, 2013). En adelante el progreso de este medio social ha estado marcado por acontecimientos como, el estreno la etiqueta representada por el símbolo de numeral (#) antes de la palabra, propuesto por el usuario Chris Messina en 2007. En 2009 un avión de *US Airways* se estrella en el río Hudson de *New York* y se comparte en *Twitter* antes que, en los medios tradicionales, lo cual demostró el impacto que se podía dar mediante un mensaje en esta plataforma.

Más adelante en el año 2011, las revueltas árabes se gestaron mayormente por medio de *Twitter*, mostrando nuevamente su potencial de convocatoria masiva. En 2012, se lanza nuevo diseño del pajarito y se dió la publicación del primer informe de transparencia. Para el mismo año alcanza 100 millones de usuarios al mes.

Obtuvo, además, mucha popularidad y emerge el uso de redes por parte de unas figuras políticas importantes. En el año 2012, el reelecto presidente de los Estados Unidos, Barack Obama, envió un mensaje en desde su perfil y éste se convierte en el más replicado de la historia de *Twitter*. En 2013 presenta acciones en la bolsa de valores. En 2014 instauro la diversidad como piedra angular de su cultura y se unen a compañías que comparten sus datos de diversidad ética y de género. Por último, en 2015 lanza mensajes directos además de videos móviles (About.twitter.com).

#### **Ilustración 4.** Publicación del triunfo en 2012 del Presidente de Estados Unidos,



**Fuente:** <https://twitter.com/BarackObama/status/266031293945503744>

Para concluir el contexto del internet, corresponde realizar una mirada retrospectiva a Costa Rica en este entorno tecnológico mundial. Originario de cuna académica ésta tecnología fue implementada y desarrollada en sus inicios por la Universidad de Costa Rica. Las universidades de Estados Unidos fueron pioneras en materia de conexión en red por medio de computadoras con el fin de compartir investigaciones, ésta experiencia motivó a investigadores costarricenses a promover sistemas con ese propósito en el país.

En general, el proceso de conexión a redes mundiales desde Costa Rica fue complejo y costoso. Según Siles (2008) un grupo de científicos y académicos de la Universidad de Costa Rica, liderado por el Dr. Claudio Gutiérrez y Guy de Téramond quienes habían tenido la oportunidad de estar en el extranjero, donde utilizaron herramientas de redes para comunicarse y compartir sus estudios formalizaron el deseo de instalar una red.

A raíz del trabajo de esta agrupación, se inició en 1981 la planificación para la conexión al programa Bitnet especializado en investigación con vínculos en diferentes partes del mundo. Sería hasta 1990 cuando se presentó el plan de conexión a Bitnet, para ese entonces los costos ascendían a 45.000 dólares; para ello se aprobó un préstamo con el Banco Interamericano de Desarrollo. A finales de los 90 llegó el *software*, se instaló en la Universidad de Costa Rica, siendo la primera puesta en marcha de Centroamérica. Para el año siguiente el número de usuarios de Bitnet era de 1500 personas (Siles, 2008).

Este mismo grupo de investigadores observó la necesidad de extenderse a internet, se decidió entonces crear una red nacional integrada por distintas instituciones misma que se denominó Red Nacional de Investigación CRNet con el fin de concretar la idea y plasmarla en un proyecto (Siles, 2008). En colaboración con CRNet el 28 de enero de 1993 doce computadoras pertenecientes a la Escuela de Informática, Escuela de Geología y Física de la UCR se conectaron por primera a internet por medio de Radiográfica Costarricense (RACSA) y Panamsat en Florida. A finales de este año fueron 250 equipos de cómputo conectados a la red y para 1994 la suma alcanzó las 1000 computadoras (Siles, 2008).

Durante la Administración Figueres Olsen (1994-1998) se promovió un programa para la conexión a internet de las instituciones públicas (Siles, 2008). Figueres Olsen fue el primer mandatario en interesarse por el desarrollo de las TIC para el país. Es en esa coyuntura donde entra la tecnología en el discurso político costarricense y con ello la disposición, voluntad política de democratizar el internet en el país (Siles, 2008).

El plan se llamó GOBNet y su objetivo principal fue brindar servicios públicos por medios electrónicos, es decir promulgar un gobierno digital. Con esa finalidad para 1996 se colocaron en línea varios sitios *web* del gobierno, la primera página fue del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (Siles, 2008).

Figueres Olsen tuvo una innovadora propuesta por medio de la cual se podía interactuar directamente con el presidente desde la página oficial de Casa Presidencial lo que se denominó “Escríbale al Presidente” (Siles, 2008, p. 177), allí las personas podían enviar sus mensajes y recibir respuesta por escrito de la misma manera.

Así mismo, el Ministerio de Ciencia y Tecnología realizó un decreto en 1997 que marcó el devenir histórico de internet en Costa Rica de la época, y en adelante, se siguió asumiendo el compromiso como elemental de los gobiernos. El hecho se refiere a la declaración del acceso a internet de interés público, mediante decreto ejecutivo 26628:

Declárase de interés público el acceso de los habitantes de la República de Costa Rica, a la red mundial internet en condiciones sociales y geográficas equitativas, con tarifas razonables y con parámetros de calidad acordes a las modernas aplicaciones de la información (Siles, 2008, p. 180).

Todo ello trajo consigo nuevas discusiones a la opinión pública y en medios de comunicación, temas como la brecha digital y la comunicación efectiva de las instancias públicas para con la ciudadanía se presentan a partir de este momento en la palestra de discusión.

Para el último año de esta administración (1998), veinte instituciones públicas se habían conectado y se encontraban implementando el internet en sus labores. Entre ellas:

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, Casa Presidencial, Ministerio de Justicia, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Ciencia y Tecnología, Ministerio de Planificación, Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto,

Ministerio de Agricultura, Comercio Exterior, Ministerio de Salud, Consejo Nacional de Producción, Comisión Nacional de Emergencias, Caja Costarricense del Seguro Social, Instituto Nacional de Seguros, Procuraduría General de la República y Hospital San Juan de Dios (Siles, 2008, p. 178).

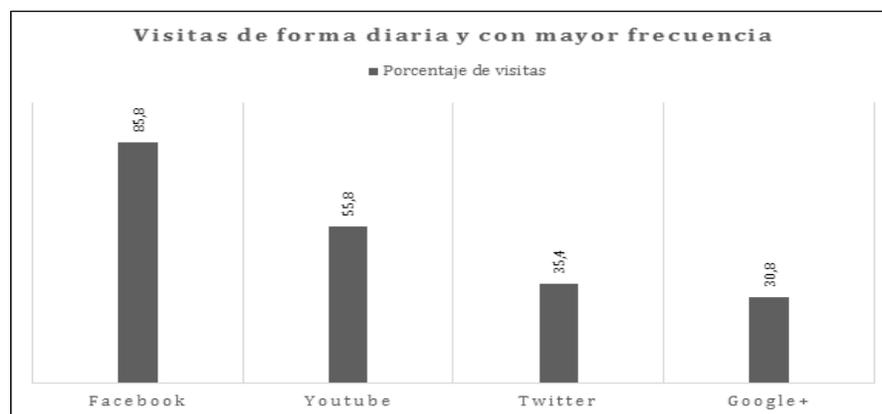
En la siguiente administración a cargo de Miguel Ángel Rodríguez Echeverría (1998-2002), el tema continuó siendo trascendental para la agenda gubernamental. Su principal aporte fue el Programa Impulso, éste contó con 5 objetivos que en resumen trataron de: 1) Mejorar infraestructura de telecomunicaciones, 2) Facilitar acceso a internet, 3) Impulsar una nueva economía basada en las tecnologías de la información, 4) Brindar servicios de gobierno por internet y 5) Modificar el marco legislativo necesario para el desarrollo de las TIC (Siles, 2008). Con ello se evidencia la forma integral con la que Rodríguez pretendió abordar el tema.

De 2002 a 2006 durante la presidencia Abel Pacheco de la Espriella, la presidencia dedicó a la promoción del crecimiento en la infraestructura de conexión. Dando como resultado el Plan de Internet Avanzada que proporcionaba 74.000 enlaces que se ampliarían a 100.000 en los primeros tres meses (Siles, 2008). De esta forma cobró fuerza la implementación de internet en el país.

Por su lado concierne contextualizar el uso de este canal digital en la región, para ello el *"V estudio de redes sociales Centroamérica y el Caribe"* realizado por Ilifebelt ejecutado entre el mes de mayo y junio de 2015 a 844 personas de 8 países diferentes.

Sobre las actividades diarias que reportan los usuarios de internet destaca que un 71.50% visita las redes sociales de internet. En este sentido, sobresale con el mayor porcentaje la utilización de redes. En relación con lo anterior, se muestra cuáles redes son más consultadas diariamente.

**Gráfico 1.** Redes sociales más visitadas en Centroamérica y el Caribe.



Fuente: Elaboración propia con base en datos tomados de Estudios iLifebelt.

El gráfico presenta una considerable ventaja para el uso de *Facebook* con un 85,5%, seguido de *Youtube* y en tercer lugar *Twitter*. Esta investigación se delimita en *Facebook* y *Twitter*, más cabe apuntar que ambas están relacionadas con la red de videos ya que se pueden compartir sus archivos multimedia en estas plataformas, por lo que se complementan. Como se logró apreciar *Facebook* es la red social más utilizada en la región; en el caso de Costa Rica, el estudio reporta una cantidad total dos millones setecientos mil personas inscritas e interactuando en esta red social.

### **3.3 Algunas experiencias importantes en lo referente al uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación en el ámbito internacional**

Es importante tener en consideración que, a través de estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ha emergido una nueva sociedad civil global que genera una importante actividad, principalmente a través de plataformas virtuales tales como *Facebook* y *Twitter*. Al respecto, menciona Manfredi (2014) que las redes sociales virtuales “generan nuevas oportunidades de participación de otros actores que no son Estados” (pág. 2). La diversificación de actores en el escenario internacional, suponen importantes desafíos para el desarrollo de estrategias de política exterior.

Las redes sociales e internet son el nuevo territorio donde los ciudadanos, cada vez más participativos y exigentes, comparten, conversan y debaten

sobre asuntos de actualidad, entre ellos la labor que desempeña el servicio exterior para la defensa de sus intereses y la satisfacción de sus expectativas (Manfredi, 2016, p. 101).

Respecto a lo citado conviene destacar la importancia que han tomado las conversaciones globales sobre temas de interés internacional que tienen lugar en estos nuevos espacios virtuales.

En tal sentido, la Conferencia de París sobre el Cambio Climático (COP21) realizada en 2015, constituye un excelente ejemplo de una conversación global que incluyó no solo gobiernos y organizaciones internacionales, sino también –y lo más destacable– incluyó a individuos provenientes de todas partes del planeta, los cuales también fueron actores destacados de la discusión en torno al cambio climático. De acuerdo con Estrella (2016):

(...) en las dos semanas previas a la Conferencia de París sobre el cambio climático, convocada por las Naciones Unidas, se contabilizaron más de 10.000 tuits diarios en español relativos a la Cumbre (#COP21) y más de 40.000 en inglés, procedentes de los cinco continentes. Ese tráfico se multiplicó por cuatro desde el comienzo de la Cumbre (p. 89).

Dichos tuits provenían tanto de organizaciones internacionales, como de gobiernos e individuos. Respecto a los individuos señala este mismo autor, que esos tuits provenían, sobre todo, de “individuos de todo el mundo actuando en red a través de *Twitter*, *Facebook*, *YouTube* o *blogs*, compartiendo opiniones o demandas sobre un problema global: en la Cumbre decidían los gobiernos, pero ya no son los únicos actores” (Estrella, 2016, pp. 89-90).

Otro de los ejemplos destacables que ilustra la singular relevancia que han tomado las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, específicamente *Facebook* y *Twitter*, como medios a través de los cuales los individuos pueden hacerse oír, fueron las revueltas árabes en el año 2011, las cuales estuvieron caracterizadas por una serie de protestas en algunos países de África del norte y el medio oriente, en donde sus

ciudadanos se unieron para manifestarse en contra de sus gobiernos totalitarios, hecho sin precedentes en la historia reciente estos países árabes.

Dentro de este contexto, la globalización trajo consigo una mayor difusión de las ideas democráticas, ya que de acuerdo con Aguirre y otros (2012) “se han extendido por el mundo árabe, sobre todo por los países del norte de África, más cercanos a Europa. El elemento fundamental de la difusión de estas ideas ha sido internet” (p. 98). De especial interés resulta acotar un elemento particular que caracterizó estas manifestaciones, y es que “la población involucrada en estas protestas ha sido jóvenes que están estrechamente ligados a las nuevas tecnologías de comunicación e información, permitiendo, de cierta forma, burlar el control de los medios de comunicación tradicionales que son controlados por estos gobiernos” (Aguirre y otros, 2012, p. 98).

Por otro lado, las nuevas plataformas digitales han disminuido de manera drástica el tiempo de reacción y respuesta del que disponen los gobiernos para atender un suceso determinado. Lo anterior ha dado lugar al fenómeno que se conoce en la literatura como la “diplomacia en tiempo real” (*real time diplomacy*), término introducido por el profesor de Periodismo de la Universidad del Sur de California Philip Seib (Escobar, 2016). La instantaneidad de las comunicaciones ha generado una verdadera revolución en el ámbito internacional.

En este sentido, la actividad internacional en la actualidad, llama a los Estados a incluir dentro de sus estrategias de política exterior, la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con el fin de adaptarse a la nueva realidad de los tiempos que corren. Bajo esta óptica, la diplomacia digital puede ser considerada como un ámbito de influencia que responda a determinados objetivos de política exterior. No obstante, la diplomacia digital también da un paso más allá: “tiene que ver con la capacidad que tienen las tecnologías de romper las estructuras jerárquicas y desintermediar los asuntos de la escena internacional” (Manfredi, 2014, p. 2). A partir de lo referido anteriormente, es menester destacar que la diplomacia digital se encuentra aún en una fase incipiente, menciona Manfredi (2014) que “los

países están en proceso de innovar y transformar su acción exterior, pero aún no existe un corpus sólido de buenas prácticas” (p. 351).

Todo lo desarrollado en líneas anteriores, genera una base histórica y de contexto para la comprensión de ese vínculo que se presentó entre la diplomacia y las tecnologías de la información y comunicación. Se observó que los elementos tradicionales de hacer diplomacia se fueron abriendo y adaptando a los nuevos requerimientos comunicacionales que las tecnologías empezaron a aportar. El proceso comenzó ocupando espacios en las instituciones estatales que más cercanía con la ciudadanía poseían por su naturaleza de acción social. Los ministerios de relaciones de exteriores con una connotación más hermética que el resto de instituciones públicas, se vieron envueltos de igual forma, en la exploración del ámbito digital. Dando paso al concepto de diplomacia digital, el cual será ampliamente abordado en los capítulos posteriores con experiencias tangibles de su aplicación.

## CAPÍTULO 4

# Experiencias en Diplomacia Digital de: Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España

---

*“No hay diplomacia eficaz que no ponga la utilización de las nuevas tecnologías en el centro de sus actividades para alcanzar sus objetivos de política exterior, tender puentes entre los pueblos, y establecer contactos con la gente tanto en el mundo como en nuestro país.”*  
**John Kerry, Ex Secretario de Estado de los Estados Unidos**

El presente capítulo aborda las diversas experiencias en lo que respecta a la diplomacia digital de los países considerados por los distintos autores en el tema, como los más destacados en la temática en cuestión, a saber: Estados Unidos, Reino Unido, Francia y España, este último tomándolo como referencia de la diplomacia digital en español.

Se describen en primer lugar, los principales rasgos de la política exterior de cada uno de los países mencionados, con el fin de entender sus ejes fundamentales y características; para finalmente, analizar cómo utilizan la diplomacia digital para la consecución de sus objetivos de política exterior.

En este sentido, se analizan las principales acciones emprendidas para el desarrollo de su diplomacia digital, específicamente en sus redes sociales de internet -*Facebook* y *Twitter*- ya que éstas fungirán como base para el análisis del estado de la diplomacia digital en Costa Rica.

### **4.1 Ranking internacional de la diplomacia digital**

Algunos países han destacado por su posicionamiento en el escenario digital, los cuales, a su vez fungen como importantes referentes en el tema de la diplomacia digital, a saber, Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña y España. Dado lo anterior,

resulta de vital importancia conocer cuáles han sido sus principales avances en la temática.

De acuerdo con las estadísticas de “*Digital Diplomacy Review 2016*”, estudio que evalúa el desempeño de la diplomacia digital en el mundo; Reino Unido, Francia y Estados Unidos encabezan los tres primeros lugares, respectivamente. Para otorgar las puntuaciones, dicho estudio toma en consideración algunos aspectos tales como:

(...) la presencia, la personalización, el compromiso, la creatividad, la autenticidad, la transparencia, la gestión de contenidos, la seguridad, la apertura, la influencia, el tipo de audiencia, la profesionalidad, las campañas innovadoras, entre otros. La puntuación de cada ministerio se midió en una escala de 0 a 100 y su equivalente de una letra de AAA ++ a E - - también se asigna en consecuencia. (*Digital Diplomacy Review, 2016, en línea*)

**Ilustración 5.** Puntuación por país  
“Digital Diplomacy Review”



DIGITAL DIPLOMACY  
REVIEW 2016  
#DDR16

RANK	MFA	SCORE	RATE
1	United Kingdom	66,70	BB++
2	France	66,49	BB++
3	United States	65,45	BB+
4	Russia	56,08	B+
5	EU	55,75	B-

Fuente: <http://digital.diplomacy.live/ranking-and-rating/>

## **ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

### **4.2 Principales rasgos de la Política exterior de los Estados Unidos de América**

La relevancia de la política exterior de los Estados Unidos es indiscutible dado que sus acciones generan un considerable impacto en la dinámica de las relaciones internacionales, de modo que su condición de potencia, le permite ser uno de los

conductores de la política internacional. Posterior a la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos asumió un liderazgo de potencia hegemónica en distintos ámbitos tales como el político, económico y militar. Desde sus orígenes, el país ha defendido la importancia de hacer extensivos los valores de la libertad, la democracia y la igualdad, los cuales se han erigido como la piedra angular de su política exterior.

Siguiendo este mismo orden de ideas, de acuerdo con Aguirre y otros (2012), las dos principales características que han delineando la política exterior estadounidense han sido, el denominado “excepcionalismo americano” y el surgimiento como respuesta a las circunstancias y cambios del contexto. En lo que respecta al excepcionalismo, este versa sobre la “necesidad de transmitir al mundo sus principios, o más bien una interpretación estadounidense de valores como la democracia, la justicia, la paz y la seguridad entre otros” (Aguirre y otros, 2012, p. 9).

Por su parte, el surgimiento como respuesta a cambios contextuales, refiere principalmente a circunstancias que se originan como consecuencia de la actividad del sistema internacional, de acuerdo con Aguirre y otros (2012), es de ahí donde surge la “necesidad de que los objetivos de la política exterior sean paralelamente readecuados, enfocándolos principalmente en los intereses norteamericanos” (p. 9). Lo anterior se ve perfectamente ilustrado en las palabras del ex Secretario de Estado, John Quincy, cuando en 1823 afirmó lo siguiente: “No sé de ningún cambio en la política, solo circunstancias” (Aguirre y otros, 2012, p. 9). Es por ello, que la flexibilidad con la que Estados Unidos se ha adaptado a diversas circunstancias internacionales, siempre en la búsqueda de la defensa de sus intereses, ha sido una constante a través de su historia.

Con el fin de salvaguardar sus intereses, Estados Unidos, ha emitido a lo largo de su historia una serie de doctrinas que han estado fundamentadas en principios morales e ideológicos. La utilización del término doctrina se ha utilizado en referencia al estilo de política exterior que se pretende llevar a cabo en una época determinada, así como hacia una región o país específico. Cabe destacar que es a partir de la doctrina Monroe

(1823) que se hace uso de este término en lo referente a la política exterior. De acuerdo con Aguirre y otros (2012):

(...) desde entonces no lo han abandonado, retomándolo una y otra vez cuando se lanza una nueva PE (Política Exterior) en momentos en que la coyuntura internacional amerita una fuerte y estratégica doctrina, para por medio de ella alcanzar credibilidad y aceptación a nivel nacional e internacional (p. 10).

Durante los primeros años como Nación, la política exterior de Estados Unidos se caracterizó por su aislacionismo, a partir del cual se guardó distancia respecto a diversos asuntos y conflictos suscitados principalmente en Europa. En este sentido, la situación geográfica, fue un factor que ayudó a fortalecer el aislacionismo, dado que el país se encuentra entre dos grandes océanos. Los diversos y constantes conflictos que tenían como principal escenario el continente europeo, acrecentaron la importancia que tienen para los Estados Unidos la difusión de valores como la democracia, la igualdad y la seguridad.

Posteriormente, en los últimos años de la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos asumió un papel un poco más activo al participar y con ello dejar de estar completamente al margen de los asuntos europeos. A partir de la Segunda Guerra Mundial, la Política exterior estadounidense se volvió mucho más activa y su participación en ella sentó las bases para su ascenso como potencia internacional.

Al término de la Segunda Guerra Mundial (1945) da inicio la denominada “Guerra fría” la cual versó principalmente en los intentos de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) por extender sus dominios comunistas y las consecuentes acciones que emprendieron los Estados Unidos para contenerlos y ampliar sus esferas de influencia. Ambas potencias buscaban aliados para sus respectivos fines; ciertamente, ambos países buscaban establecer su modelo de gobierno alrededor del orbe. En virtud de lo anterior, intervinieron en los conflictos internos de distintos países en lo que se denominaron las guerras periféricas. Es menester recordar que ambas potencias nunca se enfrentaron entre sí, por lo cual dicho conflicto recibió la

denominación de “Guerra Fría”. Al respecto, señala Aguirre y otros (2012) “Estas dos potencias se limitaron a actuar como “ejes” influyentes de poder en el contexto internacional, y a la cooperación económica y militar con los países aliados o satélites de uno de los bloques contra el otro” (p. 146). La denominada Guerra Fría se extendió hasta 1991, momento en que se desintegró la URSS.

La Guerra Fría constituyó el principal eje de la política exterior de los Estados Unidos, durante ese período (1945-1991), al término de esta y con la URSS desintegrada, Estados Unidos se encuentra en la necesidad de redefinir su actividad exterior y replantearse su papel en el escenario internacional. En este sentido, menciona Marín (2008), que la administración del presidente Bill Clinton (1993-2001), carecía de una visión clara respecto de cómo debía ser ese papel y los nuevos fines de la política exterior estadounidense. “Paradójicamente, esta incertidumbre desaparece después del 11 de setiembre, al convertirse el combate al terrorismo en un marco y eje de acción muy similar al que tuviera el combate del comunismo durante la Guerra Fría” (Marín, 2008, p. 3).

Tras los atentados terroristas perpetrados a las Torres Gemelas en Nueva York el 11 de setiembre del año 2001, la actividad exterior de los Estados Unidos sufrió una profunda reconfiguración, lo cual marcó el inicio de una nueva era en las relaciones internacionales. La agenda exterior se configuró principalmente en torno al combate al terrorismo mediante el desarrollo de una estrategia de corte militar (Aguirre y otros, 2012).

En esta misma línea, según señala Marín (2008), los acontecimientos suscitados el 11 de setiembre del año 2001, evidenciaron graves fallas de inteligencia en lo que respecta al manejo de la información y la prevención, lo cual tuvo como consecuencia directa la ejecución de una de las mayores transformaciones internas en materia de seguridad, específicamente con la creación de la Secretaría de Seguridad Nacional, y con la aprobación de distintas leyes para fortalecer las potestades estatales en esta materia.

La política exterior de los Estados Unidos también adquirió nuevos matices, ya que en el ámbito internacional se inició con la denominada “acción preventiva”, la cual según refiere Marín (2008), tuvo como consecuencia dos intervenciones armadas en Afganistán e Iraq en el año 2001 y 2003 respectivamente.

Bajo la justificación del combate al terrorismo la administración Bush (2001-2009) emprendió una serie de invasiones al medio oriente, que al principio fueron apoyadas por la población estadounidense, pero posteriormente su alto costo aunado al acentuado carácter intervencionista de las acciones ejecutadas, conllevaron a un deterioro en el plano nacional e internacional de la imagen tanto de los Estados Unidos como de la propia administración Bush. En el ámbito internacional según refieren Aguirre y otros (2012):

Las tensiones entre algunos países árabes musulmanes aumentaron, incrementándose también el racismo, los atentados terroristas y la crisis económica derivada del alza en los precios de los hidrocarburos, lo que desembocó en el rechazo total de la comunidad internacional a dicha política exterior (p. 11).

La administración Obama (2009-2017) ingresa con una elevada expectativa de cambio no solo a nivel interno sino también en el ámbito internacional. Barack Obama logró posicionarse como el candidato que representaba el cambio tras la desgastada administración Bush. En este sentido, Obama trató de alejarse de los principales lineamientos políticos que había seguido su antecesor principalmente en materia de política exterior, por lo que en contraste con el enfoque militarista que utilizó el presidente Bush, el presidente Obama puso especial énfasis en la utilización del “*smart power*” o poder inteligente como estrategia de política exterior. Cabe acotar que, en este contexto, el tema militar no ha perdido relevancia para la política exterior estadounidense, ni para la política internacional. No obstante, como se ha mencionado a lo largo de este trabajo y para efectos de la presente investigación; el poder inteligente y especialmente el poder blando, son de particular importancia.

De acuerdo con Aguirre y otros (2012), “el *smart power* (Poder Inteligente) junto con el *soft power* (Poder Blando) son dos de los elementos donde se sustenta la doctrina Obama para ejecutar su política exterior siendo componentes esenciales de la diplomacia” (p. 73).

La administración Obama consideró importante contar con una estrategia nacional para hacer frente a las amenazas del siglo XXI, para ello se buscó combinar el poder militar tradicional con elementos del poder blando. Lo anterior se evidencia en palabras de la entonces Secretaria de Estado Hillary Clinton:

(...) tenemos que usar lo que se ha dado en llamar el “poder inteligente”: el rango completo de herramientas en nuestros dispositivos –las diplomáticas, económicas, militares, políticas, legales y culturales- utilizando la herramienta correcta, o la combinación de ellas para cada situación (Clinton citada en Aguirre y otros, 2012, p. 74).

Por otra parte, es importante referirse a la formación de los diplomáticos estadounidenses, en este sentido destaca el *Foreign Service Institute* (FSI) (Instituto del Servicio Exterior), el cual fue creado en 1947 y tiene a su cargo la capacitación y formación profesional de los diplomáticos estadounidenses, proporcionándoles los conocimientos y habilidades necesarias para el correcto desempeño de sus funciones.

En este sentido, el FSI ofrece capacitaciones en temas que van desde el estudio de lenguas extranjeras, habilidades de liderazgo, negociación, entre otros (Department of State, en línea).

Para tales efectos, el FSI está compuesto de cuatro escuelas y un centro, a saber: *School of Language Studies* (Escuela de Estudio de Idiomas), *School of Professional and Area Studies* (Escuela de Estudios Profesionales), *School of Applied Information Technology* (Escuela de Tecnología de la Información Aplicada), *Leadership and Management School* (Escuela de Gestión y Liderazgo) y *Transition Center* (Centro de Transición). De lo anterior, cabe destacar para efectos de esta investigación, que la Escuela de Tecnología de la Información Aplicada (*School of Applied Information*

*Technology*) es la encargada de desarrollar y mejorar las habilidades y el conocimiento en lo referente al uso de las nuevas tecnologías de la información empleadas por el Departamento de Estado. (Department of State, en línea).

#### **4.3 Acciones emprendidas por los Estados Unidos de América en Diplomacia Digital**

La noche en que Barack Obama ganó las elecciones presidenciales en los Estados Unidos de América para su primer mandato en el año 2009, en su discurso de victoria pronunció las siguientes palabras:

Esta noche hemos demostrado una vez más que la fuerza auténtica de nuestra nación procede no del poderío de nuestras armas ni de la magnitud de nuestra riqueza sino del poder duradero de nuestros ideales; la democracia, la libertad, la oportunidad y la esperanza firme (Obama, citado en el diario El País, 2008).

Lo anterior delineaba la principal línea de acción de la administración Obama en lo que respecta a su política exterior, tratando de mantener un tono conciliador y alejándose, por consiguiente, de los esquemas militaristas que caracterizaron la administración Bush.

La entonces Secretaria de Estado Hillary Clinton realizó importantes esfuerzos para incorporar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la actividad diplomática del Departamento de Estado, convirtiéndose en un fuerte eje de desarrollo de la política exterior estadounidense. En sus palabras, “esta agenda tecnológica era parte de mis esfuerzos para llevar al departamento de Estado y a la política exterior de Estados Unidos al siglo XXI” (Clinton, 2014, p. 611).

Bajo esta línea de acción, la Oficina de Asuntos Públicos del Departamento de Estado creó una división digital con el fin de aumentar los mensajes emitidos a través de una serie de plataformas entre las cuales figuraban *Facebook* y *Twitter*. Al respecto, señala Hillary Clinton:

(...) animé a nuestros diplomáticos en las embajadas de todo el mundo a desarrollar sus propias páginas en *Facebook* y cuentas de *Twitter*, a que aparecieran en la televisión local y participaran de todas las formas que pudieran. Igual de importante yo quería que ellos escucharan lo que estaba diciendo la gente en sus países, y también en los medios sociales (Clinton, 2014, p. 613).

En otras palabras, para Clinton, los medios sociales de comunicación en internet ofrecían la oportunidad de escuchar a los ciudadanos de una manera directa incluso en sociedades cerradas.

Posteriormente, cuando John Kerry asumió como Secretario de Estado, se unió a un importante número de diplomáticos estadounidenses que utilizaban las redes sociales de internet para comunicarse. Al igual que su predecesora, John Kerry, asumió el compromiso de la utilización de las redes sociales de internet para avanzar en los objetivos diplomáticos de Estados Unidos y lograr con ello mayor eficacia en la labor diplomática. En sus palabras “los diplomáticos de la actualidad trabajan en una época en la que no hay carta que viene del cardenal al rey en algún lugar; todo es instantáneo” (Kerry citado en Terra Noticias, 2013).

Lo anterior evidencia la importancia que le concedió el Departamento de Estado al reto que supone la irrupción de las TIC en la actividad diplomática de uno de los países con mayor impacto en la esfera internacional. En esta misma línea, de especial relevancia resulta la actitud que han asumido frente al tal reto, conscientes de su importancia en el mundo globalizado de hoy. En este sentido, apunta Marcon Philips, ex coordinador de los Programas Internacionales de Información en el Departamento de Estado, “no podemos salir ahí afuera –entiéndase el escenario digital- con la misma actitud de traje y corbata, ese es el gran desafío” (Philips, 2014, citado en Diario El País, en línea).

Para el Departamento de Estado las redes sociales de internet son un canal efectivo de comunicación que les permite además de conectarse con ciudadanos alrededor del mundo, saber qué temas les interesan, compartir información sobre los Estados

Unidos y aunado a ello, también, les permite conocer las reacciones y posiciones de diversos países en torno a temáticas específicas. Al respecto, menciona Michael Hammer, ex Subsecretario de Relaciones Públicas del Departamento de Estado, que “mucho de lo que se conoce de Estados Unidos es a través de lo que otros dicen de nosotros. Y preferimos ser nosotros mismos los que expliquemos nuestro punto de vista. Es una oportunidad para decir que nos interesa” (Hammer 2014, citado en el Diario El País, en línea).

Vinculado a lo anterior, también es destacable, que el equipo de diplomáticos a cargo de las diversas cuentas en las redes sociales de internet del Departamento de Estado, están pendientes de las preguntas que les hacen llegar los internautas diariamente. Si detectan un tema en específico que genera controversia o dudas se analizan cuidadosamente las respuestas, y se estudia de qué manera se puede explicar mejor el tema y si se debe difundir más información al respecto. (Diario El País, en línea).

### Ilustración 6. Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en francés.



**Fuente:** <https://twitter.com/usaenfrancais?lang=es> @USAemPortugues, en árabe @USAbilAraby, en Chino @USA\_Zhongwen, en ruso @USApoRusski, en hindú @USAHindiMein, en turco @ABDTurk, en farsi @USAdarFarsi, en urdu @USAUrdu. A modo ilustrativo, algunos de los ejemplos de las cuentas utilizadas durante la administración Obama, en distintos idiomas, antes mencionadas:

Bajo la administración Obama, el Departamento de Estado se dio a la tarea de abrir cuentas en diferentes redes sociales de internet y en distintos idiomas. El Departamento de Estado posee en la red social *Twitter* cuentas oficiales en 11 idiomas que incluyen, en inglés @StateDept, en español @USAenEspañol, en francés @USAenFrancais, en portugués

**Ilustración 7.** Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en chino.



**Fuente:** [https://twitter.com/USA\\_Zhongwen](https://twitter.com/USA_Zhongwen)

**Ilustración 8.** Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en ruso.



**Fuente:** <https://twitter.com/USApoRusski>

Lo anterior, es parte de los esfuerzos que ha emprendido el Departamento de Estado por hacer llegar sus mensajes alrededor del mundo a través de estas nuevas herramientas tecnológicas, y la mejor manera de hacerlo, según su estrategia, es en el idioma propio de cada audiencia. En esta misma línea, cabe destacar que a través de la cuenta en *Twitter* en el idioma persa (@USAdarFarsi) el Departamento de Estado emitió diversos *tweets* para incitar a la gente a continuar con la ola de protestas en Irán en el año 2011, mostrando su apoyo a las manifestaciones; de forma análoga sucedió con la cuenta @USAbilArabe (en árabe), para apoyar y obtener información de primera mano en las revueltas en Egipto y Túnez.

Por su parte la cuenta en español (@USAenEspañol), está dirigida a la comunidad hispana y en ella aprovechan para informar y compartir noticias relevantes relacionadas con esta comunidad. De especial relevancia son las charlas interactivas que promueve el Departamento de Estado a través de esta cuenta en *Twitter*. Por medio de estas iniciativas, se realizaron diversas sesiones de preguntas y respuestas. Cada pregunta debía ser enviada acompañada del hashtag #AskState. Las sesiones estuvieron a cargo del ex Subsecretario de Estado para Asuntos Públicos, Mike

Hammer. Para el Departamento de Estado, este ejercicio permite informar y dialogar con el público sobre temas de política exterior.

**Ilustración 9.** Cuenta en Twitter del Departamento de Estado en español.



Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

Como se mencionó anteriormente, la interacción con los internautas alrededor del mundo es una de las prioridades del Departamento de Estado, y uno de los ejes centrales de su acción exterior en el ámbito digital. En este sentido, se realizan con frecuencia charlas interactivas para conversar e informar sobre temas relevantes de la política exterior estadounidense, así como de las actividades de trabajo del Secretario de Estado.

**Ilustración 10.** Charla interactiva a través de Twitter para informar sobre las actividades del Secretario de Estado.



Fuente: <https://twitter.com/statedept?lang=es>

**Ilustración 11.** Charla interactiva a través de Facebook sobre el cambio climático.



Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

En sintonía con los objetivos e intereses de la política exterior estadounidense, a través de *Twitter* se han emprendido algunas iniciativas destacables, por ejemplo, en el año 2010 se lanzó el concurso internacional “La democracia es” (Democracy is), la cual invitaba a la audiencia a enviar *tweets* con lo que significa la democracia utilizando el hashtag #democracyis. El ganador sería el concursante que obtuviera mayor cifra de respuestas únicas. De acuerdo con el Departamento de Estado, “el objetivo es proporcionar una plataforma mundial en la que las personas puedan conversar sobre el significado de democracia e intercambiar ideas desde diferentes puntos de vista” (Embajada de los Estados Unidos en Uruguay, en línea).

**Ilustración 12.** Tweet de la Embajada de los Estados Unidos en Irlanda.



Fuente: <https://goo.gl/rRgCiF>

A partir de lo anterior, se buscaba especialmente la participación y acercamiento del público joven. Para el caso en mención, y en general una de las estrategias de comunicación del Departamento de Estado es alcanzar esta población meta en las redes sociales de internet. Como se evidencia, a continuación, en este ejemplo de la Embajada de Estados Unidos en Irlanda; donde se insta a la juventud a

participar directamente de la acción diplomática entre ambos países.

El nuevo escenario digital también pone de relieve las diferencias existentes entre un país como Estados Unidos, el cual tradicionalmente ha sido abanderado de la libertad de expresión, frente a otros países más cerrados en este ámbito tales como China, Rusia o Cuba, de manera que, en contraste con la censura de estos países, Estados Unidos hace gala del uso de las redes sociales de internet para ampliar su diplomacia y consecuentemente sus esferas de influencia.

En esta línea, cabe destacar que, en el año 2014, el entonces Secretario de Estado John Kerry se reunió con blogueros en China, según el Departamento de Estado, esta fue una oportunidad para evidenciar la importancia del acceso libre a internet que favorece tanto a países como a sus ciudadanos. Así mismo, se emiten constantemente

publicaciones en las redes sociales de internet, abogando por la liberación de presos políticos, la libertad de expresión y la democracia.

**Ilustración 13.** Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos.

USA en Español @USAenEspañol · 22 dic.  
 @AmbassadorPower: Debemos seguir apoyando a presos políticos y sus familias, compartiendo sus historias hasta que todos sean #FreeToBeHome.



Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

**Ilustración 14.** Tweet del Departamento de Estado sobre la democracia.

USA en Español @USAenEspañol · 17 nov.  
 "Historia demuestra que países con gobernabilidad democrática tienden a ser más justos, estables y exitosos" —@POTUS



President Obama on democracy across the world  
 Follow @WhiteHouse for the latest from President Obama and his administration.

2 replies 16 retweets 17 likes

Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

**Ilustración 15.** Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos (2).

USA en Español @USAenEspañol · 15 dic.  
 Esposa de @Leopoldolopez y sus dos hijos temen otra Navidad sin él. #FreeToBeHome. [bit.ly/2gwARMP](http://bit.ly/2gwARMP) via @AmbassadorPower



Lilian Tintori

Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

**Ilustración 16.** Tweet del Departamento de Estado abogando por la libertad de presos políticos (3).

USA en Español @USAenEspañol · 14 dic.  
 @AmbassadorPower: Cineasta Oleg Sentsov está en prisión siberiana a 3500 millas de su familia. Rusia debe liberarlo. #FreeToBeHome



1 reply 14 retweets 5 likes

Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

Las imágenes anteriores muestran una línea coherente en lo que respecta a la defensa de los derechos humanos y las libertades fundamentales, los cuales tradicionalmente han sido de particular interés para la política exterior estadounidense. Así mismo, muestra un contraste importante en lo referente al sistema político estadounidense respecto a otros países en los cuales los esquemas políticos están estrechamente asociados con la falta de libertades fundamentales; lo cual ha dado como resultado, entre otros aspectos, la existencia de presos políticos.

En este sentido, Estados Unidos es vehemente en la defensa de la democracia, el respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales; y hace un llamado expreso a la comunidad internacional y a los distintos gobiernos al respeto de estos principios y derechos a través de las redes sociales de internet, las cuales han servido como amplificadoras de estos mensajes. A través de estas publicaciones se evidencia la importancia que tiene para los Estados Unidos la visibilización de sus valores y principios en el escenario internacional.

El Departamento de Estado ha puesto especial énfasis en lograr emitir un mensaje coherente en todas las plataformas, que van desde los canales secretos hasta las cuentas oficiales en las distintas redes sociales de internet (Diario El País, en línea). La diplomacia digital se ha convertido en una de sus herramientas para lograr sus objetivos de política exterior en el escenario digital, buscando con ello amplificar sus mensajes.

No obstante, la inmediatez y la novedad que suponen el uso de estas plataformas tecnológicas, también han acarreado una serie de inconvenientes para la diplomacia estadounidense. Por ejemplo, cabe recordar el incidente ocurrido con la República Popular de China en el año 2012, cuando funcionarios diplomáticos de la embajada estadounidense compartieron información sobre la calidad del aire de ese país a través de la red social *Twitter*, a lo cual China respondió que era ilegal que una embajada tomara y publicara sus propios datos. En palabras del entonces viceministro chino de Protección Medioambiental, Wu Xiaoqing, “solo el gobierno chino puede monitorear y publicar la información sobre la calidad del aire”, además añadió,

“esperamos que las legaciones extranjeras respeten las regulaciones chinas y paren de publicar este tipo de información, especialmente, en internet” (Xiaqing, citado en RT Noticias, en línea).

Respecto al uso de estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los diplomáticos estadounidenses, Doug Frantz, ex Vicesecretario del Departamento de Estado para la Estrategia Digital, mencionó que las líneas de acción para emitir mensajes en estas plataformas digitales son las mismas que las de la diplomacia tradicional y, señaló además, que los funcionarios diplomáticos “deben conocer y considerar la cultura del país donde se encuentran y saber que, cualquier cosa que digan en una red social, se la están diciendo al mundo entero” (Frantz, 2014, citado en el Diario El País, en línea).

En contraste con estos incidentes diplomáticos en internet, también es destacable la importante actividad de algunos ex embajadores de los Estados Unidos alrededor del mundo. En este sentido, conviene destacar al ex embajador en Rusia, Michael McFault, quién fue un ávido usuario de las redes sociales de internet, convirtiéndose incluso en una de las personas más influyentes en Rusia en el ámbito digital (Clinton, 2014, p. 613). Cuenta la ex Secretaria de Estado, Hillary Clinton, que cuando el embajador McFault fue nombrado en su cargo ella le acotó lo siguiente: “le dije que tendría que encontrar formas creativas para sortear los obstáculos del gobierno y comunicarse directamente con el pueblo ruso” y además agregó, “Mike, recuerda estas tres cosas -le dije-, se fuerte, establece contacto más allá de las élites y no tengas miedo de usar toda la tecnología que puedas para llegar a más personas” (Clinton, 2014, p. 613).

La cuenta en *Twitter* del ex embajador Mcfault (@McFault) alcanzó más de setenta mil seguidores. “Mientras explicaba las políticas de Estados Unidos y detallaba algunos abusos del Kremlin, Mike subió un contenido continuo de pensamientos y de fotos personales. Los rusos llegaron a ver al embajador de Estados Unidos como un ser humano” (Clinton, 2014, p. 614). Lo anterior evidencia la importancia del protagonismo personal de las figuras más importantes en la representación de un país en el exterior, de tal manera que se profundiza la cercanía con la ciudadanía.

Cabe destacar también según lo indicado por Eric Catafalmo, Consejero de Prensa y Cultura de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica, que una de las prioridades de esta representación diplomática ha sido visibilizar la labor del embajador, así como dar a conocer sus opiniones respecto a temas determinados para los que toman decisiones y los que pueden influenciar esas decisiones. En tal sentido, ha sido fundamental dar a conocer quién es y qué opina el embajador.

Siguiendo esta misma línea, es destacable también la iniciativa de presentar a los embajadores designados, a través de las redes sociales de internet de sus respectivas embajadas, como se muestra en el ejemplo a continuación:

### Ilustración 17. Tweet de la Embajada de EE.UU. en Chile.



Fuente: <https://twitter.com/USAenEspañol?lang=es>

Algunos funcionarios diplomáticos de la administración Obama, consideraban las redes sociales de internet como un complemento importante para la diplomacia, en este sentido, la ex embajadora de Estados Unidos en Tailandia, Kristie Kenney mencionó que “en este trabajo –la diplomacia- uno nunca llega a hablar con todas las personas que desea, *Twitter* me ofrece una manera de conectarme directamente con quienes de otro modo no podría” (Kenney, 2012, citada en RT Noticias).

La lucha contra el terrorismo también ha encontrado espacio en el escenario digital; las redes sociales de internet también han sido utilizadas por el Departamento de Estado para combatir ideologías extremistas. Así mismo, funcionarios del

Departamento de Estado ingresan a foros de ideología extremista para contrarrestar opiniones contrarias a los derechos humanos y libertades civiles.

### Ilustración 18. Tweet del Departamento de Estado sobre la lucha contra el extremismo violento.



Fuente: <https://twitter.com/USAenEspanol?lang=es>

En otro orden de ideas, cabe destacar otro de los hitos que contribuyó a la experiencia en el ámbito digital de los Estados Unidos, y fue la apertura de la plataforma [share.america.gov](http://share.america.gov), donde se empezaron a colocar las actuaciones del Presidente y el Secretario de Estado. El sitio resultó ser muy versátil y permitía usar varias modalidades, tales como: “blogs, subir videos de Youtube, enlaces con Twitter y Facebook, además realizar chats escritos o de voz en un mismo espacio” (Dale, 2009, p. 3). Es de vital importancia hacer mención al sitio ya que la mayoría de noticias que se comparten en los perfiles de las redes sociales de internet del Departamento de Estado y las embajadas provienen de esta fuente.

### Ilustración 19. Publicación en Twitter de la Embajada de los Estados Unidos en Egipto.



Fuente: <https://twitter.com/USEmbassyCairo>

Por su parte el *blog* “*DipNote*” es uno de los portales oficiales más utilizados por el Departamento de Estado. En dicho *blog*, se tratan temáticas diversas sobre el impacto de las acciones de Estados Unidos en el mundo las cuales se pueden encontrar dentro de la página divididas por región. Además, posee la sección *socials* la cual resume las publicaciones del Departamento en todas las redes sociales disponibles. Con el fin de promocionar el *blog*, los perfiles de *Facebook* y *Twitter* de las embajadas comparten los artículos que re direccionan al sitio para ampliar la información y realizar comentarios, como se puede observar a continuación en el perfil de *Twitter* de la embajada de Estados Unidos en Finlandia.

### Ilustración 20. Publicación en Twitter de la Embajada de Estados Unidos en Finlandia.



Fuente: <https://twitter.com/usembfinland>

La relevancia de los contenidos cibernéticos es tal, que el Departamento posee una oficina encargada de intercambio digital llamada: Oficina de Compromiso Digital, a la cual le corresponde:

(...) ampliar el alcance de la política exterior de Estados Unidos a través de nuevos medios y tecnología de comunicación basada en la *web*, mantener el *blog* oficial, la presencia oficial del Departamento en plataformas de nuevos medios y manejar los canales de *Twitter* del Departamento en idioma extranjero (Traducción libre, Bliss, 2014, p. 49).

Con la apertura de *DipNote*, se elaboraron objetivos estratégicos de comunicación con audiencias en el exterior. De acuerdo con el Consejo de Relaciones Exteriores, las publicaciones deberían estar enmarcadas en los siguientes lineamientos:

- 1) Resaltar los valores básicos estadounidenses. Libertad, igualdad y dignidad.
- 2) Rechazo a la violencia y el extremismo, deslegitimar el terror como medio para la consecución de fines políticos, desacreditar acciones terroristas. En cambio, promover la democracia, la participación de los musulmanes, que Estados Unidos es un país abierto a todas las religiones.
- 3) Fomento de valores comunes. Tales como: promoción de la resolución alterna de conflictos, expansión de las oportunidades económicas, lucha contra enfermedades, protección del entorno común y la colaboración científica.  
(Traducción libre, Consejo Relaciones Exteriores, 2007, en línea).

En otro orden de ideas, es importante destacar, según refiere Michael Lee Vargas, Social Media Manager de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica, que, en este país existe un contexto favorable para la utilización de las redes sociales dada la penetración del internet en el país. Así mismo, resaltó la importancia de realizar un estudio previo a la apertura de cuentas en las redes sociales; en el caso de Costa Rica se determinó que el canal dominante era la red social Facebook. En ese sentido, menciona que es de vital importancia conocer dinámica de las redes sociales en cada país para invertir en los canales en los que haya audiencia.

De especial interés resulta la estrecha coordinación que existe entre los encargados de la diplomacia digital de Estados Unidos en la región latinoamericana, ya que según refiere el funcionario entrevistado, en ocasiones se han realizado campañas regionales con objetivos comunes para las cuales se han puesto de acuerdo un número considerable de embajadas de la región, para potencializar el alcance de estas campañas. Así mismo, la embajada de los Estados Unidos en Costa Rica ha trabajado conjuntamente con la embajada de los Estados Unidos en Panamá para visibilizar temas de interés en ambos países como por ejemplo el medio ambiente.

Conviene destacar la importancia de contar con un mapa de áreas sensibles, en este sentido, comentan los entrevistados de la Embajada de Estados Unidos en Costa Rica, que cuentan con un mapa de contenido sobre distintas áreas sensibles para la política exterior estadounidense, lo cual ha facilitado determinar con mayor celeridad los contenidos más apropiados que se deben publicar respecto a la política exterior. Por último, cabe subrayar según refirieron los funcionarios entrevistados, que las redes sociales se han convertido en una parte fundamental de la labor diaria que desempeña la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica.

Como se señaló anteriormente, el poder blando fue un componente esencial de la política exterior de la administración Obama. En esta dirección, la utilización de las TIC, y específicamente las redes sociales de internet han ayudado a potenciar la defensa de los intereses de los Estados Unidos en distintos ámbitos y regiones del planeta. De la misma manera, la transmisión de su cultura, así como la visibilización y promoción de sus valores políticos referidos fundamentalmente a la defensa de los derechos humanos, la democracia y las libertades fundamentales; las cuales fungen a su vez como ejes primordiales de la política exterior estadounidense, han encontrado terreno fértil a través de las redes sociales de internet.

La imagen de los Estados Unidos también se ha visto favorecida con el uso de las redes sociales de internet, lo cual le ha permitido afianzar su legitimidad y extender su influencia en el exterior. Conviene rescatar la importancia de contar con líneas claras de acción en el ámbito digital, lo cual facilita la utilización estratégica de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, específicamente las redes sociales de internet, como se evidencia en el caso de la política exterior estadounidense.

De tal manera que a partir de lo referido en líneas anteriores es posible apreciar que la utilización del poder blando por parte de los Estados Unidos a través de las redes sociales de internet analizadas, ha estado determinado principalmente por elementos ligados a la cultura y sus valores políticos, lo cual coincide con los puntos principales de la definición y aplicación del poder blando según Joseph Nye.

La diplomacia estadounidense, también ha realizado destacables esfuerzos por establecer interacción y vincular a la gente con su política exterior a través de las redes sociales de internet alrededor del mundo, la diplomacia estadounidense ha comprendido que la interacción es uno de los elementos más valiosos que fortalecen y potencian la diplomacia digital. Aunado a ello, les permite comunicar directamente su trabajo e informarse sobre las opiniones de las personas en cualquier parte del mundo, este ha sido una de las grandes novedades para el Departamento de Estado estadounidense.

De especial interés resulta la actitud de los funcionarios diplomáticos estadounidenses hacia el desafío y los riesgos que trae consigo la diplomacia digital, no obstante, lo han asumido y han priorizado el acercar la actividad diplomática al mayor número de personas posible, comunicándose en su lengua e incorporando las redes sociales de internet como una verdadera herramienta para la consecución de sus objetivos de política exterior.

A partir de lo anterior, cabe destacar que Estados Unidos ha realizado un importante trabajo en lo que respecta a la promoción y la protección de sus intereses en el entorno digital, en el cual han tratado de fortalecer su presencia y aprovechar las novedosas herramientas a su alcance poniéndolas al servicio de su política exterior.

## **REPÚBLICA DE FRANCIA**

### **4.4 Principales rasgos de la política exterior de la República de Francia**

Francia es la cuna de las libertades civiles, sus valores –Libertad, Igualdad y Fraternidad- se han extendido vigorosamente por el mundo. La Revolución Francesa ocurrida en el año 1789 constituye un fenómeno político y social de trascendencia histórica mundial, de tal relevancia que incluso marca el inicio de la Edad Contemporánea. La Revolución Francesa puso fin al absolutismo monárquico imperante hasta entonces en Francia, y aunado a ello pregonó una serie de valores

vinculados a la democracia y las libertades fundamentales de los ciudadanos, los cuales tuvieron una amplia difusión e incidencia alrededor del orbe. En este sentido:

La revolución francesa revistió un carácter universal y difundió su modelo. La nueva cultura política que engendró centrada en la noción de cambio político total, mediante la acción voluntaria y la movilización de las masas, se extendió a los países vecinos de Francia de la Europa occidental, pero también a la Europa oriental, al imperio otomano al imperio persa a América Latina y a las Antillas, a Japón a China y más tarde a países africanos, a los asiáticos y a los del Próximo oriente que combatían el colonialismo para acceder a la independencia (UNESCO, 1989, p. 3).

Como se evidencia, el legado de la Revolución Francesa trascendió sus propias fronteras, al respecto se menciona que:

(...) las revoluciones, los movimientos de liberación y los esfuerzos de construcción de los Estados y de las naciones modernas de los siglos XIX y XX, han asumido explícita o implícitamente el legado de la Revolución Francesa, cuya fecundidad en la forma de invenciones de formas modernas de poder fue excepcional (UNESCO, 1989, p. 3).

Francia ostenta una tradición diplomática de larga data. Históricamente los reyes franceses asumían de manera personal las labores de política exterior, siendo la única representación oficial del país en el exterior ya que se abocaron a entablar las relaciones de soberano a soberano. Con el transcurrir del tiempo se incluyeron consejeros de confianza para cubrir misiones en embajadas de forma temporal, que se convertirían en una necesidad permanente.

Es propiamente en 1589 cuando se reconoce la figura de Ministro de Asuntos Exteriores como figura que sustituye al rey. El primero en ocupar el cargo fue Louis de Revol. En 1626 se crea la secretaría de Estado la cual estuvo conformada inicialmente por dirigentes religiosos, posteriormente se transformó en una instancia laica; a la cual tenían acceso personas de renombre y capacidades económicas altas. Quienes

lograban contar con especialización en la carrera diplomática (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

Al respecto de la formación diplomática, es llamativo resaltar que pasaron muchos años posterior a la creación oficial del ministerio para que se inaugurara el Instituto Diplomático y Consular del Ministerio de Relaciones Exteriores en 2010 (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea), como ente de formación obligatoria para personas que deseen iniciar la carrera, con opciones de capacitación para quienes ya ejercen. Dentro de los contenidos principales que abordan se encuentran:

Organización y funcionamiento del Ministerio de Relaciones Exteriores (herramientas de trabajo, redacción diplomática, seguridad, deontología), presentación de trabajos en el *Quai d'Orsay* (Negociación, gestión presupuestaria y contabilidad, comunicación, gestión de crisis), dimensiones internacional y jurídica, asuntos multilaterales, cuestiones globales, módulos franco-alemanes y franco-británicos, las prácticas de la diplomacia francesa y la oratoria (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

La política exterior francesa encuentra sus cimientos sobre algunos principios fundamentales tales como; el respeto por los principios democráticos y los derechos humanos, así como el Estado de derecho y la cooperación entre las naciones (Ministerio de Asuntos Extranjeros y Cooperación Internacional, en línea). De acuerdo con Pérez (2008) en materia de política exterior, desde los tiempos del General Charles de Gaulle (década de los años setenta):

(...) todos los gobiernos compartieron conceptos y valores tales como independencia nacional, disuasión nuclear autónoma, rango y prestigio de Francia en el mundo, políticas regionales específicas, por ejemplo, hacia África y el mundo árabe; defensa del europeísmo; lectura crítica del atlantismo y adhesión a una concepción de la integración europea como multiplicador de poder (p. 66).

Así mismo, la política exterior francesa intenta guardar coherencia con los objetivos y principios de la Organización de Naciones Unidas (ONU), los cuales, según el Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, concuerdan con los ideales de la tradición republicana francesa. En tal sentido, conviene destacar que Francia posee un asiento permanente en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, máximo órgano de dicha organización. Aunado a lo anterior cabe acotar que Francia es la quinta potencia económica mundial, y también se encuentra entre las primeras potencias militares y nucleares (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Lo anterior, evidencia la indiscutible relevancia de Francia en el escenario internacional.

La vertiente cultural ocupa un lugar privilegiado en la política exterior francesa, desde los tiempos del reinado de Luis XIV se le concedía más del 10% del presupuesto del Estado a las artes (UNESCO, 2010). Desde entonces, los líderes franceses han puesto especial interés en el aspecto cultural vinculándolo estrechamente al mantenimiento de su presencia en el escenario internacional, “al punto de que con ella conforman su imagen de marca internacional” (UNESCO, 2010, p. 19). En esta línea, señala Delgado (1994) que Francia fue “el país pionero a comienzos del siglo XX, en la organización de una política cultural exterior y en la creación de instituciones oficiales encargadas de su planificación y ejecución” (p. 257). De hecho, en 1959, Francia se convirtió en el primer país del mundo en elevar a rango ministerial la gestión de los asuntos del campo cultural (Fernández, 2015).

Cabe acotar que la capital francesa, París, es justamente la sede de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), logro alcanzado luego de una excelente gestión diplomática; lo cual evidencia en gran medida, como la cultura posee una importancia de primer orden para este país. En efecto, Francia es uno de los países que más invierte en la acción cultural, y específicamente la promoción de la lengua francesa es una prioridad.

Para llevar a cabo sus objetivos en el campo de la cultura se han creado distintas instituciones, principalmente centros culturales franceses los cuales constituyen un

total de 436, distribuidos en distintos países alrededor del mundo (UNESCO, 2010). El prestigio de la sofisticación que ha alcanzado la cultura francesa le ha valido un lugar de privilegio en el mundo. Un aspecto importante que cabe destacar es que justamente la lengua francesa, ha sido durante muchos años el idioma por excelencia de la diplomacia.

Un eje de especial relevancia para la política exterior francesa desde 1945, ha sido la construcción y fortalecimiento de la Unión Europea. Consecuentes con esta línea, justamente Francia fue uno de los seis países fundadores de este organismo (Unión Europea, en línea). Distintas razones justifican el interés de Francia por la Unión Europea entre ellas: “restaurar la paz y garantizar la seguridad de los Estados, consolidar la forma democrática de gobierno y construir un espacio económico y monetario integrado susceptible de garantizar la prosperidad a los pueblos europeos” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Así mismo, Francia ha sido uno de los países que más ha impulsado el crecimiento europeo.

En lo que respecta al campo de la cooperación internacional, la política de cooperación Internacional de Francia se basa principalmente en dos aspectos fundamentales: la influencia y la solidaridad (Ministerio de Asuntos Exteriores, en línea). La Dirección General para la Cooperación y el Desarrollo (DGCID), es la instancia encargada de la ejecución de esta política, la cual se ejecuta con base en cuatro ejes fundamentales: 1) Contribuir con al desarrollo mediante la cooperación, 2) Fomentar intercambios culturales y la utilización del francés, 3) Promover la cooperación científica y 4) Garantizar la presencia francesa en el panorama audiovisual mundial (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

En línea con lo anterior, conviene destacar para efectos de esta investigación, que uno de los énfasis de la cooperación en Francia es financiar acciones en las cuales la orientación sea la aplicación de las TIC en países en desarrollo. Al respecto, existe un eje de cooperación llamado “solidaridad digital” con el objetivo de sostener proyectos que fortalezcan el uso de TIC en el ámbito local, el aprendizaje, juventud, y actividades

productivas. Incluso la Agencia Francesa de Desarrollo ha colaborado en la instalación de cables submarinos para redes de telefonía móvil e internet en zonas donde carecen del servicio o es limitado. Así mismo, les apoya con énfasis en “legislación para regular el uso de internet, la creación de capacidades para desarrollar contenidos y brindar servicios” (Traducción libre. Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, 2011).

En tiempos recientes Francia ha sido víctima de ataques terroristas, razón por la cual el país ha intensificado los esfuerzos para combatir el terrorismo internacional en todas sus formas. En este sentido, posee una legislación antiterrorista. Al respecto, cabe acotar que Francia “considera que la lucha sin concesiones contra el terrorismo debe llevarse a cabo respetando los derechos del Hombre y las libertades públicas” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

De lo anterior, es importante recordar que los ataques perpetrados en el territorio francés generaron una amplia actividad de repudio a los hechos en las redes sociales de internet, a través de las cuales cientos de usuarios mostraron su solidaridad con el país por medio de distintos hashtags tales como #JeSuisCharlie. En declaraciones posteriores, el presidente francés Francois Hollande expresó “Francia tiene principios y valores, en particular la libertad de expresión” (Hollande, 2015, en línea).

#### **4.5 Acciones emprendidas por la República de Francia en Diplomacia Digital**

Francia es reconocida mundialmente como líder digital por su compromiso a nivel europeo y a nivel internacional en pro del respeto a los derechos humanos y seguridad del espacio digital. Tal es la relevancia que para el Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional es prioridad “convertirse en potencia mundial de seguridad y defensa informática” (Traducción libre. Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional, 2011) para ello desde el año 2011 se encuentra implementado una estrategia en ese sentido, lo cual incentiva en gran medida el uso de TIC en diversos ámbitos.

Es importante destacar también que este ministerio fue una institución pionera en lanzar su página *web* en el año 1995, esta plataforma tuvo aceptación en medio del auge del internet por lo que se continuó implementando y mejorando. De igual manera desde el año 2008, el Ministerio de Asuntos Extranjeros y de Desarrollo Internacional de Francia ha venido aplicando lo que ellos denominan “política voluntarista de comunicación” en las redes sociales de internet. A propósito, cabe destacar que fue el primer ministerio en habilitar una cuenta de *Twitter* durante las revueltas árabes en el año 2009 (@francediplo), y siguiendo esta misma línea, desde el año 2012, se realizan sesiones de preguntas y respuestas tanto en *Twitter* como en *Facebook*, a través de las cuales es posible conversar con distintos funcionarios del ministerio (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

El impacto de las TIC en la diplomacia francesa no es directamente económico, sino que recae en el uso las redes sociales en internet para fines de política exterior. Para el Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional de Francia, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación favorecen la gobernanza democrática debido a que permiten reforzar la transparencia de la gestión gubernamental y brinda la posibilidad a la ciudadanía de expresar sus opiniones con mayor facilidad. El Primer Consejero de la Embajada de Francia en Costa Rica, comenta al respecto que:

Una de las prioridades de Francia es desarrollar todo el aspecto digital en la diplomacia. El Ministro de Relaciones Exteriores ha nombrado desde hace dos años a un embajador que se dedica totalmente a ese desarrollo. Recientemente se hizo una investigación por internet a finales de enero, fue un sondeo a los franceses de lo que esperan de parte del Ministerio en términos de promoción fuera del país. Aún no se tienen los resultados, pero será muy importante para el futuro (Comunicación personal, 25 de mayo, 2017).

La cuenta francesa del Ministerio de Asuntos Extranjeros de Francia @francediplo se encuentra catalogada dentro de los mejores 50 líderes mundiales conectados del 2016, en la posición número 10 del *ranking* internacional del estudio *Twiplomacy.com*.



El Ministerio de Asuntos Extranjeros de Francia cree en la denominada “diplomacia de influencia” la cual tiene por objetivo promover la imagen del país, defender sus intereses económicos, lingüísticos y culturales. Así mismo menciona el funcionario de la embajada de Francia entrevistado, que otros ejes de interés son el fortalecimiento de la promoción de los desafíos globales, la protección del multilateralismo y la diversidad cultural. Por otra parte, buscan, que la mayor cantidad de personas conozca sobre las labores y resultados del Ministerio. Al respecto, recalcan en su sitio *web* que su visión de diplomacia en redes consiste en que esta no esté solamente enfocada en la “comunicación de Estado a Estado, sino de Estado con sociedad civil. Las redes sociales ofrecen a esta última la posibilidad de comunicarse directamente con el ministerio” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

Dadas las apuestas innovadoras de Francia, se estableció una estrategia que guiara el uso de redes sociales en internet; ésta se basa en tres ejes principales:

- 1) “Reforzar el dialogo con la sociedad civil tanto francesa como extranjera.
- 2) Reforzar la dimensión de servicio público de *France Diplomatie* y de forma más amplia, la calidad del servicio prestado.
- 3) Apoyar a la red de representaciones diplomáticas en cuestiones de comunicación digital” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

En un esfuerzo por lograr acercarse a los ciudadanos alrededor del mundo y extender su mensaje, el Ministerio de Asuntos Exteriores francés ha habilitado cuentas en *Twitter* en distintos idiomas, tal es el caso de la cuenta en castellano @francediplo\_es, según el ministerio “esta herramienta nos permite mejorar nuestra comunicación dirigida al público hispanoparlante, cada vez más numeroso” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Agrega, además:

Nuestra presencia sobre una red social que es muy popular en los países hispanoparlantes nos permite ir al encuentro de los internautas para ofrecer un mayor conocimiento del accionar del Ministerio y de los grandes desafíos

internacionales, especialmente en Latinoamérica (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

**Ilustración 22.** Cuenta Oficial en Twitter en Español del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional de Francia.



Fuente: [https://twitter.com/francediplo\\_ES](https://twitter.com/francediplo_ES)

De igual manera, el ministerio ha habilitado una cuenta en *Twitter* en el idioma árabe @francediplo\_AR, según el ministerio dicha cuenta, les permite difundir la actividad diplomática francesa entre el público de lengua árabe. De forma análoga, poseen una cuenta en *Twitter* en el idioma inglés @francediplo\_EN. Reforzando el énfasis que se le da a la diversidad cultural tal y como apunta el funcionario diplomático entrevistado, “tenemos los sitios en varios idiomas, en 6 lenguas y queremos aumentar a 10 lenguas el año próximo” (Toulet, 2017, entrevista).

Específicamente para *Twitter* poseen una plataforma que contabiliza la actividad en todas las cuentas del Ministerio, las cuales se encuentran monitoreadas y enlistadas, colocadas por área geográfica tal y como se observa en la imagen a continuación, en el bloque Asia y Oceanía. Ofrece información básica como número de seguidores, cantidad de *tweets* e informaciones más específicas como lo son temas de conversación más mencionados, fotografía más re posteadada, *hashtags* más utilizados, entre otros.

### Ilustración 23. Plataforma para contabilizar la actividad en Twitter.



Fuente: <http://consoletwitter.f DIP. FR / # ! / ES>

Es destacable que la acción estratégica de las redes sociales de internet contempla la adaptación a plataformas de otros países como lo es el caso de China, donde la red social más popular es *Weibo* y es la red en la que se encuentra el perfil de la embajada francesa en dicho país. Una muestra de ello se observa en la siguiente imagen de la plataforma en la cual se expresa la unión cultural de ambos países por medio del arte.

### Ilustración 24. Cuenta del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia en la red social Weibo.



Fuente: <https://goo.gl/6dbSzt>

Una iniciativa destacable emprendida por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional de Francia, y que adquirió un matiz distinto en el año 2016 dado el auge de las redes sociales de internet, es la denominada “Semana de los Embajadores” que responde al objetivo de dar a conocer el trabajo de los embajadores

y también acercar al público al campo de trabajo de la diplomacia con el fin de involucrarlos en la discusión sobre temas de la agenda internacional. En esta actividad se tratan temas relacionados con “las prioridades de la política exterior o con los debates que se dan en la actualidad en la sociedad francesa” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

En la Semana de los Embajadores 2016, se realizó una importante innovación que permitió a los internautas participar de las actividades y conversar con las distintas personalidades presentes en la actividad. Aunado a ello, se habilitó un *social room* para el evento que estuvo disponible en la página *web* del ministerio, en el cual se ofrecieron reportajes entre bastidores, debates en directo y entrevistas a embajadores y personalidades a través de las redes sociales (*Twitter* y *Facebook*), en las cuales utilizaron el hashtag #SemaineAmbass (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

### Ilustración 25. Tweet del Ministerio de Asuntos Exteriores sobre la Semana de los Embajadores.



Fuente: <https://twitter.com/francediplo?lang=es>

Para incentivar esta interacción además del uso de las redes sociales mencionadas, se crea el *blog* personal del señor Ministro de Asuntos Extranjeros Jean-Marc Ayrault, en el cual se personaliza su labor y se encuentra un formulario de contacto en el cual se puede solicitar cualquier tipo de información pública relacionada al Ministerio y sus funciones.

## Ilustración 26. Blog del Ministro de Asuntos Exteriores de Francia, Jean Marc Ayrault.



Fuente: <http://jmayrault.fr/>

Otro ejemplo de ello es la apertura del *blog “Carnets diplomatiques”* en el año 2014, espacio digital en donde se reúnen experiencias de los funcionarios diplomáticos franceses. Es sumamente destacable esta acción como muestra de apertura hacia los ciudadanos. El enfoque del sitio son las publicaciones del personal que giran en torno a su objetivo principal, el cual corresponde a: “facilitar los intercambios entre la sociedad civil y los actores de la diplomacia francesa” (Carnets diplomatiques, en línea).

## Ilustración 27. Blog “Carnets diplomatiques”.



Fuente: <http://blog.diplomatie.gouv.fr>

Como muestra la imagen 25, el comentario proviene de un asesor de prensa de la embajada de Francia en Argelia por lo que los niveles de uso están abiertos, no sólo se

orientan a conocer la opinión de los embajadores sino va más allá y se involucra a quienes laboran en las misiones. Algunas de las temáticas que se abordan son: ayuda humanitaria, cooperación, COP 21, crisis, crónicas de viaje, Derechos humanos, Diplomacia digital, Diplomacia económica, Diplomacia pública, Educación entre otros.

En ese mismo sentido y en concordancia con el fin del *blog*; este está disponible para comentarios de los visitantes. No obstante, se plantean reglas para quienes deseen realizar una publicación y con ello garantizar la calidad de los contenidos. Con ello el Ministerio refleja su interés y compromiso con la seguridad informática y de protección de identidades por la que abogan internacionalmente. Son experiencias contundentes que marcan la pauta en el uso de estas herramientas. Finalmente, el *blog* re direcciona a la página del Ministerio *France Diplomatie* específicamente a la sección denominada “confidencias de los embajadores”; allí se accesa a videos tipo documentales realizados por figuras reconocidas de la diplomacia francesa tanto embajadores como representantes ante organismos.

### Ilustración 28. Confidences D’Ambassadeurs.



**Fuente:** <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/photos-videos-publications-infographies/webdocumentaires/article/webdocumentaire->

Se puede considerar una estrategia importante mostrar los rostros de las personas que representan al país, ya que generalmente se les desconoce y es un medio efectivo para crear simpatía con las personas. Al respecto Babinet (2015), considera que para

el posicionamiento en redes sea exitoso es necesario que la “persona sea el centro del sistema y no las instituciones” (Traducción libre, en línea).

Otra significativa estrategia para el empleo de los portales es la disposición de herramientas de apoyo editorial, plantillas para las páginas web, asistencia telefónica, en línea y tutoriales. Además, se complementa con cursos de capacitación en redes sociales para los funcionarios diplomáticos que laboran en el extranjero. De igual manera, pero con un fin más estructural se han incluido materias en el Instituto Diplomático y Consular (*Institut Diplomatique et Consulaire*).

Como se refirió anteriormente, Francia aprovecha el espacio que proveen las redes sociales de internet, para defender sus prioridades de política exterior, así como visibilizar posiciones de su interés. La defensa de los derechos humanos, la democracia, la lucha contra el terrorismo, la libertad de expresión, entre otros, son temas frecuentes en sus redes sociales. A continuación, se muestran algunos ejemplos.

**Ilustración 29.** Tweet del Ministerio de Exteriores Francés.



**Ilustración 30.** Tweet del Ministerio de Exteriores Francés (2).



**Fuente:** <https://twitter.com/francediplo?lang=es&lang=es>

**Fuente:** <https://twitter.com/francediplo?lang=es&lang=es>

Menciona el funcionario de la embajada de Francia entrevistado que es muy importante seguir los pronunciamientos oficiales provenientes de la cancillería francesa, ya que interesa visibilizar la posición de Francia como país. En ese aspecto se

corroboró que el personal diplomático de la embajada de Francia tiene muy claro cuál es la línea que deben seguir y la temática que deben reproducir en sus redes sociales de internet. Aporta en ese sentido el primer consejero desde su visión, que, en las redes sociales de internet se debe procurar ser concretos y claros: “tratamos de dar una información lo más completa posible. Con eso se puede suprimir la búsqueda de información complementaria” (Comunicación personal, 25 de mayo, 2017).

Así mismo, el ministerio de relaciones exteriores francés ha demostrado ir más allá de publicar únicamente en sus redes sociales actividades relacionados con la diplomacia tradicional, es decir; reuniones, acuerdos bilaterales, visitas a países, cooperación internacional, entre otros. Sino que también ha incorporado temas novedosos como lo son los deportes, el apoyo a iniciativas de los ciudadanos, cine, arte en general, becas, turismo, tradiciones, uso de *hashtags* temáticos, entre otros. Cabe mencionar que

en esos temas han recibido mayor cantidad de me gusta y compartidos. Todo ello en un marco de no censura y el establecimiento de responsabilidades para quien publica.

Entre otras iniciativas destinadas a mejorar la atención de los ciudadanos franceses en el extranjero destacan, el lanzamiento en 2016 de una aplicación gratuita para fomentar el turismo lingüístico denominada “Inmersion France”, la cual está destinada a estudiantes extranjeros y turistas. La aplicación permite “elegir entre más de 300 estancias lingüísticas en Francia al tiempo que se descubre la oferta turística de nuestras regiones y el modo de vida a la francesa” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

En esta misma línea, también se lanzó una aplicación denominada “Conseils Voyages” (Consejos a los viajeros) destinada a informar en tiempo real sobre cualquier alerta y

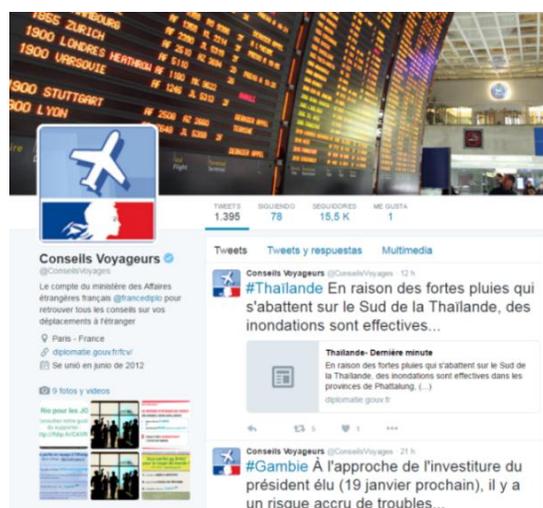
**Ilustración 31.** Ejemplo de publicación con temática de cine.



Fuente: [https://twitter.com/francediplo\\_ES](https://twitter.com/francediplo_ES)

consultar informes sobre distintos países y temas (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Dicha aplicación consolida los esfuerzos emprendidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores Francés para ofrecer asistencia a los ciudadanos franceses, ya que previamente para tales fines se habilitó la cuenta de *Twitter* @ConseilsVoyages. Sobre este punto, el primer consejero de la embajada de Francia en Costa Rica, resaltó la importancia de manejar cuidadosamente la información de los distintos países que se brinda a los viajeros a través de estos espacios, ya que ello podría derivar en conflictos diplomáticos.

### Ilustración 32. Cuenta en Twitter “Conseils



Fuente: <https://twitter.com/ConseilsVoyages>

Por su parte la aplicación “Ariane” ofrece la posibilidad a los viajeros franceses de comunicar con libertad datos relativos a sus viajes en el exterior. De acuerdo con el Ministerio “estos datos serán utilizados únicamente en datos de crisis, por el Centro de Crisis del Ministerio de Asuntos Exteriores y por las embajadas, para ponerse en contacto con los usuarios si se organizan operaciones de auxilio.” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Por último, también existe el servicio en línea “Monconsulat.fr” el cual permite a los ciudadanos franceses que residen fuera del territorio francés; modificar y consultar sus datos personales, así como su situación electoral.

En materia de gestión de la información diplomática del ministerio destaca su incorporación a la base de datos de las administraciones del Estado francés, esfuerzo que se ha venido consolidando desde el año 2011. De acuerdo con el ministerio,

Las bases de datos del Ministerio de Asuntos Exteriores cubren todas sus actividades en el mundo, y en particular: expatriación, trabajo en el extranjero y comunidades francesas en el extranjero; direcciones de todos los consulados y embajadas; direcciones de las escuelas francesas en el extranjero (coordinadas GPS); todas las contribuciones francesas en el área internacional (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, En línea).

Siguiendo esta misma línea, el ministerio ha trabajado en la creación de un portal interministerial de correspondencia diplomática llamado "*Diplomatie*", del cual señalan que su "finalidad es fusionar en una sola herramienta los intercambios entre los agentes de la política exterior francesa, desde el correo electrónico formal hasta el telegrama diplomático, pasando por la nota diplomática" (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea). Entre algunos de los beneficios más significativos de esta iniciativa resalta la jerarquización de la información diplomática, ya que el portal permite destacar la correspondencia diplomática con carácter de urgencia. De acuerdo con el funcionario de la embajada de Francia entrevistado, el fortalecimiento de la comunicación interna ha sido otra de las prioridades del ministerio, lo cual es de significativa relevancia tomando en consideración la importancia de que los agentes diplomáticos manejen información similar y puedan estar en constante comunicación entre sí.

Un ámbito adicional en el que el Ministerio se ocupa con fuerza es el tema de la seguridad cibernética. Posee una estrategia desde el año 2011 para la ejecución de tal fin. El pilar fundamental en ese sentido es el respeto y cumplimiento de todos los Derechos Humanos en dimensión virtual tanto como en el espacio real. En tanto se defiende la diversidad cultural y los derechos de autor en internet. Otro aspecto de especial relevancia es que Francia fomenta desde la cooperación y a través de foros

internacionales la libertad de opinión, expresión, reunión y asociación. Reafirma la aplicación de la Declaración Universal de Derechos Humanos en internet.

Francia rechaza las censuras y restricciones. Posee un compromiso firme con la protección de la propiedad intelectual. Además, se promueve el diálogo a nivel europeo e internacional. (Traducción libre. Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional, 2011).

Es importante destacar que el fuerte compromiso que posee Francia con la libertad de expresión, también se ve reflejado en la protección de blogueros y ciberdisidentes, en este sentido “en la red diplomática las embajadas brindan apoyo a los blogueros, ciberdisidentes y defensores de los derechos humanos, en especial en aquellos países con un régimen opresor” (Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional, en línea). Como se evidencia, Francia utiliza la tecnología digital a favor de la democracia y la libertad de expresión.

Por último, como se ha apreciado a lo largo del texto, Francia está muy avanzada y posicionada en el ámbito de la diplomacia digital. Es menester destacar la actitud que ha asumido el Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional de Francia, conscientes del reto que supone para la diplomacia la incursión de las TIC en este ámbito. Al respecto, y como se evidencia a lo largo del recorrido por las acciones emprendidas por Francia en la diplomacia digital, la apertura y transparencia, así como la defensa efectiva de los intereses de Francia en el exterior han sido la piedra angular de las acciones emprendidas.

Respecto a las redes sociales menciona el Ministerio:

(...) en las redes sociales el Ministerio de Asuntos Exteriores se ha marcado el objetivo de mostrar la diplomacia de terreno, dialogar con el público y crear contenidos particularmente adaptados a las redes sociales como infografías o mapas interactivos. El ministerio funciona en modo red con las embajadas y consulados, que cada día, comunican en las redes sociales (cerca de un tercio

comunica en *Twitter*) (Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, en línea).

Para lograr ese objetivo se promueve la capacitación, en ese sentido menciona el funcionario entrevistado que Francia cuenta con “entrenamientos sobre los medios de comunicación, sobre la mejor manera de comportarse y contestar. También hay unas capacitaciones sobre redes sociales y todo eso es para el embajador y los agregados de Francia” (Comunicación personal, 25 de mayo, 2017).

Conviene resaltar, la importancia que le ha otorgado la diplomacia francesa a lograr conectar con el público, incluso más allá de sus fronteras, como una forma de extender su campo de influencia. Uno de los rasgos más distintivos de la política exterior francesa se configura en torno a la promoción de su cultura, por ende, sus valores y la francofonía particularmente. Por lo que la utilización del denominado “*soft power*” o poder blando, es uno de los baluartes de la diplomacia francesa, sin olvidar desde luego, que este país es una potencia militar. Sin embargo, una de sus fortalezas de cara al exterior reside principalmente en la proyección de su imagen y su cultura. En este sentido, las redes sociales de internet, se configuran como una valiosa herramienta para ayudar en la consecución de esos objetivos relacionados con el poder blando, por supuesto, la diplomacia francesa lo tiene claro, y en este sentido ha comenzado a potenciar su estrategia en las redes sociales de internet.

## **REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE**

### **4.6 Principales rasgos de la política exterior del Reino Unido**

El gobierno de Reino Unido es considerado una Monarquía Parlamentaria dirigida por la Reina Elizabeth Alexandra Mary Windsor (Reina Isabel II), quien funge como Jefe de Estado de Reino Unido. Dentro de sus características más representativas se destaca que no posee una Constitución Política escrita tal cual lo conocemos en el occidente, “su sistema jurídico está basado en el llamado Common Law; es decir, costumbre

judicial” o jurisprudencia (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, 2016, p. 1).

Como en toda monarquía la Reina o el Rey, tiene un rol político decisivo y de peso tanto en políticas nacionales como del exterior. En ese sentido Isabel II centró sus objetivos a nivel interno, en la búsqueda de la unidad nacional para generar sentido de pertenencia lo que denominó “Britishness” (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, 2016, p. 5). En el ámbito que compete en cierta parte a las relaciones internacionales lideró el cambio de imperio colonialista a que los Estados por voluntad propia se alíen al Reino Unido, donde se guían por valores como: “la cooperación mutua, la democracia y el intercambio cultural” (Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España, 2016, p. 5).

Si bien la figura de la Reina es de mucha influencia no es excluyente de la necesidad de contar con un jerarca que dirija las relaciones exteriores. En la fecha de elaboración de esta investigación el Secretario de Estado de Asuntos Exteriores y de la Commonwealth es Boris Johnson quien fue nombrado el 13 de julio de 2016 (Foreign & Commonwealth Office, en línea).

Históricamente, el Reino Unido ha sido una potencia europea de alcance global y es, además, uno de los miembros permanentes del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, aspectos que reafirman su posicionamiento en escenario internacional. En este sentido:

(...) la presencia global y la influencia británica se amplifican aún más a través de sus relaciones comerciales, su ayuda oficial al desarrollo y sus fuerzas armadas, que mantienen cerca de ochenta instalaciones militares y otras implementaciones alrededor del mundo (Secretaría de Relaciones Exteriores de México, 2011, p. 13).

Como parte de la contextualización país orientada al conocimiento de la política exterior, es indispensable mencionar un hecho reciente que la ha impactado de forma

directa: el proceso de separación de Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte de la Unión Europea (UE) en 2016. Con ello deja de ser un actor colectivo de influencia mundial, se independiza de objetivos y valores comunes que sostienen la UE. Lo anterior, se decidió mediante un referéndum a la ciudadanía, al cual se le conoció como Brexit. En esa línea se aclara que “se le denominó de esta manera a la opción de salida y es un juego de palabras que asocia la palabra Britain (Gran Bretaña) con la palabra Exit (salida). El Brexit se impuso sobre el Remain o permanencia” (Lopez, 2016, en línea).

Considera Sachs (2016), que el resultado de la votación fue debido a dos poderosas corrientes políticas: “el rechazo a la inmigración y la lucha de clases. Se les unió un sentimiento generalizado de que las instituciones de la Unión Europea son disfuncionales” (En línea). Así mismo el autor señala que; la inmigración aumentó el triple durante campaña de cara al referéndum, se le sumó la crisis de refugiados provenientes de Siria. En el corto plazo los efectos de la decisión han sido la baja de la moneda (libra), pérdida de empleos, desvalorización de propiedades.

Sin embargo, con este proceso Reino Unido no se aísla; ya que funge como líder de una organización internacional de gran peso político como lo es la Mancomunidad de Naciones o Commonwealth. Esta es una asociación voluntaria de 52 estados soberanos en su mayoría ex colonias del imperio británico y alberga aproximadamente 2,4 billones de personas. El Commonwealth incluye países de diversa índole; grandes, pequeños, con mayor riqueza o los más pobres del mundo, abarcando los cinco continentes. “Los países de la Commonwealth cuentan con el apoyo de una red activa de más de 80 organizaciones intergubernamentales, de la sociedad civil, culturales y profesionales” (Commonwealth, en línea).

Este ente no se rige por una constitución o pacto obligatorio. Los miembros se comprometen voluntariamente a cumplir con la Declaración de Principios firmados en Singapur en 1971 y ratificada en la Declaración de Harare de 1991 (González, 2011, p. 20). Los principios fundamentales de esta alianza que influyen en la dinámica de la política exterior de Reino Unido son:

1. Democracia
2. Derechos humanos
3. Paz y seguridad internacionales
4. Tolerancia, respeto y comprensión
5. Libertad de expresión
6. Separación de poderes
7. Estado de derecho
8. Buen Gobierno
9. Desarrollo sostenible
10. Protección del medio ambiente
11. Acceso a la salud, la educación, la alimentación y el alojamiento
12. Igualdad de género
13. Importancia de los jóvenes en el Commonwealth
14. Reconocimiento de las necesidades de los pequeños Estados
15. Reconocimiento de las necesidades de los Estados vulnerables
16. El papel de la sociedad civil (Commonwealth, en línea).

Otras organizaciones de las que forma parte además de la Mancomunidad que amerita mención por su papel en ellas son: “G-8, el G-7, el G-20, la Organización del Tratado del Atlántico Norte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Organización Mundial del Comercio, el Consejo de Europa, la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa” (González, 2011, p. 13).

Cabe mencionar que el ejército británico es una institución que cuenta con poder e influencia para las relaciones internacionales ya que tiene además de su función de protección al país, apoya a los esfuerzos internacionales por mantener la paz, participa regularmente en la “OTAN, la ONU y en otros organismos internacionales que buscan la resolución pacífica de los conflictos” (González, 2011, p. 14).

Otro aspecto que define el rumbo de la política exterior de Reino Unido de acuerdo con Lunn, Miller y Smith; es la relación especial respecto a su aliado Estados Unidos de América. Esta viene dada históricamente por el acercamiento que se dio después de la

Segunda Guerra Mundial que se fortaleció durante la Guerra Fría. En los temas prioritarios en los que se sostiene la relación una vez concluidas las guerras mencionadas son: la cooperación militar e inteligencia, el cambio climático y la lucha contra el terrorismo. Este último se intensificó con los atentados del 11 de setiembre del año 2001 (Traducción libre, 2008, p. 20-27).

En lo que respecta a la labor diplomática abierta, en el sentido de incorporación de nuevos actores interesados en política exterior; se inició en el año 2008 una labor conjunta con la Dirección de Comunicación. Lo anterior a partir del reconocimiento de la necesidad de contar una guía en las comunicaciones con los sujetos receptores de la información diplomática, ya que esta podría ser una importante herramienta para la construcción y consecución de objetivos de política exterior. En este sentido mencionan:

(...) tenemos que repensar el papel de la diplomacia pública. En un mundo donde el poder es más disperso, entre los medios de comunicación, las empresas y las ONG, y los líderes están más encadenados por la influencia externa, necesitamos mirar hacia el exterior. Nuestra red global, y Londres, necesitan enfocarse no solo en las relaciones gubernamentales, sino también en las relaciones de negocios, medios de comunicación y ciudadanos. A veces necesitamos usar la diplomacia pública para dar forma a un debate y construir un consenso. Otras veces puede tener un papel más perturbador (Lunn, Miller, Smith, 2008, p. 112).

Finalmente, es importante referirse también a la formación de los diplomáticos británicos. Respecto a lo anterior es relevante destacar la creación de la Academia Diplomática (*Diplomatic Academy*) en el año 2015, la cual se ha establecido con la finalidad de equipar al personal diplomático con las habilidades y el conocimiento necesarios para el buen desempeño de la función diplomática en el mundo moderno; fortaleciendo así el trabajo del ministerio de relaciones exteriores del Reino Unido. En este sentido, el ex ministro de asuntos exteriores británico Philip Hammond expresó lo siguiente:

(...) necesitamos asegurar que nuestro personal tenga las habilidades necesarias para perseguir los intereses nacionales británicos en el exterior, ya sea ayudando a incrementar nuestros negocios, el comercio y el crecimiento económico o protegiendo la seguridad nacional y ayudando a los británicos en el exterior (Hammond, 2015, citado en Diario MercoPress. Traducción libre).

Entre los temas que se abordan se encuentran la política internacional, la práctica diplomática, economía, leyes, idiomas, temas consulares entre otros.

#### 4.7 Acciones emprendidas por el Reino Unido en materia de Diplomacia Digital

De acuerdo con el estudio “*Digital Diplomacy Review 2016*” el Reino Unido encabeza el *ranking* de la diplomacia digital con una puntuación de 66,70. Muy cercana a la puntuación obtenida por Francia (66, 49), que si bien, aún no son puntuaciones elevadas, les permiten liderar en el tema de la diplomacia digital.

Tanto la cuenta de *Facebook* como la de *Twitter* de la Oficina del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido o FCO por sus siglas en inglés (Foreing & Commonwealth Office), son manejadas por miembros del equipo de comunicación, los cuales se encargan de postear de manera regular contenidos que abarcan noticias, comunicados de prensa, fotos, eventos, así como discursos y declaraciones del Ministro de Asuntos

**Ilustración 33.** Perfil de Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido. (*Foreign & Commonwealth*



Fuente: <https://twitter.com/foreignoffice>

Exteriores. De igual manera, se retuitea anuncios importantes del gobierno del Reino Unido (*Foreing & Commonwealth Office*, en línea). Es importante destacar, que el ministerio aclara en su página *web*, que el hecho de “seguir” otras cuentas en estas redes sociales no significa un respaldo o aceptación de las temáticas que se traten en estas.

Es destacable que el Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino Unido, es muy consciente de las oportunidades que proveen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente *Facebook* y *Twitter*, que sirven como plataformas para amplificar sus mensajes relativos a la política exterior y para conectar con las audiencias alrededor del mundo. Así mismo, para el ministerio es relevante escuchar opiniones respecto a la manera en que formulan su política exterior. El ministerio ha hecho eco de la importancia de incorporar estas nuevas tecnologías en el trabajo diario de los diplomáticos. En esta dirección, ha animado a los diplomáticos británicos a utilizar estas nuevas tecnologías y a concebirlas como parte de las herramientas del trabajo diplomático. (*Foreing & Commonwealth Office*, en línea). En efecto, tal y como refiere Denisse Lewis, Directora de Prensa, Comunicación y Asuntos Políticos de la Embajada del Reino Unido en Costa Rica, la FCO insta primero a los embajadores a tener sus propias cuentas en las distintas redes sociales de internet, dado que son las personas más visibles de la representación diplomática en los distintos países.

Para el ministerio de exteriores británico, la diplomacia digital juega un papel clave en su trabajo diario, razón por la cual sus funcionarios son activos en las redes sociales – tanto *Twitter* como *Facebook*- para visibilizar temas clave de la política exterior británica y conectarse con la audiencia global. En esta dirección tanto el ministro para los asuntos exteriores como los ministros de Estado para las distintas regiones del mundo, cuentan con sus propias cuentas en *Twitter*, a través de las cuales informan constantemente respecto a su labor. De igual manera, la FCO provee a los ciudadanos británicos información esencial sobre viajes, en lo que respecta a consejos para sus ciudadanos e información en casos de crisis.

Menciona la FCO, que los embajadores utilizan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para extender la influencia del Reino Unido en el mundo. Entre sus prioridades se encuentra no solo incrementar su influencia sino también dar mayor apertura a la formulación de la política exterior y mejorar, así mismo, la comunicación de esa política a la ciudadanía. Cabe resaltar, según menciona Stenven Hardy, *social media manager* de la FCO, que no siempre crean contenido en masa para que las embajadas utilicen en el exterior, sino que también algunas veces

proveen mensajes claves y breves, que les sirvan de base para idear métodos de comunicación en sus respectivos países.

En línea con lo anterior, el ministerio ha mostrado cierta preocupación para abordar el tema del uso de las plataformas tecnológicas por parte de sus funcionarios diplomáticos. En este sentido, señalan que han tratado de mantener las reglas de manera simple, la regla de oro es no decir nada en las plataformas tecnológicas que no se diría en otros medios públicos. El ministerio realiza la siguiente acotación a sus diplomáticos “recuerde que usted es un funcionario público políticamente imparcial, incluso si usted publica en su calidad personal” (Traducción libre. *Foreing & Commonwealth Office*, en línea).

Cabe destacar según señala la funcionaria entrevistada, que existen reglas base para el uso de las plataformas tecnológicas, entre las cuales figuran: no entrar en discusiones polémicas, así como no decir nada que vaya en contra de los valores o la línea del gobierno. Así mismo, menciona que la FCO siempre insta a sus diplomáticos a utilizar el “buen juicio” y es por ello que se seleccionan y capacitan muy bien a las personas que representan al Reino Unido en el exterior. Otro aspecto de especial relevancia en lo que respecta a la utilización de las redes sociales de internet por parte de los diplomáticos británicos, es el denominado periodo de “purdah” el cual es un momento políticamente sensible en el Reino Unido durante el cual no se puede publicar a favor o en contra de un determinado suceso político, por ejemplo, en el caso de las elecciones generales o el reciente proceso del Brexit.

En tal sentido, para el ministerio los funcionarios son sus representantes, aunque en sus cuentas personales no mencionen nada respecto a su trabajo. Así mismo, para las cuentas oficiales de los funcionarios diplomáticos, el ministerio trata de evaluar las publicaciones antes de postearlas. No obstante, señalan que:

(...) por supuesto, tenemos que aceptar que los errores suceden. Pero también tenemos que confiar en las guías elaboradas, formándoles y mostrándoles ejemplos de las mejores prácticas; a partir de lo cual estamos seguros que, el

personal estará equipado para evitar errores (Traducción libre. *Foreign & Commonwealth Office*, en línea).

Si estos errores suceden, menciona el Ministerio, se verá caso por caso, centrándose en el contenido de la publicación. Cabe acotar según señala la funcionaria entrevistada de la Embajada del Reino Unido en Costa Rica, Denisse Lewis, que las capacitaciones brindadas a los diplomáticos contemplan el monitoreo continuo para tomar la información estratégica, identificar a las personas con influencia, así como para comunicar las prioridades y valores del Reino Unido. De igual manera, según refiere la funcionaria entrevistada, la FCO pregunta constantemente a las embajadas respecto al trabajo que están realizando en las redes sociales de internet, de manera que esperan que las embajadas también sean proactivas e innovadoras y no solo esperen a que sea la FCO la que brinde guías y capacitaciones.

Una iniciativa que conviene destacar es que se crearon cuentas para tratar temas específicos y relevantes para su política exterior; relacionados, por ejemplo, con los derechos humanos, los refugiados y la violencia sexual en los conflictos armados, áreas temáticas relevantes en el trabajo de la FCO.

**Ilustración 34.** Cuenta en Twitter de la FCO enfocada en la Violencia Sexual en conflictos armados.



Fuente: [https://twitter.com/end\\_svc](https://twitter.com/end_svc)

**Ilustración 35.** Cuenta en Twitter de la FCO enfocada en los Derechos Humanos.



Fuente: <https://twitter.com/FCOHumanRights>

De especial importancia ha sido el desarrollo del *Blog* de la FCO orientado a personalizar la labor de los funcionarios diplomáticos británicos alrededor del mundo, supone un esfuerzo importante que ha emprendido la diplomacia británica para acercarse a la ciudadanía, dar a conocer el país e informar sobre sus labores. En este sentido, para el ministerio los *blogs* “proveen un lugar para los funcionarios diplomáticos para conectarse de manera directa e informal con la audiencia acerca de las relaciones internacionales y el trabajo del ministerio” (Traducción libre. *Foreing & Commonwealth Office*, en línea).

Sobre la defensa de los derechos humanos y la democracia, uno de los ejes de la política exterior británica, el ministerio menciona lo siguiente: “la FCO piensa que es importante que la audiencia global pueda discutir acerca de los derechos humanos con los líderes y tomadores de decisión, y que ello permita comunicar el trabajo de la FCO alrededor del mundo mucho mejor.” (Traducción libre. *Foreing & Commonwealth Office*, en línea).

En este sentido, dada la publicación de un informe relativo sobre derechos humanos elaborado por la FCO, se emprendió un proceso para comunicar los hallazgos fundamentales del informe con el afán de hacerlo llegar a más lectores dentro y fuera del Reino Unido. Para ello, se planearon sesiones de preguntas y respuestas con la ministra designada para el tema de los derechos humanos vía *Twitter*. Para Stenven Hardy, *social media manager* del ministerio, una de las ventajas fue justamente trabajar muy de cerca con la ministra, Joyce Aneley, ya que facilitó la comunicación sobre aspectos claves de la temática (*Foreing & Commonwealth Office*, en línea).

Para la sesión de preguntas y respuestas en *Twitter*, se pidió a los internautas utilizar el *hashtag* #AskFCO y #humanrights. Durante esta charla se trataron temas complejos y sensibles tales como el comercio de armas, la pena de muerte, libertad de expresión, equidad de género entre otros (*Foreing & Commonwealth Office*, en línea). Así mismo, las cuentas de *Twitter* que utilizó el ministerio: @foreingoffice @JoyceAnelay @FCOHumanRights estuvieron entre las cuentas más influyentes a nivel global que

trataron por medio de esta red social, el tema de los derechos humanos el día que se publicó el reporte.

La FCO, también trató de optimizar el alcance del contenido expuesto, de manera que se emitió en distintos idiomas y se añadieron fotos, audio, video y *gifts*, con el fin de generar un contenido más atractivo para los internautas. Todo lo anterior se colocó en una biblioteca de contenido para que las embajadas y misiones pudieran tomar el material y hacerlo circular a través de sus cuentas en las redes sociales de internet.

**Ilustración 36.** La Ministra de Estado de la Cancillería Británica para los Derechos Humanos, Joyce Anelay, durante la sesión de preguntas y respuestas a través de Twitter.



**Fuente:** <https://twitter.com/foreignoffice/timelines/725991349753769984>

Para la FCO, uno de los aspectos más destacables de redes sociales de internet es su habilidad para conectar con la gente, brindando la oportunidad de apertura, democratización y transparencia en las discusiones políticas incluso en sociedades cerradas. En este sentido, cabe destacar dos ejemplos importantes que ilustran la importancia que tiene para la FCO conectar con las personas para dialogar a través de las redes sociales de internet.

Para el Ministerio de Exteriores Británico, la temática de los derechos humanos posee una especial relevancia como parte de sus labores diarias, así lo evidencia a través de sus cuentas en redes sociales, como se muestra a continuación.

### Ilustración 37. Tweet de la FCO sobre los Derechos Humanos.



Fuente: <https://twitter.com/foreignoffice>

En el año 2016, Kosovo vivió momentos de una gran tensión política que desencadenaron protestas a lo largo de todo el país. Según refiere la FCO, allí no hay mucho debate público sobre la transparencia y la rendición de cuentas, razón por la cual el embajador británico en Kosovo, Ruairi O'Connell, realizó una sesión de preguntas y respuestas a través de *Facebook*, en la cual respondió

### Ilustración 38. El embajador británico en Kosovo, Ruairí O'Connell durante la sesión de preguntas y respuestas a través de *Facebook*.



Ambassador Ruairí O'Connell open to all questions

Fuente: <https://goo.gl/tvawte>

directamente y en el lenguaje local. Se recibieron más de cien preguntas sobre diversos temas, pero en especial relacionados con el estancamiento político y el rol de las leyes en Kosovo. Según señala la FCO, la finalidad era despertar conciencia e incrementar la presión entre quienes se encuentran en posiciones de poder en Kosovo para que sean más accesibles y responsables ante la ciudadanía de aquel país (*Foreign & Commonwealth Office*, en línea).

Por su parte, la embajada británica en Turquía buscó darle un impulso al Día Internacional para la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer (25 de noviembre 2015), mediante la ejecución de una campaña a nivel local con el objetivo de ampliar los esfuerzos de otras campañas previamente realizadas en esta materia por el mismo ministerio, las Naciones Unidas y otros actores relevantes de la escena internacional. Según menciona la FCO, ha sido una de las campañas más exitosas hasta el momento: se extendió durante siete días (24-30 de noviembre 2015). Se les pidió a los internautas utilizar el *hashtag* #KadinaSiddetiDurdurCunKu (en idioma turco, que significa Detener la Violencia Contra las Mujeres Porque...). Según la FCO, esta era una gran oportunidad que le dieron al público turco para hacer oír sus voces en *Twitter*, mencionan, además, que quedaron gratamente sorprendidos por las respuestas que recibieron. Así mismo, un aspecto que ayudó a potenciar la campaña fue el apoyo que recibieron por parte de activistas, periodistas, escritores y personas influyentes en el espacio digital.

En el año 2014, se realizó en Londres la Cumbre Mundial para Acabar con la Violencia Sexual en los Conflictos (*Global Summit to End Sexual Violence in Conflict*) la cual estuvo copresidida por el entonces Ministro Británico de Asuntos Exteriores, William Hague y la Enviada Especial del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), Angelina Jolie. En este sentido, para ayudar a explicar la importancia de la prevención de la violencia sexual en los conflictos, el entonces ministro William Hague, realizó una conversación con los internautas a través de *Twitter*, en la cual se utilizaron los *hashtags* #AskFS y #TimeToAct.

Según el Ministerio, esta ha sido una de las conversaciones más exitosas en *Twitter* que han realizado ya que obtuvieron más de dos mil menciones y *retweets*. Así mismo, la charla fue ampliamente promovida por otros aliados importantes de la cumbre, tales como Naciones Unidas, Amnistía, Cruz Roja Internacional, entre otros. Durante la charla, el ministro recibió más de cien preguntas provenientes de diversas partes del mundo (*Foreign & Commonwealth Office*, en línea).

Cabe destacar que el *hashtag* #TimeToAct fue ampliamente difundido a través de las redes sociales de internet, convirtiéndose en tendencia en el Reino Unido. De acuerdo, con las cifras oficiales del ministerio, dicho *hashtag* fue mencionado más de 122,000 veces durante la cumbre, lo cual les permitió alcanzar una audiencia de millones.

**Ilustración 39.** El ex ministro británico de Asuntos Exteriores, William Hague, durante la sesión de preguntas y respuestas a través de Twitter.



SexualViolenceInWar  
@end\_svc

Follow

Catch up on yesterday's @MumsnetTowers @WilliamJHague  
webchat on #sexualviolence in conflict: [tiny.mn/1ogMqTn](http://tiny.mn/1ogMqTn)  
5:57 AM - 3 Jun 2014

**Fuente:** <https://goo.gl/ZxbXyf>

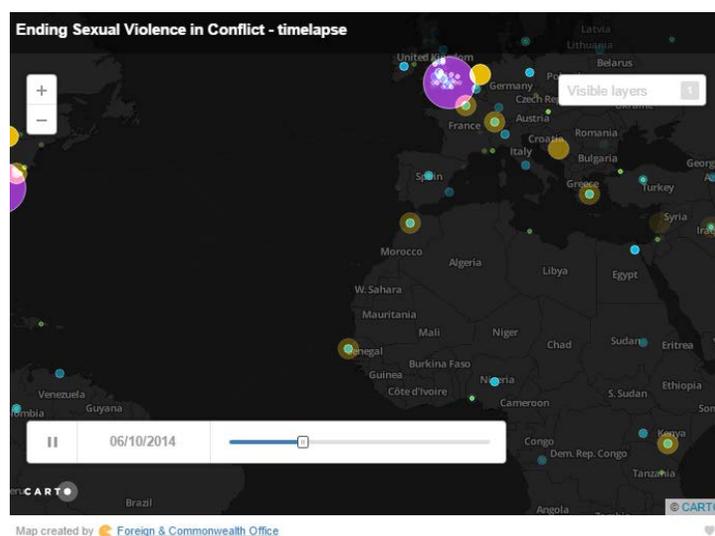
Respecto al contenido, es relevante que la FCO se centró en generar un contenido visual atractivo e interactivo para los internautas, de manera que se compartieron a través de las redes sociales de internet, infografías relacionadas a la cumbre así como fotografías de personalidades prominentes relacionadas, gracias a ello se recibieron más de dos mil comentarios y seis mil compartidos, generando con ello un debate positivo respecto al tema central de la cumbre (*Foreign & Commonwealth Office*, en línea).

Adicionalmente, es destacable el trabajo que realizó la FCO, para tratar de extender el mensaje de la cumbre alrededor del mundo. En el canal de *YouTube*, por ejemplo, se estuvieron compartiendo mensajes de apoyo a la temática de la cumbre provenientes de los distintos líderes políticos partícipes de la misma; y según el registro de visitas de la FCO, es relevante que el 60% de esas visitas provinieron de países identificados

como prioridad en la estrategia de comunicación. (*Foreign & Commonwealth Office*, en línea).

De especial relevancia fue la iniciativa de la FCO de mapear las conversaciones relativas a la cumbre que tuvieron lugar en *Twitter*, durante los días en que se llevó a cabo. Para ello, crearon un mapa (*timelapse*) que les permitió visualizar en tiempo real las conversaciones en torno a la cumbre. El mapa mostró todos los *tweets* hechos durante la cumbre, así mismo contribuyó a reforzar el trabajo de la FCO. Para analizar la información reunieron el contenido mapeado y luego trabajaron con un analista de datos para examinar la información obtenida.

**Ilustración 40.** Mapa creado por la FCO para monitorear las conversaciones en *Twitter* durante la Cumbre.



**Fuente:** [https://foreignoffice.carto.com/viz/772db868-ffb9-11e3-830e-0e73339ffa50/public\\_map](https://foreignoffice.carto.com/viz/772db868-ffb9-11e3-830e-0e73339ffa50/public_map)

En esta misma línea, es necesario poner énfasis en las opiniones y alcances de las publicaciones, ya que el Ministerio se ha hecho acompañar de aplicaciones que miden información estratégica para el uso de *Twitter*. En el siguiente ejemplo se muestra la información que obtienen por medio de *Measured Voice*, donde pueden observar la cantidad de retuits, favoritos y posible alcance de visualización con lo cual tienen la posibilidad de ver los resultados de sus comunicaciones.

Otro ejemplo destacable, es el esfuerzo emprendido por la embajada británica en El Salvador, ya que establecer contacto con los ciudadanos salvadoreños ha sido una prioridad. En este sentido, basados en un estudio previo sobre el uso de redes sociales de internet en El Salvador, pudieron detectar que la red social Facebook era la más utilizada en aquel país. Por lo que la estrategia inició con la apertura de una cuenta en dicha red social que pretende comunicar sobre actividades y proyectos relacionados con la embajada, al tiempo que priorizan también comunicar las prioridades y políticas de la FCO, así como establecer una comunicación e interacción con los salvadoreños. Para la embajada, estos esfuerzos representan la importancia de conducir la diplomacia de una manera moderna y eficiente en El Salvador.

#### Ilustración 41. Medición del alcance de las publicaciones.



#### Fuente:

<https://ukgovtweets.measuredvoice.com/foreignoffice/status/830051860274896896/>

La "British Week" 2013 (Semana Británica), fue una de las actividades que le permitió a la embajada posicionarse en la red social Facebook, aumentando considerablemente su número de seguidores en esta red social. Para la embajada, esta era una excelente oportunidad para comunicar y difundir información respecto a la cultura británica, así como las políticas del Reino Unido y sus puntos de vista. Aunado a ello, se utilizó también la red social Twitter, y todo ello ayudó a darle mayor difusión al evento. (Foreign & Commonwealth Office, en línea).

Conviene hacer notar que esta embajada, ha asumido el reto de incorporar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en su trabajo diario, al respecto señalan:

(...) manteniendo la visión de convertirnos a la era digital, hemos empezado a usar otras redes sociales como *Instagram*, y en el futuro tenemos la esperanza de continuar creciendo en nuevos proyectos que permitan seguir comunicando de manera efectiva los mensajes más importantes de la FCO y fortalecer las buenas relaciones entre el Reino Unido y El Salvador (Traducción libre, *Foreing & Commonwealth Office*, en línea).

Cabe destacar que, para el caso de Costa Rica, la representación diplomática del Reino Unido luego de analizar la utilización de las redes sociales de internet en el país, habilitó cuentas en *Facebook* y *Twitter*. Menciona la funcionaria entrevistada, que, en lo referente a la red social *Instagram* su estudio mostró que, aunque está en auge todavía no tiene una presencia muy grande. Señala, además, que en caso de que deseen abrir una cuenta en esta red social deben presentar ante la FCO un documento muy bien fundamentado para hacerlo, y agrega “porque reconocemos también que es mil veces peor abrir algo hacer mucho en la primera semana y luego dejarlo caer en las semanas próximas que no abrirlo del todo” (Comunicación personal, 25 de abril, 2017). Lo anterior muestra la importancia de contar con lineamientos estratégicos que guíen la acción exterior en las redes sociales de internet, empezando por analizar el contexto de cada país e identificar donde están mayoritariamente las personas que utilizan estas redes.

Como se logró apreciar, Reino Unido ha emprendido valiosos y destacables esfuerzos por lograr conectar con las personas incluso más allá de sus fronteras. De especial consideración es el particular interés de la diplomacia británica por establecer interacción con la gente, sin duda, Reino Unido es otro de los países que comprende la importancia de fortalecer uno de los elementos más ventajosos que han otorgado las redes sociales, que es el comunicarse directamente con las personas.

Conviene hacer notar la iniciativa de que los altos jefes del ministerio y embajadas británicas alrededor del mundo, se tomen el tiempo para conversar directamente con la gente a través de las plataformas tecnológicas, informar respecto a sus labores y atender dudas. Lo anterior es una prioridad para el Ministerio de Exteriores británico.

A propósito de lo anterior, el *blog* de los diplomáticos británicos es uno de los más completos, a través del cual los diplomáticos de este país, frecuentemente se toman el tiempo para contar e informar sobre sus labores diplomáticas.

Otro aspecto de vital importancia es la confianza que deposita la FCO en el trabajo de sus diplomáticos, en ese sentido según señala Denisse Lewis, funcionaria entrevistada, en la FCO están completamente seguros de que las personas que representan al Reino Unido en el exterior están en armonía con la visión de la FCO. “La visión de la FCO es una, pero se despliega de diferentes formas en los diferentes países de acuerdo con sus prioridades” (Comunicación personal, 25 de abril, 2017). Según señala la funcionaria entrevistada, gracias a la utilización de las redes sociales de internet alrededor del mundo se ha dado conocer mucho más en detalle cuáles son los valores e intereses del Reino Unido; y agrega, además, que estas son de gran utilidad también para el fortalecimiento de la relación bilateral.

Es destacable el constante trabajo que realizan para mantenerse informados sobre temas relevantes en el acontecer internacional, monitoreando conversaciones globales que tiene lugar a través de estas plataformas. Sin duda, esta práctica genera un valioso aporte al análisis de la realidad internacional y como esta puede influenciar la política exterior británica.

El Reino Unido tiene muy clara la importancia de combinar el poder blando con los enfoques tradicionales de la política exterior, es decir, el poder duro. Lo anterior, no solo con la finalidad de proteger y promover los objetivos e intereses de la política exterior británica, sino también ganar aliados y reducir las hostilidades hacia el Reino Unido, aumentando con ello la confianza en el país.

Por último, a partir del análisis realizado sobre la utilización de las redes sociales de internet por parte de la política exterior británica, es posible determinar que esta última ha puesto especial atención a la defensa de sus intereses a través de estas nuevas plataformas, así como la promoción de su cultura y sus valores políticos los cuales versan principalmente sobre la defensa de la democracia, los derechos

humanos y las libertades fundamentales. Lo anterior, ha sido parte del uso estratégico que el Reino Unido le ha dado a las redes sociales de internet analizadas, por lo que la utilización y aplicación del poder blando en el caso del Reino Unido se orienta principalmente a elementos relacionados con la cultura y los valores políticos.

## **REINO DE ESPAÑA**

### **4.8 Principales rasgos de la política exterior del Reino de España**

En el contexto europeo, con la construcción de los Estados-nación como forma de organización política entre los siglos XV y XVII, surgió la diplomacia moderna como idea complementaria para el funcionamiento de un Estado en relación con otro. Propiamente para España, con la unificación del Reino se comenzó a desarrollar una diplomacia activa en defensa de los intereses del imperio. Las misiones o embajadas eran controladas en sus inicios por la corona. Durante el reinado de Felipe V de Borbón en 1714 se creó la figura de Secretario de Estado para asumir las relaciones exteriores; el primer designado en ese cargo fue el Marqués de Grimaldo (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, 2013, en línea). Esta figura se transformó en Ministro de Estado en el año 1833; siendo nombrado para ese entonces como Ministro de Estado a Francisco Cea Bermúdez.

Como parte del avance de este Ministerio se generan en la práctica las figuras de funcionarios consulares y los diplomáticos. Diferenciando sus funciones en tanto:

(...) la práctica diplomática consiste en la gestión de las relaciones políticas, económicas, comerciales, culturales, y la protección de los intereses en sentido amplio del Estado al que la Embajada representa. La práctica consular se centra en los ciudadanos españoles que residen o han viajado al extranjero, aunque también incluye importantes funciones de información, y defensa de empresas españolas, entre muchas otras (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, 2013, en línea).

Dicha concepción de labores concluyó fusionándose en 1928, asumiendo por parte de los funcionarios diplomáticos ambas tareas. Finalmente, el Ministerio de Estado cambió su nombre a Ministerio de Asuntos Exteriores; complementándose en 2004 con el énfasis en la cooperación como parte del papel que España pretende resaltar como país comprometido con los países en vías de desarrollo a través de la cooperación internacional. Es de esta forma como se constituye como Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC).

Como parte de la conformación del ministerio se encuentra la Escuela Diplomática de la cual se hace mención debido al rol que posee en la formación del cuerpo diplomático y por consiguiente responsable de la formación en diplomacia digital. Cabe destacar que España fue uno de los primeros países en crear una Escuela Diplomática en 1942. Este instituto es establecido por medio de la Ley de Acción Exterior y Servicio Exterior de España. Dentro del organigrama ministerial depende directamente de la Subsecretaría de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Sus principales áreas de formación son las relaciones exteriores, diplomáticas, consulares y de cooperación para el desarrollo (MAEC, en línea). Además, ofrece constante actualización mediante cursos especializados. El señor Enrique Viguera Rubio quien funge como Director de la Escuela Diplomática comenta en una entrevista realizada por la Asociación de Antiguos Alumnos del Máster en Diplomacia y Relaciones Internacionales de la Escuela Diplomática en lo que respecta a la diplomacia digital: “ofrecemos a los diplomáticos la posibilidad de formarse en el ámbito de la diplomacia digital, incluyendo el uso y manejo de las redes sociales. Es una herramienta esencial, novedosa, cuyo aprendizaje es ya obligatorio, incluso para los diplomáticos más antiguos” (Viguera, 2017, en línea).

Así como se mostró la evolución de ministerio, también se presenta una travesía histórica de la política exterior española que expone con mayor claridad cómo se obtuvieron sus actuales ejes. Ésta se puede considerar que inicia en el periodo posterior a la dictadura de Franco llamado también “la etapa de desarrollo posfranquista” (Anikéeva 2011, p. 5). Anterior a ello el país se encontraba desvinculado del ámbito internacional, en tal sentido reafirma Anikéeva (2011), que el

término de la dictadura y la adhesión de España a los principios democráticos marcó el ingreso del país a las estructuras internacionales más relevantes políticas, económicas, sociales y jurídicas de Europa y de todo el mundo (p. 5).

En línea con lo anterior, de acuerdo con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional (MAEC):

(...) el proceso de normalización de la política exterior española, no se agota con el ingreso en las organizaciones gubernamentales que se materializó en estos años. La proyección Iberoamericana, el proceso de Barcelona para el mediterráneo, la nueva relación con Estados Unidos, la participación española en las misiones del mantenimiento de la paz, la cooperación al desarrollo, la expansión de nuestras empresas multinacionales o la salida de estudiantes o profesionales al exterior son otros tantos hitos que ilustran el éxito de la política exterior española desde la recuperación de la democracia (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 15).

Durante la etapa comprendida de 1976 a 1982, España fue defensor de los organismos internacionales y veló por un mejoramiento continuo de estos. Con el ingreso del país a la Organización de las Naciones Unidas (ONU), España confirmó su interés por la apertura y respaldo a una visión de mundo interrelacionado. Además, en 1978 cuando fungía como Ministro de Relaciones Exteriores Marcelino Oreja Aguirre, se incrementó la cuota de participación en tratados internacionales sobre Derechos Humanos (Anikéeva, 2011, p. 14).

En ese periodo la relación con Estados Unidos se profundizó por medio del convenio de "*Amistad y Colaboración*" de 1976, el cual estipulaba condiciones militares y de expansión de las colaboraciones entre ambas naciones (Anikéeva, 2011, p. 27). Para el caso de América Latina la posición fue solidaria debido al idioma y la cultura. A principios de los años setenta se apoyaron los gobiernos de dictadura, con la transformación democrática de España cambió su visión de política exterior y se respaldó a los gobiernos progresistas y liberales de Latinoamérica.

En 1973 después de diversas reuniones se concreta el “Acto de Madrid, doctrina oficial de colaboración firmado por España, Portugal, Argentina, Bolivia, Brasil, Venezuela, Haití, Guatemala, Honduras, República Dominicana, Colombia, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Salvador, Chile, Uruguay y Ecuador” (Anikéeva, 2011, p. 39). Estas nuevas relaciones fueron lideradas y promovidas por el hoy Rey emérito, Juan Carlos I.

En el periodo siguiente de 1982 a 1996 en la política exterior española sobresalió una decisión de política generadora de gran polémica. En 1982 España ingresa a la Organización de la Alianza del Atlántico Norte (OTAN) causando debates y discusiones debido a que rompía con el mandato de neutralidad que había estado llevando. El grado de discusión sobre el pertenecer o renunciar a la OTAN generó un referéndum para determinar el futuro de la situación. En 1986 se lleva a cabo el referéndum dando como resultado 52,5% a favor de la permanencia y un 39,8% en contra (Anikéeva, 2011, p. 64). Posterior a este acontecimiento, en 1988, se da otro paso fundamental para la política exterior española, el ingreso a la Unión Europea Occidental, a partir de lo cual adquirió mayor relevancia a nivel internacional.

En adelante, uno de los objetivos principales consistió, en crear un sistema de seguridad europeo robusto. Sobre América Latina España se posicionó como interlocutor entre esta y Europa, proceso conocido como la “nueva conquista”, sin embargo, fue un papel de construcción de confianzas y colaborador en la resolución de conflictos.

Para la época de 1996 a 2004, el país contaba con una democracia desarrollada, con una vida política activa y un amplio reconocimiento internacional. El Partido Popular que gobernó en ese entonces, contemplaba como prioridad ser de peso para la toma de decisiones de los problemas internacionales. Es así como condujeron a una transformación del curso tradicional de política exterior existente hacia un mayor acercamiento con los Estados Unidos un socio estratégico (Anikéeva, 2011, p. 181).

El recorrido histórico por la política exterior española es un aporte clave para la comprensión de la visión actual en la ejecución de políticas en esta materia. Ese actuar se rige por principios que deben cumplirse en cada objetivo. Con ese propósito la Ley 2/2014 de la Acción y del Servicio Exterior del Estado establece que:

“Art 1. La Política Exterior de España tiene como principios inspiradores el respeto a la dignidad humana, la libertad, la democracia, el Estado de Derecho y los derechos humanos. La Política Exterior de España defenderá y promoverá el respeto y desarrollo del derecho internacional, en particular el respeto de los principios de la Carta de las Naciones Unidas. Promoverá los proyectos de construcción europea y de la Comunidad Iberoamericana de Naciones, así como el multilateralismo en el seno de la Comunidad Internacional.”

El enunciado destaca como principios rectores: la dignidad humana, libertad, democracia, Estado de Derecho, derechos humanos, respeto al derecho internacional y multilateralismo. Estos principios inspiran toda la acción exterior española. Basado en ellos se estipulan en la Ley 2/2014 los siguientes objetivos generales de política exterior:

1. El mantenimiento y promoción de la paz y la seguridad internacionales.
2. El fomento de instituciones multilaterales fuertes y legítimas.
3. La promoción y consolidación de sistemas políticos basados en el Estado de Derecho y en el respeto a los derechos fundamentales y las libertades públicas.
4. La lucha contra la pobreza, la solidaridad con los países en vías de desarrollo y el desarrollo económico y social de todos los Estados.
5. La defensa del medio ambiente y la protección de la biodiversidad, la lucha contra el cambio climático y la preocupación por la seguridad alimentaria.

6. La eliminación de las armas de destrucción masiva y armas químicas, así como la asunción de un compromiso activo por un progresivo desarme a nivel mundial.
7. La construcción de una Europa más integrada y más legítima ante sus ciudadanos, que se constituye como un actor global de referencia.
8. El fortalecimiento de la Comunidad Iberoamericana de Naciones.
9. La seguridad y bienestar de España y sus ciudadanos.
10. La asistencia y protección a sus ciudadanos, así como la protección de los intereses económicos de España en el exterior.
11. La promoción de los intereses económicos de España en el exterior.

Bajo el mismo orden de respeto a los ejes fundamentales que sostienen la política exterior española; la protección y promoción de los derechos humanos, el desarrollo sostenible y el desarme; destaca entre ellos, su poder blando ejercido a través de la democracia que consideran avanzada, basada en:

(...) el respeto a la dignidad del ser humano, a sus derechos básicos y al Estado de Derecho. Una democracia avanzada, en la que los principios y valores inspiran la acción exterior y en la que los ciudadanos participan activamente en la formación de la voluntad exterior de España (MAEC, 2015, p. 17).

Por otro lado, es importante acotar, que la cooperación es uno de los instrumentos principales de la política exterior española. Entre los ejes que sustentan la cooperación española destacan, consolidar los procesos democráticos y el Estado de derecho, reducir las desigualdades, promover oportunidades económicas, entre otros. Señala el ministerio que la cooperación española “expresa el deseo de solidaridad de la sociedad española y la aspiración de un mundo más justo que subyace en nuestra política exterior” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 77).

Como se refirió en líneas anteriores, cabe destacar la estrecha relación de España con los países de Latinoamérica, un eje fundamental de la política exterior española. Al respecto, menciona el ministerio que “España no puede limitar sus relaciones con Iberoamérica al ámbito regional. España está por vínculos concretos y específicos con todas y cada una de las naciones latinoamericanas.” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 68). En esta misma línea, España trata de fortalecer su posición privilegiada como puente entre América Latina y Europa siendo esta una de sus prioridades, en este sentido:

(...) en paralelo a su relación bilateral y en su doble condición de país europeo e iberoamericano, España debe continuar fomentando la agenda UE- América Latina y Caribe, y complementándola con la promoción y defensa en el seno de la Unión de iniciativas de interés para la región (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 70).

Asimismo, la cooperación con América Latina es de especial importancia para España ya que esta región es una de las prioridades geográficas de la cooperación española.

La difusión de la cultura española, por su parte, también encuentra espacio en la política exterior española. En este sentido, el Instituto Cervantes ha sido un instrumento clave para la consecución de este objetivo. Para el Ministerio, la riqueza de la diversidad cultural de España es uno de sus activos, “junto al castellano, otras lenguas españolas, nos dan riqueza lingüística y potencial cultural, una identidad múltiple que nos define y es parte de nuestra fortaleza, de nuestra capacidad de proyección” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 19).

Por otro lado, un aspecto fundamental para la política exterior española es la comunicación, al respecto señala el Ministerio:

(...) la política exterior para ser eficaz y coherente debe ir acompañada de una adecuada labor de comunicación. Se persiguen objetivos variados, entre ellos explicar el contenido de la política exterior haciendo pública la valoración de

asuntos internacionales que así lo requieran, dar una ágil respuesta que facilite a nuestros socios y aliados saber en qué asuntos nos posicionamos públicamente y cuál es el contenido de esa posición; y proporcionar una información extensa y detallada a los ciudadanos que la precisen sobre temas diversos que atañen su vida profesional o seguridad en sus viajes (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 136).

Cabe recordar que, con el advenimiento de la crisis económica en el año 2008, España se vio en la necesidad de reforzar su comunicación y su imagen en el exterior. En este sentido, “la crisis económica ha venido acompañada de una realidad distorsionada de España. Afectando negativamente la imagen del país. En este contexto se hace necesario profundizar en la labor comunicativa, impulsando una de las tareas básicas de nuestras Embajadas: la comunicación” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 136).

En este contexto tanto la “Marca España” como la diplomacia digital han adquirido especial relevancia como instrumentos de la política exterior española. De acuerdo con el ministerio, la Marca España está orientada mejorar la imagen y la reputación de España, así como lograr incrementar la capacidad de influencia del país en el exterior. Es así como se creó en el año 2012 la figura del Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España, como el ente encargado para tales fines (MAEC, en línea).

Otro punto que conviene hacer notar es la importancia que se le asigna al ciudadano en la formulación de política exterior, el Ministerio señala que en este ámbito emergen nuevos actores, grupos sociales e individuos que se organizan por medio de redes virtuales y España no es la excepción. Reconoce contar con una sociedad abierta que “reclama mayor atención de nuestro servicio exterior” (MAEC, 2015, p. 42). Para ello consideran fundamental, “la satisfacción de las aspiraciones de los ciudadanos a desarrollar sus proyectos personales en un mundo globalizado, ofreciendo oportunidades en el mundo, espacios donde se pueda conocer las preferencias de las personas para la acción exterior y el empoderamiento con información” (MAEC, 2015, p. 43).

En esta misma línea, señalan que “continuaremos la apuesta por las nuevas tecnologías de la información, buscando una política de comunicación que tenga como eje principal la interacción con el ciudadano y la sociedad civil” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, 2015, p. 137).

#### **4.9 Acciones emprendidas por el Reino de España en Diplomacia Digital**

A partir del año 2015, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España comenzó a reunir esfuerzos para insertarse de modo efectivo en el mundo digital, espacio que hasta entonces había sido poco explorado por la diplomacia española. En palabras del ex Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, José Manuel García-Margallo “resultaba sorprendente nuestra ausencia hasta entonces, ya que las diplomacias de nuestro entorno habían desarrollado estrategias sobre la importancia creciente de las redes sociales para la labor diplomática y consular” (Margallo, 2016, p. 12).

Incrementar la transparencia y la agilidad de la labor diplomática y consular son los principales objetivos de las acciones que ha emprendido España para la modernización de la actividad de su Cancillería. No obstante, conviene destacar que España persigue un objetivo de especial relevancia: convertirse en un referente de la diplomacia digital en español.

El modelo de diplomacia digital de España se ha desarrollado principalmente durante los años 2014-2015, como producto de las inconsistencias detectadas por el equipo del ministerio, en cuanto al uso de las distintas plataformas tecnológicas, las cuales carecían de una estrategia institucional. De la misma manera, menciona Femenía (2016) que la utilización no era coherente con los propósitos que perseguía el país en la esfera internacional.

El primer paso de la estrategia fue realizar un inventario de las cuentas existentes del ministerio en las distintas plataformas, seguidamente, se analizó la estrategia utilizada por algunos países. Sobre este último punto, se encontró que las estrategias de diplomacia digital estudiadas:

(...) usan las redes sociales para objetivos combinables entre sí, tales como aumentar su peso internacional, como cauce de *soft power*, para difundir imagen-país, o para favorecer un acercamiento de la administración al ciudadano a través de mayor transparencia y explicación, así como para conseguir información útil (Femenía, 2016, pp. 22-23).

Asimismo, habían emprendido acciones para el desarrollo de la atención consular a través de las redes sociales de internet. En esta misma línea, cabe destacar también que a través de las redes sociales de internet tales países, diseñan campañas para el posicionamiento en temas sobre los cuales poseen un particular interés o de acontecimientos específicos.

En lo que respecta a las debilidades encontradas en el uso de las plataformas digitales por parte del MAEC, resulta de particular importancia “las demandas de comunicación” detectadas por parte de los usuarios españoles de estas plataformas alrededor del mundo, los cuales emitían opiniones sobre la labor de su respectiva embajada o consulado.

Del análisis emprendido por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, se desprendieron algunas consideraciones, que son esbozadas por Femenía (2016) de la siguiente manera:

- “a) España podía convertirse en referente de la diplomacia digital en español, proyectando su peso como potencia media en la comunicación digital y favoreciendo con ello la visibilidad de nuestra política exterior.
  
- b) Una correcta diplomacia-e necesitaba de unos medios materiales y humanos mínimos, aún en un contexto de restricción de gasto y de que no existían partidas presupuestarias previstas.
  
- c) Al tener voluntad de globalidad, había que combinar ese despliegue general con un aterrizaje sobre el terreno mediante la priorización de regiones y temas.

d) Existían varios casos de éxito en Europa sobre atención consular y el servicio a sus ciudadanos en el exterior, por lo que nuestra diplomacia digital tenía que incluir esa dimensión.

e) El desarrollo de una diplomacia digital es ya una necesidad incuestionable y sin ella es difícil conseguir determinados objetivos. Además, la tendencia general que cada vez es mayor el campo de acción de las diplomacias digitales en nuestro entorno” (p. 22).

De las consideraciones expuestas anteriormente, es posible extraer algunos de los elementos esenciales, que de alguna manera dibuja la visión del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España para la construcción de una estrategia de diplomacia digital. En primer lugar, es importante hacer notar la ambición de la diplomacia española por convertirse en un referente de la diplomacia digital en español, lo cual constituye un factor de motivación importante para potenciar y perfeccionar su estrategia en el campo digital. Seguidamente, es de especial relevancia el sentido de urgencia en torno al desarrollo e importancia que está adquiriendo la diplomacia digital en tiempos recientes, y como esta se pone al servicio de la consecución de los objetivos de la política exterior y la visibilización de esta última. Así mismo, reconocen la necesidad de contar con expertos y recursos para fortalecer la estrategia digital.

En este mismo orden de ideas, conviene destacar la importancia de incorporar la dimensión consular dentro de la estrategia de diplomacia digital, con el fin de dotar de efectividad el servicio de atención consular de los connacionales en el exterior. Por último, aunque no por ello menos importante, es la priorización de regiones y temas para el desarrollo de una estrategia coherente y efectiva de cara al exterior. Con ánimos de facilitar tanto el proceso consular como el de las embajadas, el Ministerio ha hecho el esfuerzo de unificar en un sitio toda la gama de redes sociales que existen por país o por idioma, de manera que el ciudadano pueda acceder a la de su interés con mayor fluidez y evitando acceder a cuentas no oficiales.

Una vez al año, se ha comenzado a solicitar a las distintas embajadas de España alrededor del mundo, la elaboración de una estrategia de comunicación, el cual es un plan de comunicación país a país, en el cual deben establecer objetivos para la gestión de las redes sociales en internet. En este sentido, las plataformas mayormente utilizadas en la diplomacia española son *Twitter* y *Facebook*, además de las páginas *web*. Al respecto agrega Ricardo Añino, Ministro Consejero de la Embajada de España en Costa Rica, que, como parte de su estrategia en la misión diplomática en un primer momento se debe

“ver lo que utiliza la gente; aquí en Costa Rica lo que más se utiliza es *Facebook*. Por eso lo nuestro lo ponemos casi todo en *Facebook* y tenemos 2700 seguidores es una labor que empezamos hace un año” (Comunicación personal, 30 de marzo, 2017).

Para el segundo semestre del año 2015, se puso en marcha un esquema estratégico, para el cual se identificaron un conjunto de cuentas “para asegurar la coherencia y la cobertura de todas las regiones, idiomas principales y temáticas horizontales más importantes” (Femenía, 2016, p. 24). De esta manera, se definieron veintiocho embajadas como “*hub*” de la comunicación digital; estas embajadas poseen un grado mayor de responsabilidad, ya que se les solicita que actúen como la principal fuente de información sobre España en un idioma determinado. Además, poseen una capacidad superior de propuesta para orientar la visión del Ministerio en esta materia.

Por otro lado, España ha comenzado a invertir en la gestión de las diversas cuentas activas en las redes sociales de internet, con el objetivo de hacerlas más atractivas, en este sentido tal y como lo refiere Femenía (2016) “el presupuesto se invierte menos en suscripción y lectura de prensa y más en emisión de contenidos propios” (p. 24). Lo anterior, lo corrobora el ministro consejero de la embajada de España en Costa Rica, al destacar la labor de la Oficina de Información Diplomática (OID) como principal generadora de contenido propio para el Ministerio y sus misiones diplomáticas; a ello

#### **Ilustración 42.** Atlas de las Redes Sociales de Embajadas y Consulados de España.



Fuente: <https://twitter.com/MAECgob>

también se suma una dinámica de coordinación inter institucional entre diversos entes gubernamentales que traten temas que sean relacionados con los objetivos de política exterior o al que hacer diplomático propiamente. En ese sentido, para España es muy relevante el posicionamiento de su Marca España por lo que han logrado una articulación entre la Oficina de Turismo y el Ministerio de Asuntos Exteriores para la generación de contenido. De igual manera sucede con el Instituto de Cervantes para la difusión de la lengua española.

Un momento de auge para el reconocimiento de la importancia digital en la diplomacia española, se dio con la situación de crisis económica que experimentó España en años recientes, por lo que resultó imperativo el reforzamiento de la comunicación diplomática, con el objetivo de promocionar de manera efectiva la imagen de España en el exterior, la cual se encontraba bastante debilitada como producto de la mencionada crisis. Es así como en el año 2012, la Oficina de Información Diplomática (OID) del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España, emitió un “Plan de Comunicación de las Misiones Diplomáticas, Representaciones Permanentes y Oficinas Consulares de España en el exterior”, fue este uno de los primeros fundamentos que, de alguna manera, colocó los cimientos para el desarrollo y la concientización de la importancia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Precisamente, el objetivo general del plan consistía en que cada embajada, guiada por su Jefe de Misión elaborará una estrategia de comunicación propia para fortalecer la imagen de España en el respectivo país ante el cual estaban acreditadas. A partir de la elaboración de estos planes la OID, pretendía coordinar la articulación de una política de comunicación.

De acuerdo con Antón (2016), el plan recibió una buena respuesta por parte de los funcionarios diplomáticos, de modo que se logró que las distintas representaciones de España aportaran

una serie de reflexiones e ideas de gran interés a partir de las cuales se pueden ir alumbrando y dando forma a una serie de iniciativas que tenían como denominador común la importancia de trabajar en red y la necesidad de implantar una cultura de lo digital en nuestro Servicio Exterior (Pp. 27-28).

Dado lo anterior, se elaboró un segundo documento denominado “Informe-Balance del Plan de Comunicación” (IB), este documento destacó la importancia de la formación del cuerpo diplomático en lo que respecta a la comunicación y la diplomacia digital. Se mencionó la posibilidad de organizar cursos presenciales y digitales para los diplomáticos, con el fin de dotarlos de conocimiento respecto de las nuevas herramientas de comunicación.

Los cursos, fueron realizados durante en el primer semestre del año 2014. En este sentido, se realizaron dos seminarios, bajo modalidad *online*, en los cuales participaron más de doscientos funcionarios diplomáticos (Antón, 2016). La ejecución de estos cursos, supuso una estrecha coordinación entre distintas instancias, tales como la Oficina de Información Diplomática, la Subdirección General de Informática, la Escuela Diplomática y la consultoría de comunicación Llorente y Cuenca.

En línea con lo anterior, es relevante hacer notar que para la selección de las representaciones diplomáticas que participarían en estos seminarios, se siguieron algunos criterios señalados por Antón (2016), entre los cuales destacan, que se le dio prioridad a las embajadas que mostraron mayor apertura y disposición en el tema de la diplomacia digital, y que, a su vez, ya se encontraban operando cuentas en las redes sociales de internet.

Aunado a lo anterior, se trató de que realizaran el curso los funcionarios que tuvieran un alto grado de responsabilidad en la representación diplomática, por dos factores principalmente, en primer lugar, la edad, ya que por ello se encontraban poco familiarizados con las nuevas tecnologías digitales, y en segundo lugar se resalta la importancia de la posición ventajosa que gozan estas personas para poder difundir la cultura digital entre los miembros y colaboradores de su respectiva embajada.

En lo relativo a los temas tratados en los cursos, según refiere Antón (2016), “Los temas seleccionados en los cursos guardaron un buen equilibrio entre los enfoques teóricos y prácticos y el profesorado planteó unos hilos de debate interesantes en los foros de discusión de las plataformas” (p. 33). Derivado de lo anterior, surgieron importantes propuestas referentes al ejercicio de la función diplomática, ahora inmersa en la nueva realidad que supone el auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

A partir de los elementos y conclusiones extraídas del desarrollo de los cursos *online*, se consideró que era posible darle forma a un modelo propio de diplomacia digital para España, ajustado a sus necesidades e intereses. Esta modalidad *online* se complementa con capacitaciones presenciales y son previas a asumir una misión diplomática en el exterior. Así lo evidencia el ministro consejero de la embajada de España en Costa Rica, Ricardo Aniño, al mencionar lo siguiente: “yo antes de venir aquí recibí un curso de una semana, todos los diplomáticos que salíamos e íbamos a estar en comunicación llevaban un curso sobre los medios técnicos y sobre cómo comunicar en redes sociales” (Comunicación personal, 30 de marzo, 2017).

Por último, es importante rescatar uno de los principales efectos, que desde la perspectiva de la presente investigación lograron los cursos impartidos, como bien lo menciona Antón (2016) “a raíz de los cursos se acrecentó el interés por la diplomacia digital entre los miembros del Servicio Exterior, y un número creciente de representaciones manifestaron su disposición a abrir cuentas en *Twitter* y otras redes sociales” (p. 34).

La primera experiencia piloto que se llevó a cabo en España, se limitó especialmente al uso de *Twitter*, sin embargo, no se limitó el uso de otras plataformas tecnológicas. En este mismo orden de ideas, es importante acotar algunas de las conclusiones que se extrajeron de esta primera experiencia. Al respecto, destaca Antón (2016):

(...) la ausencia de incidentes relacionados con el uso de *Twitter*, un alto grado de cumplimiento de las reglas de funcionamiento establecidas por la OID,

rápido crecimiento del número de seguidores en las cuentas de *Twitter* de las representaciones, y desarrollo entre los funcionarios del Servicio Exterior de una cultura de comunicación que incorpora los medios y herramientas que proporciona la Web 2.0 (p. 31).

Entre otros temas, se resaltó la importancia de incrementar la emisión de informaciones con contenido de interés práctico para la ciudadanía, así como la incorporación de contenidos propios en los “tuits” de las distintas representaciones.

Desde la perspectiva consular, España ha emprendido diversas campañas para llegar a sus connacionales en el exterior, específicamente en temas de seguridad personal y trámites, todo ello con el fin de acercar la labor consular y diplomática a los ciudadanos. Para la realización del tal objetivo se han utilizado algunos *hashtags* tales como: #TuConsuladoPuedeAyudarte, #ElConsuladoInforma y #ViajaSeguroMAEC, lo cual permite “vehicular” con mayor rapidez la información de manera que logre alcanzar al mayor número de ciudadanos en el exterior.

#### **Ilustración 43.** Publicación viaja seguro MAEC, Embajada de España en Bolivia.



**Fuente:** <https://twitter.com/EmbajadaEspLPaz/status/821815102336864257>

Según refiere Torrubia (2016) otra de las campañas desarrolladas se denomina “España Contigo”, la cual consiste en una aplicación móvil que posibilita el número de emergencia de las distintas embajadas en el exterior a los ciudadanos españoles fuera del país. Tal y como apunta Torrubia (2016) la realización de estas campañas requiere

no sólo una adecuada comprensión de las nuevas herramientas digitales, sino también “implican un cambio en los hábitos de trabajo y comunicación” (p. 37).

**Ilustración 44.** Publicación en Twitter del MAEC sobre la campaña “España Contigo”.



Fuente: <https://twitter.com/MAECgob>

España resalta la importancia de incrementar los vínculos entre las autoridades diplomáticas tanto centrales como en el exterior y los ciudadanos, de manera que en situaciones de crisis es especialmente relevante mantenerse en contacto con la ciudadanía. De igual modo, reconocen la trascendencia de dar visibilidad a la acción consular a través de las plataformas digitales,

atendiendo las demandas de los ciudadanos y promocionando a su vez la imagen de España en el exterior (Martí, 2016).

Una de las consecuencias inmediatas del uso de estas nuevas plataformas digitales, es que en la interacción también se pueden presentar quejas provenientes de la ciudadanía. En este sentido, parte de la estrategia de España pone énfasis en responder con mayor celeridad las quejas aisladas de la ciudadanía, sin embargo, cuando se trata de una “avalancha” de quejas la situación se trata distinto, ya que primero se debe contactar con la OID, y luego preferiblemente, se deben publicar mensajes que resalten el trabajo que están realizando las autoridades diplomáticas para afrontar el problema (Martí, 2016). Lo anterior, responde principalmente, a tratar de evitar el desbordamiento de la situación, neutralizándola y tratando de impedir que los medios de comunicación magnifiquen la situación.

De lo referido en líneas anteriores cabe destacar, tal y como apunta Manfredi (2016):

(...) el corazón de la innovación es la atención al ciudadano y la defensa de los intereses de España mediante el uso natural de las tecnologías. La novedad

reside en que en el entorno digital se requieren nuevas competencias profesionales que complementen el trabajo diario (p. 106).

El modelo español se ha centrado básicamente en la apertura de cuentas institucionales de las distintas embajadas y consulados, en este sentido cabe resaltar algunas experiencias positivas en lo que respecta a la apertura de cuentas personales. El Secretario de Estado de Asuntos Exteriores, Ignacio Ybañez Rubio, a través de su cuenta personal en *Twitter* @ignacio-ybanez, visibiliza los temas más relevantes de la política exterior española, desde la actividad de España en el Consejo de Seguridad de la Organización Naciones Unidas (ONU), hasta los intereses y eventos del cuerpo diplomático acreditado en España. De acuerdo con Escobar (2016), conviene hacer notar que su cuenta es seguida por la mayoría de los Jefes de Misión acreditados en España, así como por los “*Think Thanks*” del país, lo cual “asegura un seguimiento de nuestras posiciones internacionales por parte de los Ministerios de Asuntos Exteriores Extranjeros” (Escobar, 2016, p. 49).

Las experiencias de otros diplomáticos españoles apuntan a la combinación del aspecto personal y profesional en sus cuentas, en tal sentido, el embajador de España en Jerusalén, Juan José Escobar Stemmann, menciona lo siguiente:

(...) tuiteo para dar a conocer los objetivos y las acciones de la política exterior española, apoyar el proceso de comunicación digital emprendido por el Consulado General de España en Jerusalén y promover las acciones de la Fundación Europea para la Democracia, de cuyo comité ejecutivo soy miembro (Escobar, 2016, p. 49).

Asimismo, menciona que esta red social se ha convertido en un instrumento útil para establecer redes de influencias.

(...) estoy convencido de que la diplomacia digital ha llegado para quedarse. Las herramientas digitales no van a cambiar nuestras funciones esenciales como diplomáticos, pero se van a integrar en la práctica diaria con el objetivo de proyectar y ampliar nuestros mensajes, ayudarnos a crear nuevas redes de

influencia y relacionarnos con el creciente número de actores externos que influenciarán las relaciones interestatales (Escobar, 2016, p. 50).

El desarrollo del *Blog* de los diplomáticos españoles también ha tenido un fuerte impulso por parte del Ministerio de Asuntos Exteriores de España, así como por parte de los diplomáticos españoles en general. A través de dicho *blog*, los diplomáticos españoles comparten sus experiencias con los ciudadanos. Según señala el ministerio, “queremos que a través de sus respectivos *blogs* se conozca mejor la acción exterior desde una perspectiva más próxima y humana” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, en línea). Al respecto, las redes sociales de internet se han convertido en un espacio idóneo para promocionar el *blog*, logrando con ello hacerlo llegar a más ciudadanos.

#### **Ilustración 45.** Publicación en Facebook sobre los blogs diplomáticos.



**Fuente:** <https://goo.gl/4yk4uN>

El éxito de estas acciones reside en el seguimiento que desde el Ministerio se aplica a los diplomáticos, ya que sobre ellos recae la competencia de las decisiones comunicacionales de sus redes sociales. Al respecto, señala el funcionario entrevistado de la embajada de España en Costa Rica:

Somos los diplomáticos los responsables de la comunicación, puede haber, por ejemplo: un becario en práctica que es la persona que lleva la *web* o puede haber un funcionario, pero nuevamente siempre está bajo la supervisión de un diplomático (Comunicación personal, 30 de marzo, 2017).

Respecto a la supervisión de ese trabajo comenta el Ministro Consejero de España en Costa Rica:

Nos hacen un ranking cada 6 meses de quien tiene más seguidores en *Facebook*, y nosotros a su vez tenemos que hacer reportes cada 6 meses también de nuestra estrategia de comunicación en la parte de comunicación digital donde se pone cuánto se ha crecido por mes (Comunicación personal, 30 de marzo, 2017).

España también le ha prestado atención al tema de la seguridad respecto al uso de las nuevas tecnologías digitales. Como parte de los esfuerzos en esta dirección, el país durante los años 2014 y 2015, ha participado en el Grupo de Expertos Gubernamentales de las Naciones Unidas que trata los desafíos de la seguridad en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Así mismo, ha argumentado la importancia de que las Naciones Unidas se involucre en el tema con miras a alcanzar un acuerdo en esta materia que incluya el acceso universal a las nuevas tecnologías, así como la promoción y defensa de la protección a la información y el respeto a los derechos humanos (González, 2016).

Siguiendo esta misma línea, cabe destacar también, que en el año 2013 se aprobó la primera estrategia sobre ciberseguridad nacional y como parte de la lucha contra el ciberterrorismo y la cibercriminalidad, España fue el primer país en instaurar una Fiscalía especializada en ciberdelito (González, 2016).

Por último, cabe destacar en este punto, que en el año 2014 se organizó en Madrid el primer seminario sobre ciberseguridad, al cual asistieron Representantes permanentes ante la Organización Naciones Unidas (ONU). Según señala González (2016) “Es significativo que un número importante de los Embajadores que asistían al

seminario manifestaron desconocer completamente la materia y señalaron que se trataba de la primera oportunidad que tenían de aproximarse a los contenidos de la agenda digital” (p. 72).

Finalmente, cabe destacar lo señalado por Cecilia Yuste, Directora General de la Oficina de Información Diplomática (OID), sobre el proceso que ha emprendido el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España en materia de diplomacia digital:

Ha sido un proceso de maduración paulatina cuyos inicios partieron del convencimiento de que había que dar ese paso cualitativo, lanzar al Ministerio a las redes sociales, con la última vocación de estar más cerca de la opinión pública y desarrollar una estrategia global de comunicación que, además, incluyera a las embajadas y consulados y al conjunto de órganos centrales (Yuste, 2016, p. 129).

Como se logró apreciar el MAEC está fuertemente comprometido con la implementación de nuevas tecnologías en la función diplomática. Dentro de este contexto es menester destacar su esfuerzo por convertirse en referente de la diplomacia digital en español. Dicha experiencia práctica podría ser valiosa para Costa Rica en ese sentido.

El ímpetu de la diplomacia española por ajustarse a los nuevos paradigmas de la comunicación diplomática, así como el interés de los diplomáticos españoles por la diplomacia digital, los ha llevado a emprender diferentes acciones, empezando por la renovación constante de sus páginas *web*, así como la apertura de redes sociales en internet para las distintas embajadas y consulados, que aún no poseían un perfil. Todo ello con el fin superior de dar el máximo aprovechamiento a las tecnologías para entablar intercambio de conocimiento, diálogo, opinión sobre las labores diplomáticas de relevancia para el país y sus ciudadanos.

Cabe resaltar como particularidad de España, que se suele implementar con mayor vigorosidad el uso de las plataformas digitales para la proyección de la imagen país a

través de la Marca España. Lo anterior, en contraste con los otros países analizados en esta investigación.

La forma indirecta de ejercer poder según lo analizado en las redes sociales de internet de España se denota en los elementos de poder blando reflejados en la imagen global que posee ya instalada tales como, la promoción de los derechos humanos, del desarrollo sostenible; ambos dentro de un marcado espíritu de cooperación internacional con énfasis en países de habla hispana. Por otra parte, el fomento de la paz, del respeto por el derecho internacional, características centrales de su política exterior; así como el impulso de su marca país baluarte de influencia por excelencia de España. Como se evidenció la diplomacia digital española utiliza las herramientas digitales para la canalización de los principales activos intangibles que posee como Estado. Como se pudo apreciar la aplicación del poder blando en el caso de España se relaciona principalmente con elementos ligados a sus valores políticos, su cultura y la marca país.

Finalmente, en conclusión general, la forma de ejercer la diplomacia ha experimentado cambios sustanciales con la fuerte incursión de las TIC, en la actividad diplomática. No obstante, los países analizados en este capítulo han iniciado esfuerzos importantes para adaptar la función diplomática a los tiempos que corren.

La diplomacia digital de los países analizados se ha centrado en algunos aspectos comunes tales como: mayor apertura y transparencia, interactuar e informar directamente a la ciudadanía, brindar apoyo a los ciudadanos en el exterior, y extraer insumos para analizar el escenario internacional y sus posibles influencias sobre la política exterior de estos países. Pero sin duda, uno de los aspectos más destacables, ha sido el valioso esfuerzo por acercar a los funcionarios diplomáticos a la gente, haciendo la labor diplomática un poco más cercana a la ciudadanía y rompiendo con parte de la tradicional rigidez de la actividad diplomática. Empero, la función diplomática dada su naturaleza, todavía implica una gran discreción.

Como se ha evidenciado a lo largo de estas páginas, la especial atención que le han otorgado los países analizados a la diplomacia digital, evidencia el creciente uso del “*soft power*” o poder blando, como un recurso para potenciar y fortalecer la proyección e influencia de su política exterior. Desde luego, no se debe olvidar que la mayoría de estos países son potencias militares, por lo que el poder duro no pierde relevancia. Sin embargo, paralelamente también han sabido cómo utilizar el poder blando a su favor para alcanzar sus respectivos objetivos de política exterior y la defensa de sus intereses; logrando con ello extender su influencia en distintos ámbitos.

### **Análisis de la Diplomacia Digital en Costa Rica**

---

El presente capítulo tiene por finalidad analizar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, específicamente las redes sociales de internet (*Facebook* y *Twitter*), en el ámbito de la diplomacia costarricense. Para tales efectos, en primera instancia y a modo general, se realiza una caracterización de los principales rasgos de la política exterior costarricense; para luego hacer referencia a los principales ejes de la política exterior de la Administración Solís Rivera (2014-2018).

Posteriormente, se relacionan los ejes y rasgos principales de la política exterior con la utilización que hacen de las plataformas digitales *Facebook* y *Twitter* el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (MREC), así como sus embajadas, el Departamento Consular y el Ministro de Relaciones Exteriores; considerando las referidas plataformas como herramientas novedosas para la consecución de los objetivos de política exterior.

Por último, con base en las experiencias de los países referentes en el tema de la diplomacia digital analizados en el capítulo anterior, así como en los principales hallazgos derivados del estudio de la actividad digital en ámbito de la diplomacia costarricense; se delinear aspectos relevantes que eventualmente deberían ser considerados para la construcción de una estrategia digital en diplomacia.

#### **5.1 Principales elementos de la historia diplomática de Costa Rica**

Para iniciar, es importante hacer referencia al Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica, el cual fue creado durante la administración de José María Alfaro Zamora, el 9 de abril del año 1844. El primer titular que presidió el ministerio fue José María Castro Madriz (1818-1892), el cual posteriormente se convirtió en Presidente de la República. La instauración del Ministerio de Relaciones

Exteriores marca un momento determinante en el desarrollo de la actividad diplomática de Costa Rica, ya que se institucionalizó la labor de los funcionarios diplomáticos (Granados, 2010).

La historia de la diplomacia costarricense, de acuerdo con Sáenz (2000), inicia oficialmente en 1823, con la designación de Mariano Montealegre Bustamante (1783-1843) como delegado del Gobierno de Costa Rica ante las ciudades de León y Granada en Nicaragua. Así mismo, durante esta misión, se suscribieron los primeros tratados internacionales del país, los cuales fueron: Tratado Montealegre-Velasco con Granada y Montealegre-Solís con León.

La actividad diplomática de aquella época estuvo focalizada en la región centroamericana, y aunado a ello las misiones no poseían un carácter permanente, sino especial, es decir, que se creaban para atender asuntos concretos. Al respecto, señala Granados (2010) que “solía enviarse a extranjeros como representantes diplomáticos porque existían recursos insuficientes para tener funcionarios diplomáticos y consulares remunerados, de modo que, por lo general, los enviados financiaban las labores encomendadas con su propio patrimonio” (pág. 34).

La primera misión diplomática permanente que tuvo Costa Rica, se estableció en el año 1848, con una Legación<sup>4</sup> en Gran Bretaña, la cual era concurrente también en Francia y España. Su titular fue el Ministro Plenipotenciario: Felipe Francisco Molina y Bedoya, el cual de acuerdo con Sáenz (2000), fue también el primer agente diplomático que acreditó Costa Rica fuera de la región Centroamericana. En esta misma línea señala el mismo autor, que fue hasta mediados del siglo XX, cuando Costa Rica comenzó con el establecimiento de misiones permanentes.

En lo referente al fundamento jurídico que da sustento a la labor del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, cabe resaltar la Ley N° 3080 emitida el 18 de julio de 1962, la cual según Sáenz (2000), es la más importante de las leyes que rigen este

---

<sup>4</sup> Al respecto, cabe acotar la diferencia entre una legación y una embajada. De acuerdo con Sáenz (2000) en la antigüedad, la costumbre era que únicamente las grandes potencias intercambiaran embajadas entre sí, por ello eran las misiones de mayor rango. Las Legaciones tenían un rango inferior, y eran las misiones que acreditaban los demás países entre sí.

ministerio. En su artículo primero dicha ley consagra la esencia de este ministerio, al señalar que su función principal:

“Artículo 1º.- El Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en virtud de las disposiciones constitucionales y legales respectivas, tiene por función colaborar con el Presidente de la República, bajo la dirección del Ministro nombrado al efecto, en la formulación sistematizada de la política exterior del país, en la orientación de sus relaciones internacionales y en la salvaguardia de la soberanía nacional. Es el medio por el cual el Estado realiza todas sus gestiones ante Gobiernos e Instituciones extranjeras.”

En esta misma línea, es importante resaltar la creación del Estatuto del Servicio Exterior en el año 1965, el cual es una ley dirigida a la creación de una carrera diplomática en Costa Rica. Dicha ley, también unificó el servicio diplomático y el servicio consular.

En el año 1988, se creó el Instituto del Servicio Exterior “Manuel María de Peralta”, el cual es el resultado de muchas décadas de preocupación en lo que respecta a la formación y capacitación de los funcionarios diplomáticos costarricenses. Por ello su razón de ser la constituye precisamente la formación, capacitación y el perfeccionamiento de los diplomáticos costarricenses. Dicho Instituto tiene, además, bajo su responsabilidad la preservación del acervo histórico de la Cancillería (Ministerio de Relaciones Exteriores, en línea).

En términos generales y de acuerdo con el Sáenz (2013), Costa Rica se ha caracterizado a lo largo de su historia por ser un país “muy diplomático”, en el tanto, han sido verdaderas excepciones en las que se ha pretendido resolver algún conflicto en el exterior por medio de la violencia.

Finalmente, la tradición democrática evidencia en gran medida, la idiosincrasia costarricense en materia de política exterior. Un aspecto importante que consagra la idea anterior, fue la supresión de las fuerzas militares en 1948, ya que con ello “aumentó considerablemente el papel de la diplomacia y el derecho internacional

como mecanismos fundamentales para la defensa de la soberanía y la integridad territorial de Costa Rica” (p. 13).

## **5.2 Principales rasgos de la política exterior de Costa Rica**

Al ser un país pequeño, la política exterior de Costa Rica está condicionada e interconectada con el ambiente internacional, por ende, su política exterior no es autónoma. La creciente interdependencia internacional, acentúa aún más la necesidad e importancia de poner especial énfasis en los fenómenos globales y su trascendencia sobre la política exterior de los distintos países, y en especial de aquellos pequeños como es el caso de Costa Rica.

Como bien lo señala el Informe Estado de la Nación (2011),

La política exterior además de ser el resultado de la perspectiva histórica, las tradiciones y factores internos propios de la realidad nacional de un país, responde también a la dinámica internacional y a la convergencia de las intenciones e intereses creados dentro del juego de poder que caracteriza la política internacional (p. 28).

Según señala el ex ministro de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica, Gonzalo Facio, que el período de madurez de la política internacional de Costa Rica, inicia en la década de los años setenta, ya que:

(...) fue entonces cuando se abandonó cierto dogmatismo que nos habían impuesto las tensiones de la guerra fría y abrimos nuestras relaciones diplomáticas a todos los países que desearan tenerlas con nosotros, inclusive los estados socialistas, abrazando un pluralismo político e ideológico consecuente con el que habíamos adoptado en nuestra política interna (Facio, 1985, p. 21).

Sobre este último punto subraya este mismo autor, que la política exterior debe proyectarse de manera coherente con la política interna.

Siguiendo las referencias de Facio (1985), señala este autor algunos principios esenciales, los cuales tradicionalmente han constituido el fundamento de la política exterior costarricense. En primer lugar, destaca que Costa Rica jamás ha sido una nación opresora, ya que el país nunca ha recurrido a la guerra como recurso para someter a otras naciones.

En segundo lugar, subraya que Costa Rica siempre ha sido una nación de asilo para los perseguidos políticos, aspecto consagrado en el artículo 31 de la Constitución Política, el cual señala:

Artículo 31: El territorio de Costa Rica será asilo para todo perseguido por razones políticas. Si por imperativo legal se decretare su expulsión, nunca podrá enviársele al país donde fuere perseguido. (Constitución Política de la República de Costa Rica).

En línea con lo anterior, en tercer lugar, señala, que Costa Rica posee una larga tradición de lucha por la defensa y promoción de los derechos humanos, el cual constituye uno de los ejes fundamentales de su política exterior. En este sentido, apunta que el país ha sido un promotor del establecimiento de instituciones para su defensa. Al respecto, “consciente de la necesidad de un compromiso de la comunidad internacional para el progreso efectivo de esta materia, desde inicios de los años setenta Costa Rica colaboró decididamente en la construcción del Sistema Interamericano de Promoción y Protección de los Derechos Humanos, a la que sirve como sede desde 1980” (Embajada de Costa Rica en Colombia, en línea).

Sobre la Corte Interamericana de Derechos Humanos, cabe acotar que este organismo, “es una institución judicial autónoma, cuyo objetivo es aplicar e interpretar la Convención Americana” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, en línea). En tal sentido, la protección de los Derechos Humanos es su eje fundamental. Dentro de este contexto, es importante destacar que esta tiene su sede en San José, Costa Rica. Lo anterior, responde al ofrecimiento del Gobierno de Costa Rica para acoger en el territorio nacional la sede de esta institución. Esta decisión fue ratificada por los

Estados parte de la Convención, y la Corte se instauró oficialmente en Costa Rica el 3 de setiembre de 1979.

De igual manera, en el año 1980, la Corte Interamericana y el Gobierno de Costa Rica suscribieron un convenio mediante cual se creó el Instituto Interamericano de Derechos Humanos, el cual también tiene su sede en San José, Costa Rica. Según lo estipulado en el convenio, el Instituto es de naturaleza académica y funge como un apoyo fundamental al sistema interamericano de protección de los derechos humanos.

Continuando en el ámbito de la defensa de los derechos humanos, conviene destacar que Costa Rica fue uno de los países impulsores de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948; y el primer país en ratificar el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos de 1968 (Embajada de Costa Rica en Colombia, en línea). De igual manera, una de las más importantes iniciativas de Costa Rica a nivel global, fue la propuesta que presentó en el año 1965, para la creación del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos; propuesta que fue aprobada años más tarde por la Asamblea General de las Naciones Unidas, por medio de una votación unánime y estipulada en la resolución 48/141.

La referida institución, tiene por objetivo fundamental la coordinación de los diversos programas de las Naciones Unidas en lo relativo a los derechos humanos, así como la promoción de los mismos (Oficina Alto Comisionado para los Derechos Humanos, en línea). En lo que respecta a la creación de la Corte Penal Internacional, Costa Rica fue uno de los países que más trabajó esmeradamente para su constitución.

La defensa y promoción de los derechos humanos y las libertades fundamentales han sido uno de los aspectos más relevantes sobre los cuales se ha edificado el desarrollo del Estado costarricense. En tal sentido, conviene señalar la importancia que jurídicamente posee su defensa en el país. Según dispone el artículo 7 de la Constitución Política de la República, los tratados públicos, los convenios internacionales y los concordatos, debidamente aprobados por el órgano legislativo

que en el caso de Costa Rica es la Asamblea Legislativa, tendrán desde su promulgación autoridad superior a las leyes nacionales.

Siguiendo esta misma línea, tal es la relevancia de los derechos humanos en el país, que la Sala Constitucional<sup>5</sup> de la Corte Suprema de Justicia, ha expresado mediante su jurisprudencia, que incluso, aquellas disposiciones referentes a los derechos humanos contenidas en convenciones, declaraciones o tratados tienen rango superior a la Constitución Política. Así se estableció mediante el voto No. 2313-95:

Los instrumentos de Derechos Humanos vigentes en Costa Rica tienen no solamente un valor similar a la Constitución Política, sino que en la medida que otorguen mayores derechos o garantías a las personas, priman por sobre la Constitución (Voto No. 2313-95. Sala Constitucional).

En cuarto lugar, destaca Facio (1985) que Costa Rica nunca ha sido un país militarista, en tal sentido, uno de los hitos que consagra este principio se ve reflejado en el artículo 12 de la Constitución Política, el cual señala lo siguiente:

Artículo 12: Se proscribe el ejército como institución permanente. Para la vigilancia y conservación del orden público, habrá las fuerzas de policía necesarias (Constitución Política de la República de Costa Rica, 1949).

La supresión del ejército como institución permanente ha derivado de un firme convencimiento y compromiso por parte de Costa Rica para contribuir a la paz y a la seguridad internacional. De igual manera, tras esta decisión fundamental, Costa Rica ha privilegiado el Derecho Internacional como medio para salvaguardar sus intereses nacionales y dirimir conflictos con otras naciones. De este modo, la fuerza del Derecho Internacional, el apego a los tratados internacionales y convenciones suscritas, así como el respeto que ostenta Costa Rica en el escenario internacional, fungen como sólidos elementos para su defensa en el exterior.

---

<sup>5</sup> Según refiere el artículo décimo de la Constitución Política, la Sala Constitucional es una Sala especializada de la Corte Suprema de Justicia a la cual le corresponde declarar la inconstitucionalidad de las normas de cualquier naturaleza y de los actos sujetos al Derecho Público.

Al respecto, menciona el ministro de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica, Manuel González Sanz:

(...) la abolición del ejército en Costa Rica, es parte de una profunda cultura enraizada en las mejores tradiciones de un país pacífico y desarmado, que se remonta a 1877 cuando abolió la pena de muerte, y que continúa impulsando nuevos avances que garanticen la convivencia pacífica entre las naciones (González citado en Diario Clarín, 2015).

Costa Rica promueve vigorosamente la causa del desarme en el ámbito internacional, convirtiéndose, desde la abolición del ejército, en uno de los cimientos de su política exterior; “a partir de ese espíritu y práctica diaria del civismo, Costa Rica promueve y defiende en foros internacionales como la ONU, la causa del desarme como uno de los pilares claves de su política exterior” (Embajada de Costa Rica en Colombia, en línea). Siguiendo esta misma línea, menciona el Informe Estado de la Nación (2016) que en los organismos hemisféricos e internacionales el país “ha promovido la adopción de medidas para prevenir y eliminar amenazas a la paz, y lograr por vías pacíficas la resolución de los conflictos inter e intraestatales” (p. 262).

Vinculado a lo anterior es menester destacar que Costa Rica, fue uno de los países impulsores del Tratado sobre Comercio de Armas (TCA o ATT por sus siglas en inglés), el cual es un instrumento jurídico de carácter internacional que impone una serie de regulaciones a los países en lo que respecta a la transferencia de armas; con el fin de evitar que esta actividad pueda lesionar los derechos humanos. Según refiere Gómez (2014), hasta la aprobación de este tratado en el año 2013, la comunidad internacional carecía de instrumentos jurídicos referentes a esta materia.

Según mencionó el Gobierno de Costa Rica en 2014, para el país los objetivos fundamentales del Tratado son esencialmente tres:

(...) reducir el sufrimiento humano causado por la transferencia de armas ilegales e irresponsables; mejorar la seguridad y la estabilidad regional; así como promover la rendición de cuentas y transparencia de los Estados Parte

en relación con la transferencia de armas convencionales (Presidencia de la República, en línea).

Indudablemente el comercio de armas se encuentra estrechamente vinculado a la protección de los derechos humanos, por lo que el decidido impulso de Costa Rica a la aprobación del tratado responde a su compromiso histórico con la defensa de los derechos humanos, el desarme y por ende la paz y la seguridad internacional.

Otro aspecto de significativa importancia fue la propuesta de Costa Rica para la creación de la Universidad para la Paz, la cual tiene su sede en territorio nacional. La propuesta fue presentada ante la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1978, por el entonces presidente de la República, Rodrigo Carazo Odio. Posteriormente, se dispuso adoptar por consenso la propuesta mediante la resolución 34/111 (Barahona, 1981). Esta iniciativa presentada por Costa Rica responde en gran medida, a los ideales sobre los cuales se ha forjado históricamente el desarrollo del país. Al respecto señala Barahona (1981):

El desarrollo histórico de Costa Rica enmarcado en un sistema de participación democrática, altos niveles de educación, seguridad social e integración cultural, así como la prohibición constitucional de un ejército, entre otras características de importancia crearon el sustrato nacional necesario que permitió formular un proyecto global en el que se recogiera parte de esa experiencia histórica y se reafirmara la convicción de que es la educación uno de los instrumentos principales que pueden contribuir a la obtención de la paz y de la justicia en el mundo (p. 74).

Sin duda, la creación de la Universidad para la Paz ha sido uno de los logros más exitosos de la diplomacia costarricense, permitiendo visibilizar uno de los pilares fundamentales de la política exterior del país. Cabe rescatar, según apunta Barahona (1981), que, desde la perspectiva histórica, han sido pocos los proyectos que han contado con un claro apoyo internacional, como en este caso. Indudablemente, fue un reconocimiento a la tradición pacifista costarricense.

Por su parte, la democracia costarricense ha sido considerada como la más antigua de América Latina. Sobre este punto es importante acotar que, desde la aprobación de la Constitución vigente en el año 1949, se creó un Tribunal Supremo de Elecciones (TSE) con la independencia y rango de los poderes del Estado (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), el cual está encargado según se consagra en el artículo 99 de la Constitución Política:

Artículo 99: La organización, dirección y vigilancia de los actos relativos al sufragio, corresponden en forma exclusiva al Tribunal Supremo de Elecciones, el cual goza de independencia en el desempeño de su cometido. Del Tribunal dependen los demás organismos electorales. (Constitución Política de la República de Costa Rica).

Según refiere Castillo (2008), la creación del TSE responde al deseo de los constituyentes de 1949, de garantizar la pureza del sufragio y con ello, el respeto a la voluntad popular reflejada en las urnas electorales. En relación con lo anterior, menciona, además, que la creación del TSE transformó por completo la cultura política del país, ya que se ha procurado respetar en todo momento la voluntad popular. Desde entonces, en Costa Rica, se han celebrado comicios de manera ininterrumpida, consolidándose así un sistema democrático robusto.

Como se logra apreciar la paz, la democracia, el desarme, así como la defensa de los derechos humanos; han constituido históricamente los pilares fundamentales sobre los cuales se ha asentado la política exterior de Costa Rica. Desde su nacimiento como República independiente en 1821; Costa Rica se perfiló como una nación pacífica, en este sentido cabe destacar que su independencia no fue el resultado de movimientos armados, sino que “asumió pacíficamente el carácter de Estado Soberano por Declaratoria de una Asamblea constituyente” (Embajada de Costa Rica en Colombia, en línea).

En otro orden de ideas, el desarrollo sostenible y la protección al medio ambiente, también encuentran su espacio en la agenda de la política exterior costarricense.

Costa Rica, a pesar de ser un país pequeño (51.100 km<sup>2</sup>), alberga alrededor del 5% de la diversidad biológica del planeta (Embajada de Costa Rica en Canadá, en línea). En las últimas décadas Costa Rica ha sido un país pionero en el tema de la conservación del medio ambiente, tema en el cual ha jugado un papel activo. En el año 1970, se decidió crear el Sistema de Parques Nacionales; en razón de lo anterior, aproximadamente un 25,58% del territorio nacional se encuentra bajo conservación (Embajada de Costa Rica en Canadá, en línea). Lo anterior, le ha permitido a Costa Rica posicionarse como un referente mundial de la protección y la conservación ambiental.

Por último, y estrechamente vinculado a lo anterior, la biodiversidad de Costa Rica ha permitido un fuerte auge del turismo, especialmente el turismo ecológico. De acuerdo con las cifras oficiales, solo durante el año 2016, arribaron al país casi tres millones de turistas, esta cifra es la más alta que se ha registrado en la historia del país (GobiernoCR, en línea). Por último, cabe destacar que la actividad turística, también se ha visto favorecida por la estabilidad democrática y social del país.

### **5.3 Caracterización general del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (MREC)**

El Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto fue creado el 9 de abril de 1844 y su primer ministro fue José María Castro Madriz (1818-1892) (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en línea). Respecto a sus labores, es propio de su ámbito de competencia la construcción de la política exterior y la defensa de la soberanía del país; según se establece en el artículo 1 de su Ley Orgánica No. 3008 del 18 de julio de 1962:

Artículo 1: El Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en virtud de las disposiciones constitucionales y legales respectivas, tiene por función colaborar con el Presidente de la República, bajo la dirección del Ministro nombrado al efecto, en la formulación sistematizada de la política exterior del país, en la orientación de sus relaciones internacionales y en la salvaguarda de la soberanía

nacional. Es el medio por el cual el Estado realiza todas sus gestiones ante Gobiernos e instituciones extranjeras. (Ley No. 3008).

Así mismo, de acuerdo con el artículo 2 de esta misma ley, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto se divide en Cancillería y Servicio Exterior. A su vez, el artículo 3 indica que la Cancillería se divide en: Despacho del Ministro, Dirección General del Ministerio, Dirección General del Ceremonial Público, Dirección General de Asuntos Exteriores y Asesoría (Ley No. 3008). Siguiendo este mismo orden de ideas, la ley No. 3530 la cual refiere al Estatuto del Servicio Exterior de la República, en su artículo 1 señala que este último comprende indistintamente el Servicio Diplomático, el Servicio Consular y el Servicio Interno; el cual dependerá del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto. Cabe acotar que el país cuenta con “47 sedes diplomáticas, que atienden diversos temas de naturaleza político-diplomático y de auxilio consular” (Plan Nacional de Desarrollo, 2015, p. 454).

El Ministerio o Cancillería que se refiere a las “oficinas centrales del Ministerio Relaciones Exteriores y Culto en el país” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en línea) está constituido por un jerarca nombrado por el Presidente de la República y dos viceministros uno de relaciones exteriores y otro para temas administrativos. Esto a nivel político. También se hacen acompañar de direcciones a saber: Dirección de Política Exterior, Cooperación Internacional, Servicio Exterior, Centro de Tecnologías de la Información y Comunicación, Protocolo y Ceremonial del Estado y Culto, Instituto Manuel María Peralta; entre otras instancias asesoras y departamentos (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en línea).

Los departamentos del Ministerio referentes a distintas áreas temáticas, responden a los pilares históricos que han encaminado la ejecución de la política exterior, es así como la Dirección de Política Exterior posee a su cargo a los Departamentos de: “Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible, Derecho Internacional y Derechos Humanos; Límites, Fronteras y Tratados Internacionales, Organismos Internacionales, Desarme, Terrorismo y Crimen Organizado y Áreas Geográficas” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en línea).

#### **5.4 Ejes Política Exterior de la Administración Solís Rivera (2014-2018)**

Durante la administración Solís Rivera (2014-2018) remitiendo propiamente a los planteamientos del presidente de la república, la política exterior costarricense debe pretender que Costa Rica sea un actor con presencia e impacto regional en América Latina y el Caribe, estableciendo relaciones equilibradas entre los países vecinos del Norte y el Sur (Burgdörfer y Solís, 2014, en línea).

El presidente Solís en su primer año de gobierno expuso que la visión sobre los ejes de política exterior estaría basada en un espíritu de activismo propositivo, liderazgo responsable y creativo; con enfoque en el diálogo regional sobre temas prioritarios como: “seguridad, inversión, cooperación para el Desarrollo Sostenible y Cambio Climático” (Burgdörfer y Solís, 2014, en línea).

En relación con la política económica el mandatario considera que el comercio no es un eje de política exterior, es fundamental para esta; pero son ámbitos separados.

La política exterior no puede estar subordinada por la política económica [...] primero se debería desarrollar el músculo político y constituir el espacio de discusión para la definición de política nacional; según Solís eso es lo que facilita el comercio y no al revés (Burgdörfer y Solís, 2014, en línea).

Otro aspecto que se distingue en la línea discursiva que conduce la visión de esta Política Exterior, corresponde a la relación con los Estados Unidos de América, en la cual se busca entablar un vínculo estable y cordial; además de fortalecimiento de la cooperación, lucha contra el crimen organizado y el narcotráfico. Con otras grandes alianzas como UNASUR, ALBA, Alianza Pacífico la idea del mandatario es mantener un diálogo y tratar de crear una agenda regional para el desarrollo integral.

Por otra parte, Luis Guillermo Solís ha mostrado interés por fortalecer la participación del país en el Sistema de Integración Centroamericano (SICA). En ese sentido le correspondió asumir la Presidencia Pro-Témpore por un periodo de 6 meses 1 de enero de 2017 hasta el 30 de junio de 2017.

Habiendo contextualizado algunas influencias y trazos que sirven de guía para la política exterior costarricense, propiamente el Plan Nacional de Desarrollo “Alberto Cañas Escalante” hace referencia a los ejes estratégicos de la Administración Solís Rivera 2014-2018. Señala que los enunciados principales de la política exterior de manera general son:

- 1) La defensa de la democracia, la integridad territorial y la soberanía nacional.
- 2) La promoción, la protección y el respeto de los Derechos Humanos y libertades fundamentales.
- 3) La promoción de la paz, del desarme y de la seguridad nacional, regional y mundial.
- 4) El fortalecimiento del Derecho Internacional y el desarrollo de un multilateralismo efectivo.
- 5) La promoción del desarrollo sostenible y la coordinación y representación política en las negociaciones ambientales internacionales.

Al respecto, vale decir que estos ejes se basan en los principios tradicionales como se apreció al inicio de este apartado; los cuales se han venido construyendo a lo largo de la historia y las decisiones de diferentes administraciones que como resultado final han dado solidez a lo que hoy el mundo conoce de Costa Rica. Así lo reafirma el Canciller de la República:

(...) nos ha valido el reconocimiento a nivel internacional de ser una nación democrática, pacífica y desarmada. Aunque con matices, los diferentes gobiernos a lo largo de la historia se han adherido a estos principios para establecer su agenda de política exterior (González, 2015, p. 10).

Además, el ministro considera imperativo, “acompañar a nuestra Diplomacia política tradicional con acciones en: Diplomacia Económica, Ambiental, Educativa y Cultural y como en esta oportunidad, un ejercicio de diplomacia ciudadana, académica y hasta virtual” (González, 2015, p. 17). Basado en ello, se han emprendido labores desde ejes

estratégicos geográficos para América Latina, con los países fronterizos, Centroamérica y el SICA, el Caribe, México y el cono sur. Profundizando el aspecto centroamericano, se busca mantener relaciones amistosas que funcionen por medio de comisiones y acuerdos bilaterales que coordinen temas de seguridad, drogas y migración como primordiales sin dejar lado la atención integral de asuntos y problemáticas.

La acción climática es un gran compromiso para la tarea exterior como ha quedado en evidencia en líneas anteriores; en ese sentido la Misión Permanente de Costa Rica en Ginebra llevó ante la Organización de Naciones Unidas una propuesta innovadora de intercambio de buenas prácticas de expertos en Derechos Humanos y Cambio Climático con el fin de reconocer “el vínculo entre el disfrute de los Derechos Humanos, las repercusiones y consecuencias del Cambio Climático” (González, 2015, p. 18) para trabajar con base en ello nuevas formas de desarrollo sostenible.

Otro asunto de vital interés para el país debido a que tiene mucha dinámica generando cambios en las políticas nacionales para cumplir con estándares internacionales, es el ingreso de Costa Rica a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entidad constituida por 35 naciones incluidos entre ellos países desarrollados y otros en vías de desarrollo como: Chile, México y Turquía. Básicamente la finalidad es impulsar políticas de bienestar social y económico de los miembros y no miembros (OCDE, Traducción libre, en línea).

También se suman a la actividad en política exterior, la presentación de la Política de Cooperación Internacional 2014-2022, documento que consta de cuatro ejes de trabajo: Seguridad Ciudadana, Ambiente y Ordenamiento Territorial, Competitividad e Innovación. Para el ministro esta es una apuesta importante de la administración ya que posee “una visión de mediano y largo plazo alineada con los fundamentos de política exterior de Costa Rica” (González, 2015, pp. 23-24).

Finalmente se visualiza que la Política Exterior debe “trascender más allá de una determinada administración” (González, 2015, p. 29); para ello se debe trabajar en un

servicio exterior eficiente y eficaz. Propone el Canciller, Manuel González Sanz, que es necesario reinventar el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto para los próximos años. La renovación debería partir de un compromiso con la profesionalización de la carrera diplomática, una nueva metodología de evaluación de la institucionalidad en el exterior, generación de la capacidad de innovar creativamente, una Rectoría Sectorial firme, una Planificación Estratégica constante, creación de un Centro de Pensamiento Estratégico, como una instancia permanente (González, 2015, p. 24).

### **5.5 Análisis de la Diplomacia Digital en Costa Rica**

La capacidad de incrementar la influencia, el prestigio y la reputación son algunas de las principales ventajas de la diplomacia digital. A partir de lo anterior, cabe plantearse la importancia del valor añadido que puede generar para la diplomacia costarricense la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El capítulo anterior examinó las principales acciones emprendidas por algunos países considerados como avanzados en el tema de la diplomacia digital; sin embargo, como se ha mencionado a lo largo de esta investigación, no existe hasta el momento una guía de buenas prácticas ni un criterio unificado que establezca cómo se debe utilizar en la diplomacia las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en especial las redes sociales virtuales.

De acuerdo con Manfredi (2014), la estrategia digital en política exterior debe estar en concordancia con los objetivos diplomáticos señalados por la acción exterior. De tal manera, que resulta absolutamente indispensable que las acciones que realice un Ministerio de Relaciones Exteriores en el ámbito digital deban guardar coherencia con los objetivos de política exterior. Lo anterior, determinará en gran medida el éxito de su presencia en las redes sociales virtuales, así como una eficaz defensa y promoción de los objetivos de esta.

Dado lo anterior las redes sociales de internet de la Cancillería, Embajadas, Consulados y figuras clave de la actividad exterior, deben promover y defender

aquellos principios que han sido históricamente rectores de la política exterior costarricense, adicionando a ello, los intereses particulares de los gobiernos de turno, que en este caso sería la administración Solís Rivera (2014-2018).

#### **Ilustración 46.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en EE.UU. sobre la biodiversidad del país.

**Embajada de Costa Rica en los EE.UU.**  
6 de febrero · 🌐

Costa Rica's Osa peninsula, was called "the most biologically intense place on Earth" by National Geographic. It crams 2.5% of the planet's biodiversity into just 0.001% of its surface area. And, this being Costa Rica, 80% of it is protected, mostly by the Corcovado national park.

Ver traducción



Costa Rica: 'the most biologically intense place on Earth'

Costa Rica is famous for its national parks, but has only recently turned attention to supporting the people who live in them. Johnny Langenheim joins a community-led tour of its jungly Osa peninsula

**Fuente:**

<https://www.facebook.com/EmbajadadeCostaRicaenlosEEUU/?fref=ts>

#### **Ilustración 47.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en EE.UU. relativa a la abolición del ejército.

**Embajada de Costa Rica en los EE.UU.** en [American Development Bank.](#)  
1 de diciembre de 2016 · 🌐

"There is no bigger bet on peace than abolishing your army" - Ambassador Román Macaya Hayes at the D.C. screening of "The First Lady of the Revolution" on the 68th anniversary of the abolition of the army.

Ver traducción



**Fuente:**

<https://www.facebook.com/EmbajadadeCostaRicaenlosEEUU/?fref=ts>

#### **Ilustración 48.** Publicación del MREC sobre la defensa de las libertades fundamentales y los derechos humanos.

**Ministerio Relaciones Exteriores y Culto**  
20 de febrero · 🌐

Costa Rica alzará su voz contra las formas contemporáneas que limitan la libertad de prensa y de expresión. También abogará contra los mensajes racistas y xenófobos hacia los migrantes y por la protección y promoción de sus derechos.

El Canciller de la República, Manuel A. González Sanz, participará activamente en el segmento de alto nivel del Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, que tendrá lugar el próximo 27 y 28 de febrero, en la sede de este organismo en Ginebra, Suiza.

En esta sesión el mensaje del Canciller González será contundente en favor de la defensa de las libertades fundamentales y los Derechos Humanos.

"La humanidad enfrenta grandes desafíos para preservar los valores que poco a poco hemos logrado que sean ampliamente reconocidos a nivel universal. Esta situación nos compromete aún más en la lucha por la defensa de la libertad, en todas sus formas, así como los derechos de las poblaciones más vulnerables", expresó el Ministro.

**Fuente:** <https://www.facebook.com/CancilleriaCostaRica/?fref=ts>

Como se logra apreciar en las imágenes anteriores, las distintas embajadas y la Cancillería como tal, se han preocupado por difundir a través de sus perfiles en la red social *Facebook*, información que resalta las características históricas de Costa Rica, referentes a la paz, el desarme, la defensa de los derechos humanos y el derecho internacional; así como la defensa del medio ambiente. No obstante, se logró apreciar la poca actividad en esta plataforma de un número importante de embajadas, las cuales no realizan publicaciones con frecuencia ni evidencian la construcción de contenido propio. Lo anterior, deja notar una carencia respecto al uso esta plataforma, lo cual se traduce en la pérdida de importantes oportunidades para dar a conocer el país y visibilizar su política exterior. De acuerdo con Bassante (2013) “el propósito de la diplomacia digital no es –o no debe ser- simplemente tener una presencia virtual, sino utilizar esa presencia para lograr su misión” (p. 78).

Según señala Sharukan (2014) referenciado en Ugalde (2015), la diplomacia digital como herramienta para la labor diplomática persigue tres objetivos. En primer lugar, menciona que las redes sociales virtuales permiten escuchar y analizar, en este sentido “las redes sociales se han convertido en una de las fuentes de inteligencia abierta más importante que cualquier Embajada o Cancillería en el análisis de las condiciones políticas, económicas y sociales de otro país” (Ugalde, 2015, p. 57). En segundo lugar, menciona que ayuda a corregir e influir, y por último facilita la interacción con actores relevantes. Sobre este último punto es importante señalar, que los actores relevantes van desde autoridades de gobierno hasta personas individuales, activistas entre otros; que se convierten en personajes relevantes de la escena internacional. Todas estas oportunidades que proveen estos nuevos espacios virtuales se ven mermadas por las ausencias prolongadas y la carencia de una estrategia del ministerio.

No obstante, el señor canciller de la república Manuel González Sanz, reconoce la importancia de las redes sociales de internet señalando que son de suma utilidad para observar las tendencias, las noticias en tiempo real e incluso conocer la versión de nuestros propios diplomáticos. Agrega, además, que, “en el caso de nosotros que

tenemos que estar conectados con el mundo facilita mucho nuestra capacidad de análisis y nuestra capacidad de reacción” (Comunicación personal, 14 de julio, 2017).

Respecto de la descripción de los usos digitales que realiza el MREC; sean exitosos o no, han sobresalido algunas temáticas que se presentan en las publicaciones. Rodríguez (2013) comenta que una estrategia digital “debería estar compuesta por finalidad y objetivos, audiencia (o públicos objetivo), canales digitales y recursos” (p. 70). En ese sentido, para la estrategia digital de la diplomacia costarricense, los objetivos y finalidades deberían estar dirigidos a reforzar la consecución de los ejes de política exterior que para este caso en análisis son los de la Administración Solís Rivera. Así mismo, debe enfocarse en mantener los principios históricos que han caracterizado al país.

Por ello con base el monitoreo realizado en las plataformas de *Facebook* y *Twitter* del MREC y sus embajadas se detalla, a continuación, los contenidos principales de las publicaciones que se registraron a partir del monitoreo, con el fin de valorar su congruencia con los ejes de política exterior del gobierno en cuestión, planteados en el Plan Nacional de Desarrollo “Alberto Cañas Escalante”, los cuales fueron expuestos en líneas anteriores.

Durante la etapa de realización del monitoreo se obtuvo que constantemente las publicaciones del MREC y sus embajadas estuvieron enfocadas en temas relativos a los derechos humanos, la democracia, la paz, desarme, la biodiversidad y diversos tipos de cooperación. Entre otros temas que también se encontraron durante esta etapa de monitoreo, fueron los relativos al SICA y la nominación de Christiana Figueres a la Secretaría General de la ONU. De igual manera, aunque con menos frecuencia, se encontraron publicaciones relativas a los

**Ilustración 49.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Bélgica sobre la abolición del ejército.



**Fuente:**

<https://www.facebook.com/ecrbel/?ref=ts&fref=ts>

temas económicos y de inversiones y en relación al posible ingreso de Costa Rica a la OCDE; en este sentido es importante resaltar que se le ha dado una importante visibilización a la actividad diplomática como tal, sin que esta pierda relevancia frente a la actividad del comercio exterior del país. A modo de ejemplo, se muestran siguientes imágenes referentes a los temas presentes en las redes sociales de internet del MREC y sus embajadas.

**Ilustración 50.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la diversidad cultural.



**Fuente:**  
<https://www.facebook.com/costarricenseenparaguay/?fref=ts>

**Ilustración 51.** Publicación Embajada de Costa Rica en España sobre Derechos Humanos.



**Fuente:**  
<https://www.facebook.com/embajadacostariacaenespana/?fref=ts>

**Ilustración 52.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la biodiversidad.



**Fuente:**  
<https://www.facebook.com/costarricensenparaguay/?fref=ts>

**Ilustración 53.** Publicación de la Embajada de Costa en Bélgica referente a la candidatura de Christiana Figueres para la Secretaría General de la ONU.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/ecrbel/?fref=ts>

En el análisis del contenido de las publicaciones del MREC y sus embajadas en redes sociales, también se evidenció que se comunican otras temáticas que, aunque no responden estrictamente a alguno de los ejes planteados en el Plan Nacional de Desarrollo, si son mensajes comunes en los otros países analizados o bien responden a una coyuntura específica o son propios de la identidad costarricense, lo cual contribuye de manera significativa a enriquecer la comunicación diplomática. Entre estas temáticas cabe resaltar, las labores de los diplomáticos, ciencia y tecnología, arte y cultura, tradiciones típicas, turismo, juventud, becas en el extranjero, voto en el exterior, invitaciones a eventos, Costa Rica como un país feliz, deportes, gastronomía y logros de costarricenses en el extranjero.

**Ilustración 54.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en México referente a las actividades de la Embajadora.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-M%C3%A9xico->

**Ilustración 55.** Publicación del MREC referente a las actividades del Canciller.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/CancilleriaCostaRica/?fref=ts>

**Ilustración 56.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en España con invitación a evento de arte y apoyo a artistas costarricenses.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/embajada costaricaenespana/?fref=ts>

**Ilustración 57.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a actividades sobre la cultura costarricense.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/costarricenseenparaguay/?fref=ts>

**Ilustración 58.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Paraguay referente a la promoción del Turismo.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/costarricenseenparaguay/?fref=ts>

**Ilustración 59.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Francia referente a cooperación en educación.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/CostaRicaFrance/>

Los temas tratados en general encajan como elementos de diplomacia digital, ya sea en la afirmación de la imagen país, información relevante que debe ser transmitida como parte de la labor diplomática cotidiana y la política exterior como tal. Como lo menciona el ministro consejero de la embajada de España en Costa Rica, Ricardo Aniño; uno de los principales mandatos digitales es comunicar “qué hace tu país” en el lugar donde está establecida esa representación diplomática, así como en el propio país. De igual manera, son temas que responden a los principios históricos que se describieron al inicio del capítulo, los cuales han nutrido la visión de la política exterior costarricense durante décadas.

Por último, sobre estos perfiles, a grosso modo se extrae que la mayoría de los perfiles de las embajadas comparten noticias oficiales del gobierno, re postean publicaciones de los perfiles oficiales del presidente Solís, del canciller, del MREC de Casa Presidencial e inclusive de otros ministerios. También noticias de medios nacionales e internacionales no gubernamentales. En ello se nota la falta de lineamientos sobre el tipo de fuentes a utilizar, así como nuevamente, la falta de contenido propio en la emisión de las publicaciones.

Los resultados antes expuestos, funcionan como parámetro para visualizar la relación del contenido que se proyecta de forma virtual con la visión que el gobierno se plantea promover por las tradicionales vías de la diplomacia. Se percibe coherencia respecto a los ejes planteados en el PND y las temáticas tratadas en las publicaciones analizadas, lo que implica un nexo claro con lo que se dicta en el discurso país. No obstante, como se ha mencionado anteriormente, aún falta un mayor aprovechamiento de estos espacios virtuales, mayor coordinación y claridad para guiar las acciones en esta materia.

Por su parte, los perfiles institucionales del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto propiamente, deben ser analizados desde ambas plataformas. En primer lugar, *Twitter* trata temas de paz, nombramientos de embajadores, migraciones, SICA, ambiente, reuniones y bilaterales, foros, acuerdos, cooperación internacional, figura del presidente y el canciller; hay poca referencia a la marca país y al turismo. Poseen

un carente uso de los *hashtags* a diferencia del perfil en *Facebook* donde realizan un manejo excepcional de la etiqueta. Por ejemplo, para una publicación donde se refiere a una gestión bilateral se coloca el #CostaRicap seguido del nombre del país contraparte en la relación. Con lo cual se pueden observar #CostaRicapCuba, #CostaRicapPeru entre otros.

### Ilustración 60. Ejemplo de uso del hashtag #CostaRicap.



Fuente: <https://www.facebook.com/CancilleriaCostaRica/?fref=ts>

Hacen un uso adecuado de los *hashtags* de forma similar en alusión a embajadores: #EmbajadorenTurquía, respecto a las actividades del Canciller: #CancillerenOEA y al Vicecanciller: #VicecancillerenSuramérica para referirse al trabajo de cada funcionario. Además, se observan etiquetas temáticas según el acontecimiento y actividad, tales como: #PremioManuelMariaPeralta, #desarme como meta a presentar para reflejar la categoría paz, desarme y seguridad; #CostaRicaONU en relación a una organización internacional, y uno de los más destacados es el de #acciónexterior para señalar publicaciones que tienen que ver con avances, proyectos y labores en general del Ministerio. Sin duda, esta buena práctica debería replicarse en las embajadas y

demás perfiles oficiales de las dependencias de Cancillería; tomando en consideración que la utilización de los hashtags permite amplificar el alcance de las publicaciones.

Es recalable traer a colación que el Departamento Consular perteneciente a la Dirección de Servicio Exterior posee perfil en *Facebook*. Por lo cual es relevante referirse a las funciones que competen a esta instancia, con el fin de relacionarlo con la información que se publica en su cuenta. De esta forma corresponde al Departamento:

(...) la asesoría, apoyo, coordinación, planeación y supervisión de la labor de los Consulados de Costa Rica en el exterior. Canaliza la información que requieren las oficinas consulares, de las instituciones costarricenses y viceversa y atiende consultas de diversa índole que plantean los usuarios en Costa Rica y que necesitan respuesta de los funcionarios consulares en el exterior (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, en línea).

Dado lo anterior, una estrategia de acción exterior en materia digital debe contemplar también, el desafío constante que representa mejorar la comunicación con los ciudadanos en el exterior, especialmente en situaciones de crisis. En tal sentido, proveer información relevante y oportuna, así como asistencia y protección es la labor fundamental de la acción consular. En el contexto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como se ha referido con anterioridad, las redes sociales de internet desconocen fronteras, por lo que “los ciudadanos tienen cada vez más canales a su disposición para exigir a la Administración transparencia, informaciones de calidad, agilidad en la atención y rapidez a la hora de responder de forma eficaz a sus necesidades” (Martí, 2016, p. 54).

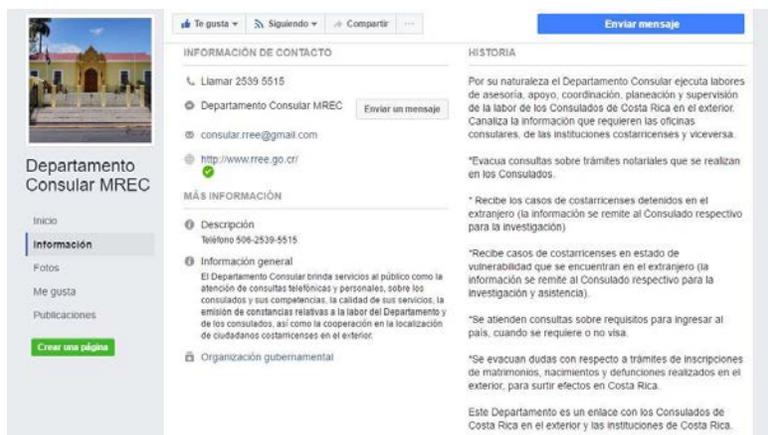
El Departamento costarricense en cuestión al contar con un perfil debió asumir el reto de manejarlo de acuerdo con sus funciones cotidianas, supra mencionadas. Sin embargo, en la práctica no se refleja que el sitio esté siendo usado con la finalidad de asesorar y supervisar la labor de los Consulados de Costa Rica. El enfoque de la página es más informativo y dirigido a los servicios que también forma parte de un

componente importante de sus labores. En este sentido, es de especial interés que el Departamento Consular refleje a través de sus redes sociales de internet, una coordinación más estrecha con los distintos consulados de Costa Rica alrededor del mundo, lo que permitiría dar mayor coherencia y visibilidad a la acción consular en redes sociales. Lo anterior en virtud de su condición como ente rector de la actividad consular y principalmente como el enlace con los consulados de Costa Rica en el exterior.

Los temas principales dirigidos a las personas son: opciones de becas, mensajes a la ciudadanía en otros países, información a viajeros, trámites de visas, entre otros. El espacio también incluye publicaciones afines a los principios de política exterior como, por ejemplo; la abolición del ejército y derechos humanos de diversa índole.

Otro aspecto importante es la atinada apuesta por tener una información de contacto amplia y clara implementada de la misma forma que lo realizan los países líderes en la experiencia digital. Se muestra a continuación la oportuna práctica de colocar las calidades que competen a este órgano del Ministerio, con lo que facilita la comprensión de la naturaleza de sus funciones y la ubicación de sus contactos.

**Ilustración 61.** Información completa de las funciones del Departamento Consular.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/pg/Departamento-Consular-MREC-186597141389534/about/>

Otro uso estratégico de las redes sociales que los países que implementan y algunos autores que han tratado el tema de la diplomacia digital enfatizan, es la difusión de la marca país, con la cual complementan el posicionamiento de sus objetivos de política

exterior. La idea central es que a través de la diplomacia digital se busque la forma de involucrar a la marca país en la actividad digital de los Ministerios de Relaciones Exteriores, en palabras de Rubio (2012) la nueva realidad demanda “una estrategia de diplomacia pública basada en una marca país al servicio de una política exterior clara” (Rubio, 2012, p. 28).

Sobre este punto, es importante destacar principalmente el caso de España, país que en los últimos años le ha dado un fuerte impulso a la denominada “Marca España”, la cual, como se mencionó anteriormente, tiene por objetivo mejorar la imagen del país en el exterior. Cabe destacar que orgánicamente, el Alto Comisionado para la Marca España, a quien compete la coordinación y gestión para la promoción de la imagen de España, depende del Ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación. (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, en línea). Según se señala en el sitio *web* del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación respecto a la marca país “en un mundo cada vez más global, la imagen y la reputación son activos que sirven para asegurar un mejor posicionamiento de un país a nivel nacional e internacional, a nivel político, económico, cultural, social, científico o tecnológico...” (Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, en línea). Por último, se menciona que en esta labor de proyectar la Marca España se involucran activamente las embajadas, consulados generales y oficinas sectoriales en el exterior.

Retomando la idea anterior, en el escenario internacional actual permeado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, la credibilidad y el prestigio, como se ha mencionado anteriormente, son de vital importancia. El prestigio de un país ha sido históricamente una de las armas más poderosas con que cuenta un Estado. Según indica Rubio (2011), “si el prestigio internacional antes se medía en torno a datos como los índices macroeconómicos o el potencial militar, hoy gira en torno a la imagen país” (p. 37). En este sentido, las redes sociales también proveen un espacio idóneo para la difusión de la imagen país.

Para el caso concreto de Costa Rica la marca país responde a la estrategia llamada “esencial COSTA RICA”. Desde su portal *web* oficial se describe como “la forma en que

Costa Rica se proyecta al mundo para promocionar de manera integral el turismo, las exportaciones y la inversión extranjera directa, de la mano de cultura” (esencialcostarica, en línea). Trabaja con dos ejes de impacto a la imagen, el primero de ellos tiene que ver con el posicionamiento de los habitantes del país; “muestra atributos que nos caracterizan: pura vida, talentosos, empunchados, ingeniosos y especializados”; el segundo es sobre el particular empresarial; “comprometer al sector empresarial con cinco valores: Excelencia, sostenibilidad, innovación, progreso social, y origen costarricense” (esencialcostarica, en línea).

A modo general ese es el planteamiento de la marca esencial COSTA RICA, señalan, además, que uno de sus objetivos es “proyectar a Costa Rica con una imagen de primer nivel al proteger su buena reputación” (esencialcostarica, en línea). De ese fin derivan aspectos relevantes para una eventual promoción desde las redes sociales de internet del MREC. La marca país también resalta otros atributos como la paz, los Derechos Humanos, la democracia, la belleza natural; los cuales tienen evidente relación con los ejes de política exterior costarricense y por ende una excelente oportunidad para aprovechar el contenido que ofrece la marca país.

En ese aspecto, se encontró que las redes sociales de internet del MREC presentan deficiencias en cuanto al uso de la marca país esencial COSTA RICA. La marca pretende posicionar al país sobre características que realmente lo destacan del resto de países de la región y del mundo. Sin embargo, se puede señalar, a partir del monitoreo de redes sociales del

MREC y sus embajadas, que estas están difundiendo el material de forma muy limitada, no logrando así los réditos suficientes que podría estar aportando. Básicamente los perfiles se restringen a usar imágenes correspondientes a

**Ilustración 62.** Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Perú.



**Fuente:** [https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br_rs)

Esencial como foto de perfil y/o de portada, tal y como se observa en las imágenes a continuación. En pocas ocasiones comparten videos o publicaciones con mayor contenido e información.

**Ilustración 63.** Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Bélgica.



**Ilustración 64.** Promoción marca país Esencial Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Israel.



Lo anterior, evidencia la importancia de generar una acción exterior más coordinada que permita una mayor proyección y difusión de la marca país. En este sentido y retomando los planteamientos del país referente, España, tanto el MREC como las embajadas y consulados de Costa Rica en el exterior, deben jugar un rol más activo en la consolidación de la marca país. Así mismo, respecto a la figura del Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España, Costa Rica podría tomar partido de la experiencia española y elevar a un ente centralizado y dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores la tarea de velar por mantener la marca país en estrecha coordinación con los principios históricos y los objetivos de política exterior.

De particular importancia resulta que los funcionarios diplomáticos comprendan que la diplomacia digital es un complemento que puede ayudar a fortalecer la actividad diplomática. Al respecto señala Manfredi (2014) que “la virtud de la diplomacia digital reside no tanto en la creación de nuevos objetivos de política exterior, sino en la

capacidad de extender las redes de influencia” (p. 349). Estas redes de influencia permitirían al ministerio ampliar su visión respecto al panorama internacional e influir a través de la visibilización del país y sus posiciones sobre determinados temas.

Sobre este punto, es oportuno destacar uno de los aspectos mencionados en la estrategia de Francia, el cual corresponde a la denominada “Diplomacia de Influencia Digital”, la cual según se señaló en el capítulo anterior, busca promover los intereses y la imagen de Francia, así como reforzar el diálogo con la sociedad civil, poniendo especial énfasis en dar a conocer la actividad del ministerio. La diplomacia francesa ha tomado conciencia del fenómeno de la diplomacia digital, diseñando incluso esta estrategia para posicionarse de forma muy acertada, tratando de adaptar sus objetivos de política exterior al nuevo entorno digital. Lo anterior es un buen ejemplo para la diplomacia costarricense, en el sentido de que la diplomacia digital podría resultar de gran utilidad para la defensa de sus intereses, tomando en cuenta que el poder blando (*soft power*) es uno de los activos del país.

Parte del éxito que se pueda alcanzar en las redes sociales de internet, radica en la capacidad que se tenga para adaptarse a ellas, en este sentido, la creatividad juega un papel muy importante, ya que el crear contenido propio para informar y/o comunicar aspectos relevantes de la política exterior implica un esfuerzo que va más allá de sólo reproducir los comunicados de prensa y compartir noticias. Al respecto señala Manfredi (2014) que se “tiene que fomentar la participación y la interacción ciudadana y no convertirse en mero repetidor de los mensajes oficiales” (p. 5).

Sobre este mismo punto señala Bassante (2013):

No son pocas las ocasiones en que las entidades ávidas de ser percibidas como modernas mantienen cuentas en redes sociales sin producir ningún contenido propio, y lo que es peor, limitándose a reproducir en esas plataformas noticias y boletines de prensa ajenos con una redacción extremadamente formal y protocolaria construida para otros medios (p. 87).

Estrechamente vinculado a lo anterior, la interacción es una de las novedades más importantes que han traído consigo las redes sociales de internet. En este sentido cabe recordar la estrategia aplicada por los Ministerios de Relaciones Exteriores de los países estudiados; tales como los Estados Unidos y el Reino Unido, los cuales realizan sesiones periódicas de preguntas y respuestas con sus ciudadanos y los internautas alrededor del mundo. Esta estrategia ha sido recurrente en los países referidos con anterioridad, los cuales demuestran haber comprendido una de las dimensiones más relevantes de la diplomacia digital. La diplomacia costarricense podría hacer eco de estas valiosas prácticas, que no se registran hasta el momento en el país, para comenzar a aplicarlas con el fin de estar más de cerca de los ciudadanos e internautas de todo el mundo.

Consecuente con la idea de fomentar participación y la interacción con los funcionarios diplomáticos, el Departamento de Estado de los Estados Unidos, enfatiza el uso del *blog DipNote*, como espacio para impulsar que la ciudadanía se interese en emitir criterio sobre el trabajo cotidiano en política exterior y el manejo de asuntos trascendentes para el país, a partir de los diálogos que este tipo de herramientas proveen. Sin dejar de lado que existe un equipo encargado de revisar los comentarios y preguntas que se generen, con el fin de aclarar dudas, ampliar o cambiar la información. Francia por su parte utiliza la misma herramienta del *blog*, pero con un matiz enfocado en el ministro y los diplomáticos, consideran beneficioso posicionar la figura de los altos rangos como personas cercanas con las que se puede conversar.

De forma que los *blogs*, son otra útil estrategia que han utilizado todos los países estudiados (Estados Unidos, Francia, España y Reino Unido) para acercar la labor de los diplomáticos a la ciudadanía. En este sentido, las redes sociales virtuales son una valiosa herramienta para potenciar el alcance de los *blogs* y acercarlos a un mayor número de personas más allá de las fronteras de un país. Esta podría ser otra estrategia eficaz que contribuye a la visibilización de la política exterior de Costa Rica contada por sus protagonistas, lo cual le otorga un valor agregado tomando en consideración la importancia que ha adquirido la personalización de la política exterior; sin dejar de guardar ese delicado equilibrio entre la discreción y la

visibilidad de la labor diplomática. En este sentido, la formación en el tema de la diplomacia digital, así como la experiencia de los diplomáticos en el ejercicio de la profesión; les otorgan un importante panorama sobre qué contar y cómo contarlo a través de los *blogs*.

La interacción en los sitios analizados de Costa Rica refleja ser limitada; en comparación con los países modelo, no se practican sesiones de preguntas y respuestas en línea tanto desde el MREC, así como las embajadas ni el Departamento Consular. Además, se carece de *blog* institucional, de figura pública para el Canciller u otras figuras de

la representación diplomática costarricense. Únicamente la representación diplomática costarricense en Panamá cuenta con un espacio en internet similar a la figura del *blog*, el cual se denomina “Boletín de la misión de Costa Rica en Panamá”, el cual se publica mensualmente. En él se comparten historias de costarricenses en Panamá, se narran brevemente informaciones sobre reuniones y trabajo de la embajada, así como actividades que ocurren en Costa Rica.

### Ilustración 65. Página Principal del Boletín de Embajada de Costa Rica



Fuente: <http://us14.campaignarchive2.com/?u=5492a081b251b7f797c116c7b&id=203c31da98>

### Ilustración 66. Sección del Boletín de la Embajada de Costa Rica en Panamá sobre historias de costarricenses en este país.

#### Costarricenses en Panamá



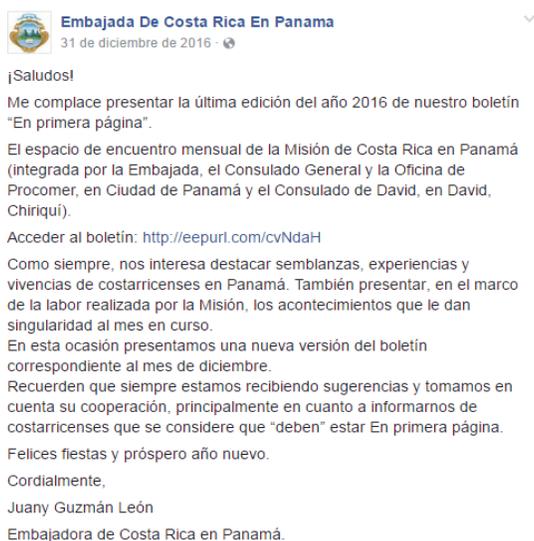
**Santiago José Flores Oconitrillo.**

Reside in Ciudad de Panamá desde 1998, adonde llega inicialmente con una promesa de contrato por un mes con la compañía Copa Airlines, que había abierto una oferta para asistir en la modificación de cabinas, cálculo de peso y balance de aeronaves, pues la empresa estaba realizando cambios en sus aviones para introducir la cabina de clase ejecutiva.

Fuente: <http://us14.campaign-archive2.com/?u=5492a081b251b7f797c116c7b&id=203c31da98>

Es destacable que el ejemplo anterior representa un esfuerzo valioso en términos de Diplomacia Digital. En este mismo sentido conviene indicar que en el perfil de *Facebook* de la Embajada de Costa Rica en Panamá se comparte el link para acceder a dicho sitio *web*, lo cual es positivo en términos de lograr una mayor difusión y visibilización de este último. De igual manera, se detectaron algunos aspectos que se deben mejorar, entre ellos cabe destacar que en esta página no se permite realizar comentarios y, además, se presenta con el logo del gobierno anterior, lo que resta a la unidad de la imagen de la administración a la que pertenece.

### **Ilustración 67.** Publicación de la Embajada de Costa Rica en Panamá relativa al Boletín Informativo.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/embajada.panama/?fref=ts>

Es menester referirse al aspecto adaptativo de las redes sociales y plataformas digitales de apoyo, contempladas dentro de las estrategias de diplomacia digital que han implementado todos los países referentes. "La clave está en encontrar la manera en que los diferentes usuarios se hagan eco de las noticias que son significativas para una determinada representación diplomática" (Bassante, 2013, p. 86). Es un imperativo para los Ministerios de Relaciones Exteriores alcanzar la mayor cobertura posible, una de las maneras que ha sido efectiva, es adaptando los perfiles al idioma

del país en el que se sitúa la embajada y en ocasiones adecuándose a la red social más utilizada en ese país.

Esta forma ha sido ampliamente considerada por los países estudiados, los cuales poseen cuentas en diversos idiomas como parte de su estrategia para acercarse a la gente en distintos países. En este sentido, España, además de contemplar el aspecto del idioma, también se esfuerzan por mantener la coherencia de los mensajes, como bien lo señala el señor Ministro Consejero de la Embajada de España en Costa Rica, Ricardo Añino; “publicar en un lenguaje homogéneo” y si dentro de las posibilidades del ministerio se cuenta con los recursos necesarios, se elaboran contenidos que atañen a una región específica. En el caso de Costa Rica, la representación española se enfoca en *Facebook*, ya es el sitio más utilizado por los costarricenses; y a través de esta plataforma se comparten noticias sobre la realidad nacional española.

El Departamento de Estado de los Estados Unidos que configura uno de los perfiles más poderosos a nivel diplomático del mundo, detenta 11 cuentas oficiales en *Twitter* con idiomas diferentes. No se quedan atrás Francia y Reino Unido quienes también han acoplado a la perfección dicha práctica. Aunado a ello, muestran tácticas novedosas para hacer crecer la actividad en redes. Tales como el monitoreo que realiza Ministerio de Asuntos Extranjeros de Francia sobre el comportamiento en *Twitter* que le permite conocer en lo inmediato cuales son los temas más populares. La FCO, por su parte para aumentar el alcance de las publicaciones, y ganar nuevos adeptos quiso apostar, además de la diversidad de idiomas; por añadir fotos, audio, video y *gifts*. Materiales disponibles para las embajadas en una biblioteca virtual.

Sobre esas características, las redes sociales de internet del Ministerio de Exteriores costarricense no aplican la adaptación al idioma exceptuando el *Twitter* de la representación diplomática ante la República Francesa, como aspecto muy positivo de resaltar. Pero presenta las demás cuentas, incluida la del Ministerio, Departamento Consultar y Canciller en español únicamente. La atención a este aspecto debe mantenerse muy presente, ya que se pueden incurrir en errores no tan frecuentes,

pero significativos como lo es compartir una noticia en un idioma diferente al que se utiliza en el país donde está establecida la embajada.

Dado lo anterior, resulta fundamental adaptarse a estas nuevas plataformas; la red social *Twitter*, especialmente, reta la capacidad de síntesis para la transmisión de información diplomática. En este sentido, uno de los grandes desafíos tanto en *Twitter* como en *Facebook*, es precisamente proveer a través de estas plataformas un contenido profundo, coherente y estratégico que permita darle consistencia a los mensajes que se deseen transmitir, y en esta labor los diplomáticos juegan un papel trascendental.

No menos importante resulta el tema de la forma; es decir, la manera de comunicar la información referente a la diplomacia a través de las redes sociales de internet, tomando en consideración el alcance y la difusión de estas últimas. No se puede dejar de lado que el estilo de comunicación en las redes sociales requiere ser sucinto y directo. Sobre este punto refiere Bassante (2013) “No importa que la información se origine en fuentes gubernamentales o aborde temas de notable oficialidad; sino se transmite bajo los estándares adecuados de las redes sociales virtuales, difícilmente tendrá un impacto” (p. 83).

En esta misma línea, conviene mencionar según señaló el señor canciller de la república, Manuel González Sanz, un aspecto positivo que desde la perspectiva de esta investigación debe potencializarse, ya que indicó que en la medida de lo posible se trata de que los comunicados que se comparten en las redes sociales de internet sean cortos, con palabras sencillas y que recuerden un contexto que sirva como antecedente para la persona que lo lee, en este sentido “nosotros tratamos en la medida de lo posible de ponernos en los pies de un ciudadano que no tiene que ser experto en materia de política exterior y que lo entienda” (Comunicación personal, 14 de julio, 2017).

Continuando con las referencias de Bassante, para capturar la atención de los internautas es fundamental darle a las publicaciones un carácter familiar y amistoso,

tomando en consideración que no se puede ignorar el hecho de que de cada vez más personas buscan las redes sociales de internet para informarse y actualizarse respecto a los acontecimientos tanto nacionales como internacionales, razón por la cual resulta fundamental una adecuada estrategia de diplomacia digital que comprenda correctamente la lógica de comunicación que se desprende de las redes sociales; que permita aprovechar todo su potencial.

Como se logra apreciar en la ilustración 68, el tipo de manejo es “amistoso” en palabras del autor citado, ya que refiere al ámbito cultural de la región con temas específicos como: la poesía, pintura, cine, trajes típicos, entre otros; que acercan en gran manera a la ciudadanía con la Embajada, haciéndoles partícipes del cumplimiento de la política exterior de manera sencilla y familiar. Este trabajo a su vez es explicado de forma breve, clara, atractiva a la vista y en estrecha relación con la categoría de organismos internacionales, puntualmente el incentivo a la participación de Costa Rica en el SICA.

**Ilustración 68.** Publicación de carácter “familiar y amistosa”.



**Fuente:** <https://goo.gl/egZqnK>

Como corolario de lo anterior, la creación de contenido propio resulta de vital importancia para generar un valor añadido en el uso de las redes sociales. Según señala Bassante (2013) uno de los peores errores que se puede cometer en estas plataformas virtuales, es limitarse a reproducir noticias, boletines de prensa, entre otros; los cuales están redactados con la rigidez formal y protocolaria propia de la actividad diplomática y posiblemente elaborada para otros medios.

Lo anterior, fue recurrente a la hora de analizar la mayoría de las redes sociales virtuales del MREC, se logró apreciar que la forma en que se utilizan las mencionadas redes, adolece de un excesivo barniz institucional, que no permite generar cercanía con los ciudadanos usuarios de estas plataformas; precisamente, y como se ha

referido a lo largo de esta investigación, la cercanía y la interacción son dos de las grandes ventajas que otorgan las redes sociales de internet a la actividad diplomática.

Para Bassante (2013) es fundamental la producción de contenidos propios “no se puede pretender tener una presencia exitosa en las redes sociales virtuales sin producir contenidos propios” (p. 87). Argumenta lo anterior debido a que, si un determinado perfil de una embajada comparte solamente los comunicados del ministerio, “sería preferible un link a la página *web* de esa cancillería” (p. 87) ya que se pierde la esencia de la red social, la información tiende a ser muy protocolaria, rígida, poco acondicionada para el lector que busca inmediatez, claridad y brevedad.

**Ilustración 69.** Contenido de elaboración propia del MREC con base en encuesta de la Universidad de Costa Rica.



**Fuente:** <https://twitter.com/CRcancilleria>

La imagen anterior muestra como el Ministerio toma información de una encuesta realizada por la academia costarricense; en este caso de la Universidad de Costa Rica y crea un mensaje propio con una explicación clara y visual que proporciona mejor comprensión por parte del lector. A ese tipo de prácticas son las que refiere el autor mencionado, como las que deberían ser destacadas para las estrategias de comunicación diplomática a través de herramientas digitales.

Por su parte, la red social *Twitter*, se ha convertido en la más utilizada por los distintos líderes mundiales. De acuerdo con el estudio anual *Twiplomacy* (2016), esta red, es el

canal de comunicación preferido por los Jefes de Estado y los Gobiernos. Así mismo, cabe destacar que la red social *Facebook* es la segunda más utilizada por líderes y organizaciones. No obstante, conviene acotar también, que según el estudio los seguidores de *Facebook* duplican los de *Twitter*.

El estudio destaca, además, que frecuentemente los Ministros de Relaciones Exteriores y las Cancillerías utilizan *Twitter* para el establecimiento de relaciones mutuas. Por ejemplo, en mayo de 2015, el Departamento de Estado de los Estados Unidos estableció contacto con su homóloga de Cuba mediante *Twitter*, pocos meses antes del restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre ambos países. Por su parte, el recién estrenado presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, ha hecho de *Twitter*, una de sus armas más poderosas para comunicarse.

Como se logra mostrar, *Twitter* es una plataforma en la cual se pueden apreciar principalmente, comunicaciones y sucesos diplomáticos al más alto nivel, lo cual es parte de lo que se evidencia en el estudio *Twiplomacy*. Es por ello, que se hace hincapié en la importancia de que el Ministerio de Relaciones Exteriores y sus Embajadas alrededor del mundo, así como las figuras clave de la política exterior costarricense comiencen a utilizar esta plataforma con más asiduidad, con el fin de no solo conectar con audiencias alrededor del mundo, sino también estar más cerca de los sucesos diplomáticos que tienen lugar en este espacio y que poseen el potencial de modificar el escenario internacional; así como incidir en los objetivos de la política exterior de Costa Rica. Dada la creciente utilización de esta plataforma por parte de Jefes de Estado, gobiernos e instituciones, *Twitter* se convierte en un espacio idóneo para establecer una comunicación directa y fluida con otros ministerios de relaciones exteriores, instituciones y figuras clave de la política internacional.

Al respecto, conviene recordar que una de las primeras comunicaciones registradas al más alto nivel se dio en el año 2011, entre el Ministro de Relaciones Exteriores de Suecia y su homólogo de Bahrein. En esta ocasión y ante la dificultad del ministro sueco para ponerse en contacto con su contraparte por los canales oficiales, este escogió *Twitter* para enviarle un mensaje en el cual básicamente le indicaba que

necesitaba comunicarse con él. Posteriormente, el ministro sueco comentó que gracias a *Twitter* pudo establecer una rápida conexión con su colega (Bassante, 2013).

Sobre la anécdota anterior, destaca Bassante (2013) que la decisión de los ministros de comunicarse a través de *Twitter* tiene una gran relevancia dado que ambos son las más altas figuras de la representación diplomática en sus respectivos países. Agrega, además:

(...) su área de competencia -la diplomacia- ha estado históricamente marcada por el respeto a las formas y a rígidos protocolos, inclusive en el establecimiento de un canal de comunicación, como es el caso en cuestión. En realidad, a la luz de lo ocurrido, se puede establecer de manera más general, que en el mundo moderno es válido buscar un contacto también de una manera moderna (p. 81).

Al momento de la conclusión de la presente investigación, solamente se encontraron las cuentas del MREC, la Embajada de Costa Rica en Francia y el Canciller activas en *Twitter*, razón por la cual sería conveniente una mayor utilización de esta plataforma por parte de la diplomacia costarricense y sus autoridades, considerando la importancia que ha adquirido como uno de los principales canales de comunicación de la diplomacia al más alto nivel. En este mismo sentido, también es importante realizar un estudio previo y/o informarse para tener un conocimiento claro sobre cuál es la red social más utilizada en el país donde se encuentren ejerciendo la representación diplomática; y no únicamente limitarse a la utilización de únicamente una red social, como lo es en este caso *Facebook*.

Por su parte el Ministro de Relaciones Exteriores y Culto al ser la máxima autoridad diplomática del país, conviene mencionar que la utilización que haga de las redes sociales de internet es un factor determinante en la proyección de la imagen y la política exterior de Costa Rica; así mismo, plataformas tecnológicas como la red social *Twitter* le brindan la posibilidad de comunicarse de manera efectiva con sus homólogos y otras figuras relevantes del escenario internacional, es decir, establecer

comunicaciones al más alto nivel. En este mismo sentido, también le permite estar de alguna manera más cerca de las conversaciones globales en torno a distintas temáticas que podrían afectar o beneficiar la política exterior del país. Como se mencionó anteriormente, el análisis y procesamiento de la información relativa a los acontecimientos importantes es de fundamental importancia para la labor diplomática, tanto para los representantes en el exterior, como para las más altas figuras diplomáticas.

Cabe destacar que las publicaciones del canciller guardan estrecha vinculación con las temáticas de la política exterior; así mismo, frecuentemente comparte imágenes e información de sus actividades como Canciller de la República, sin embargo, no se aleja de la seriedad propia del cargo que ostenta. Con lo anterior se desaprovecha una importante oportunidad de generar mayor empatía con sus seguidores. Al respecto, es necesario recordar que todo lo que se publica y/o comparte a través de estas plataformas construyen una identidad particular que se proyecta y se afianza a través de estas plataformas. Lo anterior supone una gran ventaja en lo que respecta a la credibilidad, la confianza y la cercanía. En otras palabras, estas plataformas aportan elementos esenciales para la construcción y proyección de las figuras públicas.

### **Ilustración 70.** Publicación en Facebook del Canciller sobre sus actividades.



**Fuente:** <https://www.facebook.com/manuelgonzalezscr/?fref=ts>

**Ilustración 71.** Publicación en Twitter del Canciller sobre resultados en política exterior.



**Fuente:** <https://twitter.com/mgonzalezsanj?lang=es>

Se ha evidenciado a lo largo de la investigación que la diplomacia digital acarrea consigo un elemento en el que se fundamenta su aparición, el cual corresponde a la apertura. En el caso costarricense, de igual manera que Estados Unidos, Reino Unido y Francia las bases de esa apertura se asientan sobre una alianza internacional que aboga por “la adopción de políticas de derecho de acceso a la información pública, participación ciudadana, lucha contra la corrupción y gobierno electrónico, en cada uno de los Estados miembros” (Gobierno Abierto Costa Rica, en línea) llamada *Open Government Partnership* o Alianza para el Gobierno Abierto, a la cual Costa Rica se sumó en 2012 y por ende se heredó a la Administración Solís Rivera darle continuidad a los compromisos adquiridos.

A partir de ello Costa Rica ha elaborado una estrategia en la que se pretende, “fomentar la transparencia de las instituciones y en fortalecer la rendición de cuentas” (Gobierno Abierto Costa Rica, en línea). Las acciones de la estrategia de Gobierno Abierto aplican a la institucionalidad pública dentro de las cuales el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto no es la excepción.

De aquí la importancia de que un país como Costa Rica tenga en consideración el tema de la transparencia como eje transversal de la función diplomática. Un ejemplo de acción concreta fue el lanzamiento a concurso público por primera vez en la historia del Ministerio, de plazas para nombrar funcionarios en el extranjero. El hecho como tal está guiado por la lucha contra la corrupción pilar de Gobierno Abierto; en ese sentido la vinculación con las prácticas de diplomacia digital responde a la elaboración propia de un video explicativo del procedimiento que se llevó a cabo con

los nombramientos. Lo cual es una acción contundente de rendición de cuentas. Concluye el video con las palabras del ministro: “esta es una Cancillería de puertas abiertas” (González, 2017, en línea).

### **Ilustración 72.** Video rendición de cuentas del MREC.



**Fuente:** [https://www.facebook.com/pg/CancilleriaCostaRica/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/CancilleriaCostaRica/videos/?ref=page_internal)

Este buen ejercicio aporta de acuerdo con Bassante (2013), la transparencia necesaria para que las personas recurran al espacio virtual como fuente principal de información.

Esta reputación en el caso de entidades oficiales, se basa en la credibilidad y en la pertinencia de la información publicada. De hecho, si se quiere conocer la posición oficial o la declaración respecto a algún tema por parte de una cancillería o embajada, por ejemplo, es necesario que exista en el usuario de las redes sociales la suficiente confianza para buscarlas en las cuentas oficiales (p. 88).

La ciudadanía también exige mayor información respecto a la forma en que se conduce la política exterior y los sucesos internacionales que podrían impactarla. De tal manera que “la cantidad de conocimiento que una persona tiene y puede tener

acerca de las relaciones que su país lleva a cabo con el exterior depende, en parte, del acceso o información que las páginas y/o medios oficiales permitan y compartan públicamente” (Ugalde, 2015, p. 60). Sobre este punto cabe acotar, que la literatura sobre diplomacia digital publicada hasta el momento hace énfasis en la oportunidad que proveen las redes sociales virtuales para acercar la labor diplomática a los ciudadanos, fortaleciendo así la relación ciudadano-Estado.

Todas estas prácticas brindarían la oportunidad de estar informados y acercarse tanto a los ciudadanos costarricenses dentro y fuera del país, así como a los extranjeros interesados en la política exterior costarricense. El incremento de la confianza de los ciudadanos en las instituciones del servicio exterior es otro de los efectos positivos que podría traer consigo la ejecución de estas prácticas. La ausencia de información respecto a la actividad exterior en general conlleva al desinterés ciudadano. No obstante, es importante acotar que no necesariamente toda la información diplomática debe pasar por las redes sociales, en este sentido, es necesario un balance entre la transparencia y la confidencialidad, que con una estrategia clara que oriente el accionar digital, permitiría evitar este antagonismo. En relación con lo anterior, es destacable que, para el señor canciller de la república, Manuel González Sanz, las redes sociales de internet “permiten arraigar a la ciudadanía al trabajo que realiza la cancillería; hay mucho desconocimiento y mucha abstracción por lo general hacia las cancillerías” (Comunicación personal, 14 de julio, 2017).

Dentro de la estrategia digital es necesaria la creación de una unidad exclusiva para tratar el tema de la diplomacia digital con el objetivo de planificar y generar cauces de acción en torno a dicha actividad. Cabe destacar el caso de España, en el cual la Oficina de Información Diplomática (OID), centraliza la actividad digital y emite lineamientos semanales para sus diplomáticos alrededor del mundo respecto a qué tipo de información se puede publicar, con base en un análisis previo sobre la realidad y los acontecimientos tanto dentro como fuera de España.

Así mismo, es importante realizar una labor de seguimiento que permita valorar el trabajo tanto a nivel interno (MAEC) como externo (Embajadas), con la finalidad de

generar retroalimentación y no permitir que el proceso se paralice por descuido o desinterés. Tal y como apunta Rodríguez (2015), es necesario comprender que el fenómeno de la diplomacia digital, llegó para quedarse y no es el futuro sino el presente, por lo que resulta de vital importancia comenzar a generar una estrategia que oriente el accionar del MAEC no solo en las redes sociales de internet sino también en otras plataformas y espacios virtuales que permitan crear una estrategia integral con vocación de permanencia en el tema de la diplomacia digital.

Según señala Manfredi (2014) uno de los errores más comunes es la creación de subcomisiones paralelas que se encarguen de los medios sociales, orientadas únicamente con una visión de comunicación y ajenas a las labores del diplomático. Lo cual resulta contraproducente ya que se estaría ignorando el otro eje fundamental de la diplomacia digital, que es justamente la diplomacia y la política exterior; lo cual requiere principalmente de una estrategia dirigida por quienes ejercen la diplomacia, porque son ellos quienes mejor conocen la política exterior del país; además sus reflexiones y valoraciones son el punto de partida para determinar qué comunicar y cómo comunicar a través de las redes sociales de internet.

Continuando con las acciones destacadas, se debe agregar a la lista de consideraciones para una estrategia digital el tema de seguridad en internet. Westcott (2008) muy acertadamente indica que: “Internet trae consigo tres interrogantes clave sobre el uso de información: cómo pueden los usuarios manejar la gran cantidad de información que encuentran disponible; cuánto de ello puede ser confiable; cómo puedo mantener segura la información y los sistemas propios” (Traducción libre, p. 12).

Indiscutiblemente es adecuado pensar en una estrategia de diplomacia digital, considerando la ciberseguridad. En este sentido, amerita que Costa Rica en una eventual construcción de estrategia, tome en cuenta que cierta información diplomática debe guardar discreción para que no corra el riesgo de que “enemigos diplomáticos tanto gubernamentales como no gubernamentales como por ejemplo organizaciones terroristas extraigan información confidencial” (Westcott, 2008, Traducción libre, p. 14). El asunto no es nuevo, ya existen métodos entre los expertos

avanzados y probados en países como Estados Unidos que lo contempló desde los primeros pasos en la incursión digital. Por lo que el acompañamiento de aliados internacionales es fundamental para el fortalecimiento y actualización de medidas.

Uno de los aspectos especialmente relevantes es la formación de los diplomáticos en esta materia. Es preciso contar con un cuerpo diplomático capaz de comprender la trascendencia y el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente las redes sociales de internet, y cómo estas últimas son capaces de aportar un valor agregado a la función diplomática. Países como España y Francia han puesto especial atención a la formación de sus diplomáticos atendiendo a las exigencias del mundo de hoy.

Por lo que se considera oportuno que el Ministerio de Relaciones Exteriores a través del Instituto del Servicio Exterior “Manuel María Peralta”, capacite a sus miembros y futuros diplomáticos con el fin de dotarlos de las herramientas necesarias para hacer frente al desafío que supone la irrupción de las TIC en el ejercicio de la función diplomática. En este sentido, podría el Ministerio y específicamente el Instituto del Servicio Exterior realizar convenios con otras instituciones diplomáticas de los países más avanzados en esta temática para la capacitación tanto de autoridades diplomáticas costarricenses como del Instituto del Servicio Exterior, con el fin de que estas capacitaciones permitan iniciar con la formación de diplomáticos respecto a este tema en el país.

Sobre este punto, cabe mencionar una de las estrategias implementadas en España, país que en las capacitaciones le ha dado prioridad a los funcionarios que tuvieran un alto grado de responsabilidad en la representación diplomática. Lo anterior, tomando en cuenta en primer lugar la edad y resaltando con ello la importancia de familiarizarlos con las nuevas tecnologías; así mismo, el hecho que estos funcionarios contaran con una posición ventajosa dentro de la representación diplomática les brindaría una valiosa oportunidad para difundir la cultura digital dentro de su misión diplomática.

La edad de los funcionarios del servicio exterior constituye un factor clave que podría limitar la implementación y el fortalecimiento de la diplomacia digital, de ahí la importancia de empezar a acostumbrar a estos funcionarios al uso de la misma. De igual manera, aquellos que poseen puestos de alta representación y responsabilidad en el Servicio Exterior en general, indudablemente pueden contribuir de una manera eficaz para incentivar a los demás funcionarios a incursionar en la diplomacia digital.

Tal y como lo refiere Bassante (2013):

(...) desde la invención de Gutemberg hasta la de Zuckemberg, los canales de información y sus contenidos han cambiado drásticamente. Lo que ha debido permanecer constante, en cambio, es una elevada capacidad del diplomático para lidiar con esos cambios y adaptarlos a los intereses de su país (p. 78).

En la adaptabilidad a los cambios reside una de las principales necesidades de quienes ejercen la función diplomática. Para este caso en específico, es preciso señalar que el accionar diplomático debe estar orientado al análisis y el procesamiento de la información que se recibe y/o circula a través de estas plataformas.

Costa Rica es un país con valores históricamente definidos que lo ha posicionado de manera efectiva en la esfera internacional, por lo que su fortaleza reside en la utilización del poder blando. Los valores que ha defendido a través de su historia, le permite tener una orientación clara para la elaboración de una adecuada estrategia de diplomacia digital; lo cual es un elemento fundamental que permitiría darle coherencia no solo a la estrategia, sino también fortalecer la solidez de los principios que caracterizan a Costa Rica como país a través de la utilización estratégica de las redes sociales de internet.

Es en este contexto que la utilización del poder blando, estrechamente ligado al uso de las redes sociales de internet para efectos de esta investigación, adquiere especial relevancia para la diplomacia costarricense. Las redes sociales de internet brindan una valiosa oportunidad para potencializar los recursos intangibles con que cuenta Costa Rica, por lo que resulta relevante perfeccionar una estrategia acorde a los

intereses y prioridades de la política exterior costarricense, lo cual a su vez permitiría levantar liderazgo a partir de una política innovadora. Las redes sociales son instrumentos idóneos para vehicular valores, ideologías, mensajes, posiciones, etc. Tal y como refiere Bassante (2013) “las redes sociales resultan casi imprescindibles, si el fin que se busca es dar a conocer los resultados de una gestión, o difundir y promocionar políticas, eventos, manifestaciones culturales, servicios consulares, etc” (p. 87).

En ese sentido, esta investigación evidenció que la utilización del poder blando que hace Costa Rica a través de estas plataformas está principalmente vinculada a la promoción de sus valores históricos tales como la defensa de los derechos humanos, de la paz, las libertades fundamentales, el desarme y el medio ambiente; temáticas de especial relevancia para el país que son posibles de potencializar a través de una estrategia de diplomacia digital idónea para tales fines. En este mismo orden de ideas, es importante hacer mención a la promoción del turismo en el país, el cual también ha sido un eje fundamental de la actividad exterior costarricense. Como se logró apreciar, la aplicación del poder blando de Costa Rica recae principalmente en los elementos relacionados con los valores políticos que han edificado su desarrollo, su cultura y el turismo.

A partir de lo referido con anterioridad, cabe cuestionarse qué tan consciente se encuentra la diplomacia costarricense respecto a lo que significa la diplomacia digital, así como sus aportes y riesgos. A pesar de que el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, así como el Canciller y algunas Embajadas de Costa Rica en el exterior mantienen cuentas activas en las redes sociales de internet, especialmente *Facebook*, no se puede ignorar el hecho de que su actividad en las mismas está aún muy lejos de alcanzar el impacto y la trascendencia que se ha logrado por ejemplo en los países antes analizados; tales como Estados Unidos, Francia, Reino Unido y España. La mayoría de las publicaciones analizadas, si bien poseen el mérito de estar en la mayoría de los casos en concordancia con los principios de la política exterior, todavía falta camino por recorrer.

En este sentido, cabe destacar que la diplomacia digital ha sido ejecutada por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto prescindiendo de una estrategia para tales fines, ya que como se logró apreciar, se mantienen cuentas activas, se comparten noticias, se informa sobre las actividades de representación del canciller, embajadores (as) y otras autoridades diplomáticas; sin embargo, no existe una estrategia real que les permita comprender las dimensiones más importantes de la diplomacia digital y cómo potencializarlas.

Dada la nueva realidad virtual, es preciso que las autoridades diplomáticas interioricen que las redes sociales de internet, no son un tema del futuro, ciertamente, ya constituyen el presente de las comunicaciones. Al respecto, el sentido de urgencia juega un papel fundamental ya que el desinterés, el temor o la ausencia de una estrategia clara; resultan contraproducentes para el desarrollo y la conceptualización de una diplomacia digital óptima y coherente con los objetivos de la política exterior nacional.

## CAPÍTULO 6

### Consideraciones Finales

---

*“Estoy convencido de que la diplomacia digital ha llegado para quedarse. Las herramientas digitales no van a cambiar nuestras funciones esenciales como diplomáticos, pero se van a integrar en la práctica diaria.”*

**Juan José Escobar, Diplomático Español**

El contexto internacional en el que opera la diplomacia se ha transformado drásticamente desde el desarrollo de la globalización y más específicamente con el auge de las TIC. Lo anterior, ha traído como consecuencia un vertiginoso aumento de la inmediatez con la que suceden y se desarrollan los hechos a escala internacional. Es destacable que se ha incrementado el número de actores que configuran el espacio internacional, los cuales, a través de distintas herramientas y más concretamente las TIC, poseen la capacidad de influir en la agenda internacional.

En este contexto, y como se argumentó a lo largo de esta investigación, las funciones tradicionales de la diplomacia siguen incólumes; ya que esta última continúa protegiendo y promoviendo los intereses de un Estado. Sin embargo, se enfrenta a importantes desafíos, ya que hoy la actividad diplomática debe hacerle frente a nuevos contextos, agendas y procesos (Escobar, 2016).

Este nuevo contexto está fuertemente influenciado por el fenómeno de la diplomacia digital, la cual presenta una amplia variedad de oportunidades para la consecución de determinados objetivos de política exterior. En tal sentido, es preciso contar con una estrategia clara que oriente la visión en este tema, ya que como se ha referido, su uso inadecuado también podría generar serios problemas para la diplomacia de un país.

Resulta importante tener en consideración que si bien las redes sociales de internet constituyen una valiosa herramienta de comunicación en los tiempos que corren; muy especialmente en el ámbito diplomático, se requiere de un buen criterio para determinar el propósito de utilizarlas en el ejercicio de la actividad diplomática. Lo

anterior, significa que no necesariamente las redes sociales de internet deben ser utilizadas y aprovechadas para todos los objetivos de la política exterior de un país, ello dependerá de la estrategia, prioridades y características particulares de cada uno.

En línea con lo anterior, tampoco se debe ignorar el hecho que el ejercicio de la diplomacia, dada su naturaleza, todavía implica una gran discreción, y por ello quienes la ejercen deben de contar una preparación idónea para enfrentarse al desafío de una sociedad global cada vez más interconectada que demanda transparencia y participación en el escenario internacional. De ahí la importancia de que los diplomáticos del siglo XXI reconozcan la trascendencia de este nuevo paradigma de las relaciones internacionales denominado “diplomacia digital”.

Sobre este punto cabe resaltar el planteamiento valioso de Babinet (2015) “antes que una revolución tecnológica es una revolución cultural la que deben hacer los diplomáticos” (en línea). En esta dirección, una adecuada comprensión y formación en el tema de la diplomacia digital por parte de los diplomáticos permitirá una correcta implementación de una eventual estrategia. Se retoma nuevamente la idea de que la diplomacia digital constituye un fenómeno que ayuda al desarrollo de la función diplomática, no modifica su propósito, es decir, la complementa. Cabe destacar un aspecto de gran interés, ya que, para el señor canciller de la república, Manuel González Sanz, el principal reto en materia de diplomacia digital en el país “es cambiar la mentalidad y tener la actitud de utilizar estos recursos al máximo posible y para hacerlo hay que tener el conocimiento y ahí tenemos que invertir más” (Comunicación personal, 14 de julio, 2017).

Sobre lo anterior, cabe resaltar las palabras de Juan José Escobar, diplomático español:

(...) estoy convencido de que la diplomacia digital ha llegado para quedarse. Las herramientas digitales no van a cambiar nuestras funciones esenciales como diplomáticos, pero se van a integrar en la práctica diaria con el objetivo de proyectar y ampliar nuestros mensajes, ayudarnos a crear nuevas redes de

influencia y relacionarnos con el creciente número de actores externos que influenciarán las relaciones interestatales (Escobar, 2016, p. 50).

Tal y como refiere Cachinero (2016):

(...) ser una potencia económica o contar con una fuerte capacidad militar suponía contar con atributos que garantizaban la supervivencia de las naciones y su posición fuerte en el escenario internacional. Sin embargo, el escenario de las relaciones internacionales ha experimentado un cambio sustancial en lo que va de siglo, y aunque estos factores siguen teniendo gran relevancia ya no son los únicos que marcan el status y la proyección de un país en el exterior (p. 112).

Desde la perspectiva de esta investigación, la utilización del poder blando permite multiplicar la influencia de las naciones alrededor del orbe; y para tales fines las redes sociales de internet constituyen un espacio idóneo que permite optimizar la proyección y visibilización de la política exterior de un país y consecuentemente el logro de objetivos concretos en este ámbito.

Con base en lo expuesto, es que se resalta la importancia de que un país pequeño y sin ejército permanente como Costa Rica, se haga eco de estas novedosas herramientas digitales con el fin de proyectar los valores y principios de su política exterior, así como eventualmente sus intereses y posiciones respecto a determinados temas del escenario global; logrando con ello incrementar su influencia y visibilidad en la arena internacional. Lo anterior, permitiría dinamizar su actividad diplomática y constituiría un paso importante ante el desafío de adaptar la diplomacia costarricense a esta nueva sociedad del cambio, marcada por la influencia de las redes sociales de internet.

A modo general, a lo largo de esta investigación se logró constatar que entre las principales ventajas que ofrece la diplomacia digital, específicamente las redes sociales de internet –*Facebook* y *Twitter*- objetos de análisis de esta investigación, se encuentra en primer lugar, que ofrecen información de primera mano respecto a los principales temas que preocupan a la sociedad, lo cual resulta fundamental tanto para los Ministerios de Relaciones Exteriores propiamente, como para las embajadas

alrededor del mundo, ya que les permite tener un marco de referencia respecto a aquellas sociedades a las que deben integrarse. Además, también permiten la identificación de líderes en determinadas temáticas, lo cual permite completar el mapa de influencia de las embajadas en los países donde operan, facilitando la información necesaria para focalizar sus metas.

Así mismo, otra de las grandes ventajas, es que permiten acercar sus servicios a los ciudadanos, dado que, con el auge de las redes sociales de internet, las distancias ya no constituyen un problema para acercarse a los ciudadanos residentes en el exterior. Al respecto, menciona Martí (2016) que:

(...) en una sociedad global interconectada mediante comunidades virtuales y redes que no conocen de fronteras, los ciudadanos tienen cada vez más canales a su disposición para exigir a la Administración transparencia, informaciones de calidad, agilidad en la atención y rapidez a la hora de responder de forma eficaz a sus necesidades (p. 54).

Respecto a la gestión consular, las redes sociales de internet resultan una herramienta de gran importancia ya que permiten escuchar y dialogar con los ciudadanos de manera directa, por lo cual su utilidad es evidente, en el tanto permiten obtener información. Así mismo, facilita brindar información a los ciudadanos especialmente en situaciones de crisis. Lo anterior, permite estrechar vínculos entre los ciudadanos en el exterior y la Administración tanto central (Ministerio) como en el exterior (Embajadas y Consulados).

La utilización de las redes sociales de internet también supone una serie de riesgos, en el tanto participar activamente en ellas no supone necesariamente un posicionamiento respecto a todos los temas, de ahí la importancia de continuar resguardando la discreción que supone el ejercicio de la actividad diplomática, y realizar un uso estratégico de las redes sociales en relación con objetivos y fines determinados previamente en una estrategia digital. Desde luego, que la novedad del fenómeno trae consigo temor respecto a su uso, un “tuit” o un *post* en *Facebook* abren

la posibilidad tanto de construir como de destruir, no obstante, la formación en este tema, así como la experiencia de los funcionarios diplomáticos en el ejercicio de sus funciones permitirá un involucramiento cuidadoso y prudente que facilite aprovechar las potencialidades en este campo.

Referirse al estado de la diplomacia digital en Costa Rica como se logra apreciar a lo largo de esta investigación, engloba el cumplimiento o implementación de varios factores. Uno de ellos, que es vital desde el enfoque de estudio que se llevó a cabo, es el uso de redes sociales que facilita internet con un especial énfasis en *Facebook* y *Twitter* de manera estratégica. Es decir, la utilización de un reglamento dictado por quienes ejercen las relaciones exteriores y diplomáticas de un país, en acompañamiento de un equipo técnico y/o asesor en temas digitales o del campo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

En concreto, Costa Rica no cuenta con una estrategia de diplomacia digital. Además, no existe un instrumento general para evaluar el estado de diplomacia digital en el país. Dado lo anterior, para el caso de estudio, se verificó qué tan avanzada está la práctica, a partir de los parámetros que han establecido los países referentes descritos en esta investigación. De esta forma se extrajo que el MREC cuenta con un total de 47 representaciones diplomáticas, de las cuales 33 Embajadas poseen perfiles en *Facebook* y solamente 3 tienen perfiles en *Twitter*.

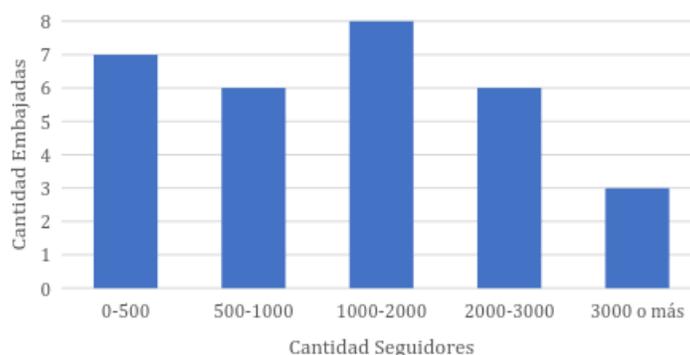
Lo anterior, sugiere a modo general, que las embajadas están presentes en redes sociales en aproximadamente un 50%, es decir la mitad de las representaciones. Es recalable, además, que la presencia en redes sociales en internet se encuentra principalmente en *Facebook*, siendo contrario al resto de países cuyo enfoque es en *Twitter*, red social por excelencia de la diplomacia digital.

Las especificaciones de cada perfil se muestran en el cuadro No. 1 de anexos. Dentro de los detalles más relevantes que aporta, se resalta la cantidad de seguidores o “me gusta” que posee cada página. Para *Facebook* a la fecha de monitoreo que corresponde al mes de marzo 2017, el mínimo de “me gusta” que tuvo un perfil fueron 90 personas

correspondiente a la Embajada de Costa Rica en el Estado de Catar. Caso contrario a la Embajada de Costa Rica en la República de Panamá con el máximo de 5 991 seguidores.

A modo general, las cantidades de seguidores de los sitios en *Facebook* de las embajadas de Costa Rica en el mundo se agrupan de la siguiente forma: menos de 500 seguidores hay 7 embajadas, entre 500 y 1000 seguidores hay 6 embajadas, entre 1000 y 2000 seguidores hay 8 embajadas, entre 2000 y 3000 seguidores hay 6 embajadas, más de 3000 seguidores hay 3 embajadas; para un total de 30. Los resultados arrojan disparidades entre las que más son seguidas y las que menos, demostrando que no existen lineamientos, ni metas con respecto al alcance, como sí lo estipula España, por ejemplo, quienes monitorean el crecimiento en seguidores en cada embajada. El siguiente gráfico muestra la información anterior.

**Gráfico 4.** Cantidad de seguidores en Facebook de las Embajadas de Costa Rica en el mundo.



**Fuente:** Elaboración propia con base en los datos extraídos de la plataforma digital *Facebook*

Las restantes 3 embajadas para el total de 33 evaluadas tienen oculto el número de “me gusta” que posee su perfil, lo cual no permite contemplarlas dentro de la valoración y se podría considerar una práctica poco transparente, alejada del principio de acercarse a la mayor población interesada posible. En relación a esta especificación, es imprescindible indicar que la cantidad de seguidores no significa necesariamente aceptación de todo lo que se plantea en el perfil, al trabajo de la embajada o que sea sinónimo de participación. Es sin duda, un debate abierto conocer el significado detrás de la acción de otorgar un me gusta a páginas o publicaciones.

Por otra parte, sobre la misma red social (*Facebook*), es indispensable observar el estado de dichas cuentas, las cuales se categorizaron en activas, inactivas o desactualizadas, además de casos especiales. Cómo se consideró a lo largo de la investigación tener en línea un perfil requiere de actualización constante y estratégica, de lo contrario es preferible que no se abra el espacio en la red.

Se evidencia que para las representaciones costarricenses 19 son cuentas activas, es decir que mantienen constante el flujo de contenido, 11 se encuentran desactualizadas y 3 son casos diferenciados. Respecto a los casos especiales éstos son: la representación en Belice ya que posee dos perfiles y confunde entre uno institucional con muy pocos seguidores y otro con más de 400 que requiere enviar solicitud de amistad como si fuera una página personal. La representación en Brasil cuyo sitio no tiene publicaciones y Gran Bretaña que posee un tipo de *Facebook* con información inexacta y de uso poco amigable.

Siendo Gran Bretaña uno de los países más desarrollados, la representación costarricense en este país no presenta mayor grado de avance en la materia, como si lo hace la embajada de Costa Rica en Francia. Dado que no existe control desde el ministerio y las acciones quedan criterio de los diplomáticos, o sus funcionarios a cargo del uso de las redes sociales. Por lo que se notan las asimetrías dentro de los perfiles de las embajadas costarricenses. Algunas poseen un muy buen manejo, constante actualización y mensajes acorde a la política exterior, en tanto que otras cometen errores.

Para el caso de Costa Rica, ya que no se produce contenido propio de cada embajada, a excepción de actividades culturales; lo que están implementando es replicar las publicaciones del Ministerio, del Ministro, de Casa Presidencial y del Presidente Luis Guillermo Solís en su mayoría. Pese a ser una buena práctica debe haber un balance de contenidos y no mantener el muro con información solamente re publicada.

En esta dirección una buena estrategia de diplomacia digital incluye la emisión de contenido propio, es decir, crear contenido adaptado a los intereses de la política

exterior o de las embajadas en particular. Del estudio realizado se desprende que los perfiles de la mayoría de las embajadas costarricenses únicamente comparten noticias, fotografías y algunos otros elementos; por lo que resulta fundamental fortalecer este punto, y para ello se requiere una estrategia adecuada que contemple las prioridades y analice la coyuntura del escenario internacional.

En lo que respecta a *Twitter* se cuenta con 3 perfiles que pertenecen a las embajadas de Costa Rica en: la República de Francia, República Bolivariana de Venezuela y Perú. *Twitter* tiene la particularidad de poder ser seguido y de seguir. Esto último es recomendable se incluya con cautela dentro de la estrategia de diplomacia digital, ya que lo ideal es que un perfil institucional siga a sus similares, es decir; figuras diplomáticas, mandatarios y en general perfiles que generen información relevante para la toma de decisiones. Seguir a particulares podría causar un exceso de información poco útil para el trabajo del ministerio o la embajada. Por último, la plataforma ofrece la alternativa de remover la opción tal como lo hace el perfil de la embajada de Costa Rica en Francia.

En general el número de seguidores que ostentan los perfiles en *Twitter* también es bajo en comparación con los alcances de los países que sí aplican una estrategia. La embajada de Costa Rica en Francia y Venezuela poseen menos de 400 seguidores, mientras que en Perú únicamente hay 10.

Para Costa Rica es claro que el avance en materia de diplomacia digital con respecto al uso de *Twitter* es muy incipiente, a partir de los datos recabados solamente 3 de las 65 embajadas costarricenses en el mundo posean un perfil en dicha red, lo cual es una gran desventaja en la carrera por asumir el reto digital en la labor diplomática. En este sentido, parte de la estrategia que utilizan los países avanzados en este tema, es justamente realizar un estudio previo de la red social más popular del país en el que van a asumir la representación, por lo que la red social utilizada debe ir en concordancia con lo anterior. El uso de *Twitter* está muy generalizado en otros países, por lo que la utilización de únicamente *Facebook* es un factor limitante respecto a las potencialidades de la diplomacia digital.

La finalidad del análisis de los cuatro países líderes en el tema de la diplomacia digital consistió en compilar una base de buenas prácticas con la cual valorar el estado y uso de las redes sociales en internet de los ministerios de relaciones exteriores. De ello se extrajo que la diplomacia digital utiliza múltiples herramientas o canales a través de los cuales es posible comunicar, interactuar y generar impacto sobre los objetivos de política exterior. Las redes sociales son una de ellas, sin duda, de las más importantes; sin embargo, se consideran dentro de las estrategias plataformas como: *blogs*, sitios *web*, video foros, canales en *YouTube*, cadenas de correo electrónico que no fueron objeto de estudio en esta investigación, pero que sí forman parte de las estrategias integrales de los países estudiados.

Para el caso del Ministerio de Relaciones Exteriores costarricense se recomienda considerar dentro de una eventual estrategia, además de las redes sociales de internet, toda aquella herramienta que facilite los modos novedosos de complementar la consecución de objetivos de política exterior a través de medios digitales. Al respecto, los cuatro países estudiados coinciden que un trabajo de tal magnitud debe ser asumido por una estructura, oficina o equipo formado por recurso humano que sea sostenida a través del tiempo dentro del ministerio. Con el fin de que genere contenido, vele por el cumplimiento de los lineamientos, realice seguimiento del crecimiento de los perfiles, evacue dudas de toda la red de misiones, brinde soporte técnico en caso de ser requerido, aporte pautas en ciberseguridad, facilite las capacitaciones del personal, entre otras funciones que son requeridas para mantener una estrategia digital.

Propiamente en lo que respecta a las estrategias, las experiencias muestran que éstas deberían estar compuestas por lineamientos claros sobre el manejo de grandes cantidades de información. Los ejemplos señalados a lo largo de la descripción precisan que detrás de las buenas prácticas hay un conjunto de guías adecuadas sobre cómo y cuándo opinar en redes desde los perfiles de las embajadas, cómo debe ser la manera de escribir; es decir con claridad, con uso de etiquetas (*hashtags #*), mensajes cortos y con apoyo visual de imágenes si fuese de utilidad. Además, es apropiado incluir la forma y tiempos de respuesta a comentarios, cómo atender mensajes

negativos con relación al trabajo de la embajada o consultas que no corresponden a la entidad ya que se encuentran fuera de su ámbito de competencia.

Todo lo anterior en un marco temático definido de acuerdo con los ejes de política exterior. Reafirman los funcionarios entrevistados de las embajadas de los países analizados, que los temas que se promueven en redes sociales de internet deben estar alineados a lo que el país esté buscando alcanzar en determinados momentos y con apego a los principios y/o valores históricos que los definen como nación.

En estrecha relación con los ideales y ejes se encuentra la marca país, que como se trató en esta investigación, las redes sociales de internet ofrecen una excelente oportunidad para beneficiar su proyección. En este sentido, se detectó que la marca país en estas redes, es mucho más utilizada y aprovechada por España que por los demás países, incluyendo a Costa Rica. Dado lo anterior y tomando en consideración la importancia del turismo, así como la atracción de inversiones para el país, resulta fundamental potenciar la promoción de la marca país en estos espacios virtuales. Si bien es cierto, los perfiles de la mayoría de las embajadas comparten y/o publican sobre esta temática, todavía se puede fortalecer aún más.

Por otro lado, países como Francia, Reino Unido y Estados Unidos han puesto especial atención a la necesidad de que los jefes de sus misiones diplomáticas tengan cuentas personales tanto en *Facebook* como en *Twitter*, ya que consideran que la identificación de las personas es fundamental para una correcta estrategia de comunicación. Tal y como lo refiere Escobar (2016) “cuando se tuitea con nombres y apellidos se gana en respeto, confianza y credibilidad” (p. 49). Cabe acotar que España, por su parte se ha centrado en la apertura de cuentas a nivel más institucional (Embajadas y Consulados).

Estos países han hecho hincapié en aumentar el protagonismo personal de los representantes diplomáticos como parte de su estrategia en redes sociales de internet. Lo anterior ha convertido a estas plataformas virtuales en importantes espacios donde convergen distintas posiciones, opiniones e ideologías políticas. En este sentido

“todos competimos por la atención de una audiencia global ofreciendo nuestra propia narrativa y los nuevos medios y plataformas digitales (sobre todo *Twitter* y *Facebook*) se convierten en el nuevo campo de batalla político” (Escobar, 2016, p. 48).

Es de significativa importancia explicar la naturaleza de la actividad que se desempeña, en especial cuando se trata de cargos institucionales -como en este caso los diplomáticos- ya que lo anterior está íntimamente ligado a la legitimidad, la transparencia y la credibilidad; aspectos de especial consideración que encuentran terreno fértil en las redes sociales de internet. En este punto también cabe recordar que justamente la comunicación es uno de los principales parámetros de la actividad diplomática.

En esta misma línea, la creación de *blogs* diplomáticos ha formado parte de la estrategia de los todos los países estudiados, los cuales cuentan con una serie de *blogs* consolidados a través de los cuales no sólo comunican el trabajo del ministerio como tal, sino que también le han dado un matiz más personal, al ser los propios representantes diplomáticos los que cuentan acerca de sus labores. Por medio de las redes sociales de internet, se pueden proyectar y compartir contenido relativo a los *blogs*, por lo que se convierten en un espacio ideal para la visibilización de estos últimos. La estrategia de los *blogs* permite incrementar la transparencia, credibilidad y visibilidad de la actividad diplomática. Así mismo, “permiten humanizar la labor diplomática, al partir de una visión más cercana y personal” (Martí, 2016, p. 61). En una eventual estrategia, es necesario que la diplomacia costarricense tome en consideración este aspecto, el cual al momento de la conclusión de esta investigación permanece inexplorado.

Otro aspecto fundamental dentro de las estrategias de los países analizados es la apertura de cuentas (tanto en *Twitter* como en *Facebook*) en diversos idiomas como una manera de conectar con públicos más allá de sus fronteras para debatir sobre los grandes retos globales y dar a conocer el trabajo de los Ministerios de Relaciones Exteriores, logrando con ello extender su influencia.

Sobre este particular, es importante destacar que la mayoría de los perfiles de las embajadas de Costa Rica están disponibles únicamente en el idioma español, con algunas excepciones destacables como lo es el caso de la representación diplomática en Francia, la cual posee sus cuentas oficiales en el idioma francés, y publica usualmente en este idioma. Lo anterior, resulta relevante en el tanto una forma efectiva de conectar con las personas es hacerlo justamente en su idioma. En este sentido, sería recomendable que el MREC habilite cuentas oficiales en distintos idiomas tal y como lo ha hecho el Departamento de Estado de Estados Unidos o el Ministerio de Relaciones Exteriores Francés.

Merecen destacarse también, las valiosas puestas en ejecución de los países estudiados en lo que respecta a los *chats* virtuales, por medio de los cuales han logrado conectarse con audiencias globales de manera directa, para tratar temas específicos de interés para la política exterior de estos países; tal es el caso de los *chats* periódicos que realiza el Departamento de Estado de Estados Unidos, dirigidos a la comunidad hispana a través de su cuenta de *Twitter* @USAenEspañol, o en el caso del Reino Unido, que se han llevado a cabo *chats* acerca de temas de especial interés para la política exterior de ese país como lo son los derechos humanos y la democracia.

No menos importante resulta la formación de los diplomáticos costarricenses en el tema de la diplomacia digital. La capacitación y formación de los diplomáticos en este aspecto también ha sido parte de la estrategia de los países estudiados; por lo que sería recomendable que el MREC a través del Instituto del Servicio Exterior “Manuel María de Peralta” asuman el compromiso de brindar capacitaciones y/o seminarios tanto para los diplomáticos que ya se desempeñan en el servicio exterior, así como a los futuros diplomáticos. En este punto, la cooperación que puedan establecer con las academias diplomáticas y/o ministerios de los países más avanzados en la temática es vital.

Lo anterior permitiría evitar desaciertos en esta materia, como los sucedidos con los ex embajadores en Bolivia y Corea, ambos casos tratados ampliamente al inicio de esta

investigación. Así mismo, brindaría la posibilidad a los funcionarios diplomáticos costarricenses de incursionar sin temor en este nuevo ámbito, y consecuentemente incorporar estas novedosas herramientas en su labor cotidiana. Al respecto, conviene destacar según señaló el señor canciller de la república, Manuel González Sanz, los diplomáticos cada vez necesitan una formación más integral y afirmó estar totalmente a favor de la capacitación de los diplomáticos en este tema. Reconoce, además, que faltan cursos de actualización y ser más rigurosos en la evaluación de los funcionarios diplomáticos.

No se puede ignorar que la política exterior y la diplomacia costarricense no son equiparables en su totalidad con las de los países estudiados, desde luego que la creación de una estrategia de diplomacia digital debe tomar en consideración sus características particulares. No obstante, se pueden tomar aquellos elementos y buenas prácticas que permitan construir una estrategia integral adaptada a la realidad de la política exterior y la diplomacia costarricense.

Como se evidenció a lo largo de esta investigación, en tiempos recientes se han incrementado los canales de participación e intercomunicación lo que ha facilitado la interacción entre los individuos alrededor del mundo. Desde la perspectiva de esta investigación, las redes sociales de internet concretamente *Facebook* y *Twitter*, brindan la posibilidad de acercar la actividad exterior de los Estados al ciudadano de una manera ágil, favoreciendo a su vez la transparencia, la confianza y la legitimidad del accionar del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto en el ámbito internacional.

Las redes sociales para este caso específico ofrecen una oportunidad democratizadora de la información, que, en conjunto con los fines tradicionales de la diplomacia de representación, negociación, protección y promoción de los intereses de un Estado, pueden generar una ventajosa forma de conseguir posicionamiento en lo que respecta al eje central que se impacta con estas herramientas, el poder intangible. De ahí, el aporte que se le hace a la diplomacia desde el ámbito digital puede ser tan provechoso como se defina en la estrategia y la tarea o retos de innovación de esta área poco

explorada para los Ministerios de Relaciones Exteriores y de tan creciente avance a nivel mundial.

Una de las principales virtudes de estas novedosas herramientas tecnológicas es que facilitan el involucramiento de la ciudadanía en la construcción de las agendas políticas internacionales, así como en el proceso de toma de decisiones que llevan a cabo los agentes de la política exterior, debido a que estas plataformas brindan la posibilidad de conocer de manera directa las opiniones de los ciudadanos respecto a la labor que desempeña el ministerio, así como establecer una interacción directa, lo cual resulta de trascendental importancia en el marco de un Estado democrático como lo es Costa Rica.

Lo anterior, posibilita intensificar vínculos con la ciudadanía tanto dentro como fuera del territorio nacional, acrecienta la legitimidad de las gestiones diplomáticas y en el ámbito consular permite mejorar la eficiencia de los servicios que se brindan; lo cual contribuye de manera significativa al proceso de toma de decisiones en los distintos ámbitos en los que opera el ministerio. Así mismo, genera una mayor cantidad de información brindando un panorama más amplio acerca de las necesidades y opiniones de los ciudadanos.

Cabe recordar que una de las principales tareas del diplomático ha sido tradicionalmente la gestión y utilización del conocimiento, por lo que en el contexto actual las redes sociales de internet constituyen una útil herramienta para la gestión de la información, el análisis y toma de decisiones en el ámbito de la política exterior. No obstante, la densidad y fragmentación de la información también suponen un reto en este sentido, por lo que resulta de especial relevancia una estrategia digital adecuada que contemple también el reforzamiento de la comunicación a nivel interno del ministerio para darle mayor cohesión a la comunicación de cara al exterior; este punto ha sido de especial importancia para la estrategia de diplomacia digital de Francia, como se evidenció en líneas anteriores.

En ese sentido, la presente investigación trató de analizar tanto las potenciales oportunidades como las transformaciones que ha experimentado la actividad diplomática como consecuencia de la irrupción de las TIC, concretamente las redes sociales de internet. El camino por recorrer en el estudio de esta temática es aún todavía largo, el dinamismo propio que caracteriza el avance tecnológico, así como la fase tan incipiente en que se encuentra el desarrollo de la diplomacia digital tanto a nivel académico, como estratégico y práctico desde los ministerios de relaciones exteriores, dan apertura a una amplia variedad de líneas de investigación futuras. Quedan abiertas las posibilidades desde la Ciencia Política de nuevas aristas para la investigación tales como: la profundización de los mensajes que se emiten en las publicaciones a partir de las coyunturas o contextos de cada país, análisis del material audiovisual publicado, profundización de estrategias de diplomacia digital en otros países, entre otros.

La diplomacia digital es un fenómeno novedoso. Sin embargo, como se evidenció a lo largo de esta investigación, está tomando fuerza y las redes sociales de internet, particularmente las que se analizaron (*Facebook* y *Twitter*) constituyen potenciales herramientas para la consecución de los objetivos de política exterior de un país. Al respecto, es destacable que todos los funcionarios entrevistados señalaron que estas redes sociales han ayudado a extender la influencia, así como potenciar los objetivos de política exterior de sus respectivos países.

En ese sentido, la presente investigación trató de analizar tanto las potenciales oportunidades como las transformaciones que ha experimentado la actividad diplomática como consecuencia de la irrupción de las TIC, concretamente las redes sociales de internet. Como se evidenció, la diplomacia digital va más allá de la simple utilización de los nuevos medios digitales, ya que el empleo de estos medios de manera estratégica permitiría extraer múltiples beneficios para la política exterior de un país.

## REFERENCIAS.

### Libros y capítulos de libros.

Abarca, A. Alpízar, F. Rojas, K. & Sibaja, G. (2012) *Técnicas Cualitativas de Investigación*. San José, Costa Rica: Editorial UCR.

Anikéeva, N. (2011). *Política exterior de España en los siglos XX y XXI*. MGIMO (Universidad) del Ministerio de Asuntos Exteriores de la Federación de Rusia. Recuperado de: <http://mgimo.ru/upload/iblock/72e/72e7ba4b0add4128d87a5004ca2c23a7.pdf>

Antón, A. (2016). De la estrategia de comunicación a la diplomacia digital: aquellos primeros pasos. En Manfredi, J. Feminía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital (pp. 27-35)*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Barbé, E. (2003). *Relaciones Internacionales*. 3ra ed. Madrid: Tecnos.

Barrantes, R. (2013). *Investigación: Un camino al conocimiento*. Un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. 2nda ed. San José: UNED.

Bliss, A. (2014). Seminario Diplomacia Pública: The model of United States public diplomacy. En Pérez, E; Rubio, R. (Ed.), *La Diplomacia Pública como retro de la política exterior* (pp. 44-58). Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/2015\\_ABRIL\\_FOLLETO%20SEMINARIO%20DIPLOMACIA%20PUBLICA.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/2015_ABRIL_FOLLETO%20SEMINARIO%20DIPLOMACIA%20PUBLICA.pdf)

Borja, J. Castells, M. (2000). *Local y Global, las gestiones de las ciudades en la era de la información*. México: Santillana Ediciones Generales.

Cachinero, J. (2016). Reputación e influencia en la política exterior. En Manfredi, J. Feminía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital (pp. 111-120)*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de:

[http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Cahier, P. (1965). *Derecho Diplomático Contemporáneo*. Madrid: Gráficas Nebrua.

Calduch, R. (1991). *Relaciones Internacionales*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales  
Recuperado de:  
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/sdrelint/lib1cap5.pdf>

\_\_\_\_\_. (1993). *Dinámica de la Sociedad Internacional*. Universidad Complutense de Madrid: CERA. Recuperado de:  
<https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55160/lib2cap7.pdf>

Clinton, H. (2016). *Decisiones Difíciles*. Nueva York: Simon & Schuster paperbacks.

Castells, M. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial. Recuperado de: [http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/LA\\_SOCIEDAD\\_RED-Castells-copia.pdf](http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/LA_SOCIEDAD_RED-Castells-copia.pdf)

\_\_\_\_\_. (2001). *La Galaxia Internet*. España: Areté. Recuperado de:  
[http://baseddp.mec.gub.uy/Documentos/Bibliodigi/La\\_galaxia\\_Internet.pdf](http://baseddp.mec.gub.uy/Documentos/Bibliodigi/La_galaxia_Internet.pdf)

Castillo, F. (2008). *La Protección de los Derechos Fundamentales en la Jurisdicción Constitucional y sus Vicisitudes*. San José, Costa Rica: Editorial Juritexto.

Deruda, A. (2014). *The Digital Diplomacy Handbook. How to use social media to engage with global audiences*. New York: CreateSpace.

Escobar, J. (2016). Diplomacia digital, diplomacia política. En Manfredi, J. Feminía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital (pp. 43-52)*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de:  
[http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Estrella, R. (2016). *La diplomacia española ante el reto digital. La Diplomacia Española ante el reto digital (pp. 89-100)*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de:  
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documen>

ts/2016\_FEBRERO\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf

Femenía, C. (2016). El modelo de diplomacia digital española. En Manfredi, J. Femenía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital* (pp. 19-26). Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

García-Margallo, J. (2016). Prólogo. En Manfredi, J. Femenía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital* (pp. 11-14). Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta Edición). México: Editorial Mc Graw-Hill. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2014\\_RESUMEN%20EJECUTIVO\\_%20ESTRATEGIA%20DE%20ACCION%20EXTERIOR%20ESP.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2014_RESUMEN%20EJECUTIVO_%20ESTRATEGIA%20DE%20ACCION%20EXTERIOR%20ESP.pdf)

Keohane, R. y Nye, J. (1988). *Poder e interdependencia: la política mundial en transición*. Colección de Estudios internacionales. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Publi/Libros/Poder-e-Interdependencia/02.pdf>

Manfredi, J. (2016). "La transformación profesional de la diplomacia en red". En Manfredi, J. Femenía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital* (pp. 101-110). Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Marín R. (2008). *11 de setiembre del 2001: Cambios y Retos*. Cuadernos para la Ciudadanía. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

Martí, X. (2016). La función consular: modernidad y tradición en la era digital. En Manfredi, J. Femenía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital* (pp.

55-65). Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

McQUAIL, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Recuperado de: <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>

Morales, M. (2004). *Diplomacia contemporánea. Teoría y práctica para el ejercicio profesional*. Santo Domingo, República Dominicana. Editorial Corripio.

Néspola, M. (2012). El Nuevo Paradigma de la Diplomacia. En Knop, F. (Ed.) *Creación y Producción en Diseño y Comunicación* (pp. 49-53). Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.

Nye, J. (2003). *La paradoja del poder norteamericano*. Madrid: Taurus.

Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. 2nda ed. Madrid: Dykinson. Recuperado de: <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>

Potenkim, V. (1966). *Historia de la Diplomacia*. México, D.F: Grijalbo S.A.

Rubio, R. (2016). El nuevo liderazgo Digital. En Manfredi, J. Feminía, C. (Eds.), *La Diplomacia Española ante el reto digital* (pp. 121-128). Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Sáenz, J. (2013). *Historia Diplomática de Costa Rica (1948-1970)*. Escuela de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Costa Rica. Recuperado de: <http://www.repositorio.una.ac.cr/handle/11056/13561>

Siles, I. (2008). *Por un sueño en red ado. Una historia de internet en Costa Rica (1990-2005)*. Costa Rica. Editorial UCR.

## Revistas.

- Arrosa, M. (2015). Diplomacia + Twitter = Twiplomacia en América Latina. *ENSAIOS DO IEEL*, 8(26), 3-27. Recuperado de: <http://www.ieei-unesp.com.br/portal/wp-content/uploads/2015/08/ENSAIO-DO-IEEI-N%C2%BA-26.pdf>
- Baelo, R. (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación*. 7(50), 2-12. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Recuperado de <http://www.rieoei.org/3034.htm>
- Barahona, F. (1981). Costa Rica y la Creación de la Universidad para la Paz. *Revista de Relaciones Internacionales*, 3 (2), 73-76. Universidad Nacional. Recuperado de: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ri/article/view/7010/7233>
- Bassante, D. (2013). Diplomacia Digital. Las relaciones internacionales en tiempos de Twitter y Facebook. *Revista AFESE*, 8 (59), 73-97. Recuperado de: <http://www.afese.com/img/revistas/revista59/diplodig.pdf>
- Becerra, A. (2001). Soberanía, política exterior y supranacionalidad a la entrada del siglo XXI: el caso de México. *Revista Sociológica*. 17 (48), 41-79. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/4803.pdf>
- Borau, E., Gracia, F., & Rodríguez, A. (2013). La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano. *Revista Interdisciplinaria De Ciencias De La Comunicación Y Humanidades: Comunicación Y Hombre*, Núm. 9, 76-88. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1294/129429455005.pdf>
- Bravo, L. García, U. Martínez, M. & Varela, M. (2013). La entrevista recurso flexible y dinámico. *Revista de Investigación en Educación Médica*, 3 (9), 162-167. Facultad de Medicina, Universidad Autónoma de México (UNAM). Recuperado de: [http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09\\_MI\\_LA%20ENTREVISTA.pdf](http://riem.facmed.unam.mx/sites/all/archivos/V2Num03/09_MI_LA%20ENTREVISTA.pdf)
- Cabero, J. (1994). Nuevas tecnologías, comunicación y educación. *Comunicar*, 1(3), 14-25. Recuperado de:

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=3&articulo=03-1994-04>

Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33 (4), 45-68. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656>.

Cascales, A., Real J. & Marcos B. (2011). Las Redes Sociales en Internet. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. Núm. 38, 1-18 Recuperado de: [http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/pdf/Edutec-e\\_38\\_Cascales\\_Real\\_Marcos.pdf](http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/pdf/Edutec-e_38_Cascales_Real_Marcos.pdf)

Castells, M. (2010). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *TELOS: Cuadernos de comunicación e innovación*. Núm. 74, 13-24. Recuperado de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>

Corbacho, J., Valderrama, M. & García, S. (2014). La imagen de la marca España en las redes a través de su campaña "I need Spain". *Historia y Comunicación Social*, 19 (1), 501-512.

Delgado, L. (1994). El factor cultural en las Relaciones Internacionales: una aproximación a su análisis histórico. *Revista Hispania, Revista Española de Historia*, No. 186, 257-278. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/36026331.pdf>

Domínguez, M. (2003) Las tecnologías de la información y la comunicación: sus opciones, sus limitaciones y sus efectos en la enseñanza. *Nómadas*, Núm. 8. Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100809>

Dubois, A. (2005). Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano. *Cuadernos de Trabajo de Hegoa*, Núm. 37, 1-15. Recuperado de: [http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/15190/original/Cuaderno\\_de\\_trabajo\\_37.pdf](http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/15190/original/Cuaderno_de_trabajo_37.pdf)

- Facio, G. (1985). Evolución de la Política Exterior de Costa Rica. *Revista Relaciones Internacionales. Universidad Nacional*, 1 (1), 9-19. Recuperado de: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ri/article/view/6987/7210>
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodología para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 2 (96), 35-53.
- García, J. (2004). Estudios Descriptivos. *Revista Nure Investigación. Núm. 07*. Recuperado de: <http://webpersonal.uma.es/~jmpaez/websci/BLOQUEIII/DocbIII/Estudios%20descriptivos.pdf>
- González, E. y Casilda, R. (2002). La marca país como ventaja competitiva. El valor de la marca España. *Revista ICE*, 799 (3), 101-113. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_799\\_101-113\\_DAED5E494A469A1F7A437AFF74E9D50D.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_799_101-113_DAED5E494A469A1F7A437AFF74E9D50D.pdf)
- González, M. (2015). Futuro con esperanza: Juventud, conocimiento y liderazgo. *Revista EFESE*, 2 (88), 223-236. Recuperado de: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/ri/article/viewFile/7049/7267>
- Iglesias, M. y Molina, D. (2008). La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador. *En: HAOL, Núm. 16*, pp. 109-126. España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2719256.pdf>
- López, J. (2009). Diplomacia digital y su vigencia en las relaciones internacionales Norteamérica. *Revista Académica del CISAN-UNAM*, 4 (2), 195- 204. Distrito Federal, México: Centro de Investigaciones sobre América del Norte. Recuperado de: <http://www.revistascisan.unam.mx/Norteamerica/pdfs/n08/n0809.pdf>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers. Revista De Sociologia*, 48, 103. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Luque, G. (2012). Modelo de análisis del uso de internet para promover la participación ciudadana en los procesos de toma de decisión pública (poderes Ejecutivo y Legislativo). *Signo y pensamiento*, 31 (61), 18-36. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana Bogotá. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86025373002>

- Manfredi, J. (2014). Taxonomía de la Diplomacia Digital en la nueva agenda de las relaciones internacionales. *Historia y Comunicación Social*, 19 (1), 341-354. Universidad de Castilla-La Mancha. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/47299/44349>
- Martínez, F. (1996). La enseñanza ante los nuevos canales de información. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50 (7), 1-12. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Recuperado de: [rieoei.org/deloslectores/3034Baelo.pdf](http://rieoei.org/deloslectores/3034Baelo.pdf)
- Morales, M. (2013). La Diplomacia en el Siglo XXI. *Revista Costarricense de Política Exterior*, 20 (1). Instituto del Servicio Exterior Manuel María de Peralta.
- R. Cantón, I (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50 (7), 1681-5653- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). Recuperado de: <http://www.rieoei.org/3034.htm>
- Oloqui, J. (2000). Consideraciones sobre Antecedentes del Derecho Diplomático. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 99 (1), 1147-1142. Recuperado de: <http://www.ejournal.unam.mx/bmd/bolmex099/BMD09905.pdf>
- Oviamionayi, V. (2004). Diplomacia Pública en la bibliografía actual. *Revista Ámbitos*, 12 (1), 215-236. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801212>
- Parker, C. (2004). Sobre política exterior iniciando el siglo XXI. *Revista de Sociología*, Núm. 18, 149-157. Universidad de Chile. Recuperado de: <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/sociologia/articulos/18/1808-ParkerGumucio.pdf>
- Pérez, C. (2008). La Política Exterior Francesa: la hora del balance. *Revista del Instituto de Estudios Internacionales de la Universidad de Chile*. 160 (1), 63-82. Recuperado de: <http://www.revistaei.uchile.cl/index.php/REI/article/viewFile/14115/14421>
- Rodríguez, A. (2013). Estrategias de comunicación y nueva diplomacia pública. En: *Compé, Revista Científica de Comunicación, Protocolo y Eventos*, 1 (4). 61-76. Madrid: Ediciones Protocolo. Recuperado de: [http://www.compe.es/Articulos/Compe1\\_61-76.pdf](http://www.compe.es/Articulos/Compe1_61-76.pdf)

Rubio, R. (2011). Diplomacia Digital. Una introducción. *Cuadernos de la Escuela Diplomática de España*, 44 (3), 29-56. Recuperado de: <http://www.rafarubio.es/wp-content/uploads/ciberdiplomaciaintro.pdf>

Saavedra, J. (2012). El Poder Blando de la Marca-País: Del Marketing a la Diplomacia Pública. *Revista Académica REDMARKA*. Núm. 8, 133-148. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125614>

Torres, M. (2005). El Poder Blando: ¿Una Alternativa a la Fuerza Militar? *Revista Política y Estrategia*. Núm. 100, 1-14. Recuperado de [http://www.upo.es/export/portal/com/bin/portal/upo/profesores/mrtorsor/profesor/1214213043213\\_el\\_poder\\_blando.\\_una\\_alternativa\\_a\\_la\\_fuerza\\_militar.pdf](http://www.upo.es/export/portal/com/bin/portal/upo/profesores/mrtorsor/profesor/1214213043213_el_poder_blando._una_alternativa_a_la_fuerza_militar.pdf)

UNESCO. (1989). El impacto mundial de la Revolución Francesa. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*. 51 (1), 5-71. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0008/000824/082447so.pdf>

Weckmann, L. (1960). Origen de las Misiones Diplomáticas Permanentes. *Foro Internacional*, 1 (1), 268-298. Recuperado de: [forointernacional.colmex.mx/index.php/RFI/article/download/2505/2426](http://forointernacional.colmex.mx/index.php/RFI/article/download/2505/2426)

### **Normativa y Jurisprudencia.**

Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas. (1961). Recuperado de: <https://www.oas.org/legal/spanish/documentos/convencionviena.htm>

Ley 2/2014 de la Acción y del Servicio Exterior del Estado. España. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-3248](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-3248)

Ley Orgánica 3008 Ministerio Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica. Recuperado de: [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param2=NRTC&nValor1=1&nValor2=37535&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param2=NRTC&nValor1=1&nValor2=37535&strTipM=TC)

Sala Constitucional de la Corte Suprema de Justicia. (1995). Voto N.2313-95. Costa Rica, Recuperado de: <http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/BDL/2012/2844.pdf?view=1>

## Prensa Escrita.

AFP. (5 de junio de 2012). EE.UU y China se disputan el aire. *RT Noticias*. Recuperado de: <https://actualidad.rt.com/actualidad/view/46215-EE.-UU.-y-China-se-disputan-aire>

\_\_\_\_\_. (25 de octubre de 2012). Las Redes Sociales Nuevas Armas de la Diplomacia Mundial. *La Nación Digital*. Recuperado de: [http://www.nacion.com/archivo/redes-sociales-nuevas-diplomacia-mundial\\_0\\_1301269960.html](http://www.nacion.com/archivo/redes-sociales-nuevas-diplomacia-mundial_0_1301269960.html).

Babinet, G. (22 de julio de 2015). Pas de diplomatie d'influence sans révolution numérique. *Digitalis Purpurea*. Recuperado de: <http://www.gillesbabinet.com/pas-de-diplomatie-dinfluence-sans-revolution-numerique/>

Cambroner, N. (23 enero 2015). Luis Guillermo Solís destituye a embajadora en Bolivia. *La Nación Digital*. Recuperado de: <http://www.nacion.com/el-pais/luis-guillermo-solis-destituye-a-embajadora-en-bolivia/VJGAJC7LANABPBQHIIKY346IHA/story/>

Carlson, N. (13 abril de 2011). The real history of Twitter. *Business Insider*. Recuperado de: <http://www.businessinsider.com/how-twitter-was-founded-2011-4>

Cassidy, J. (15 de mayo de 2006). How handing out the internet became big business. *The New Yorker*. Recuperado de: <https://www.newyorker.com/magazine/2006/05/15/me-media>

Chapman, C. (14 de marzo de 2011). A brief history of blogging. *Webdesignerdepot Staff*. Recuperado de: <http://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging/>

Fornaguera, I. (29 enero 2015). Embajador en Corea denuncia montaje de 'post' contra procuradora. *La Nación Digital*. Recuperado de: <http://www.nacion.com/el-pais/politica/embajador-en-corea-denuncia-montaje-de-post-contra-procuradora/W7E5Z5RYP5FPVJBHKAFUYZPRQU/story/>

Galván, R. (24 de octubre de 2012). La e-Diplomacia, el embajador en casa. *El Mundo Digital*. Recuperado de:

<http://www.elmundo.es/elmundo/2012/10/24/internacional/1351100891.html>.

Hammond, P. (2 de febrero de 2015) Foreign Secretary opens first FCO “Diplomatic Academy”. *Mercopress*. Recuperado de: <http://en.mercopress.com/2015/02/10/foreign-secretary-hammond-opens-first-fco-diplomatic-academy>

Hollande, F. (18 de enero de 2015). Francia tiene valores, sobre todo la libertad de expresión. *Diario La Nación*. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1761002-francia-tiene-valores-sobre-todo-la-libertad-de-expresion>

López, M. (10 de octubre de 2016). Qué es el 'brexit' y cómo te afecta, en 10 claves. *Elperiodico.com*. Recuperado de: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/brexit-que-es-5206572>

Obama, B. (11 de noviembre de 2008). Discurso de la Victoria. *El País*. Recuperado de: [http://internacional.elpais.com/internacional/2008/11/05/actualidad/1225839610\\_850215.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2008/11/05/actualidad/1225839610_850215.html)

Pereda, C. (18 de abril de 2011). El Departamento de Estado en *Twitter* y en español. *El País*. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/usa-espanol/2011/04/el-departamento-de-estado-en-twitter-y-en-espanol.html>

\_\_\_\_\_. (23 de febrero de 2014). La Diplomacia Digital de Estados Unidos. *El País*. Recuperado de: [http://internacional.elpais.com/internacional/2014/02/21/actualidad/1393000399\\_404451.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/02/21/actualidad/1393000399_404451.html)

Rivera, A. (20 de febrero de 2017). Números históricos hablan de la buena salud del turismo en Costa Rica en el 2016. *GobiernoCR* Recuperado de: <http://gobierno.cr/numeros-historicos-hablan-de-la-buena-salud-del-turismo-en-costa-rica-en-el-2016/>

Salas, D. (4 de octubre de 2013). Especial Red 506, Internet y Redes Sociales. *El Financiero*. Recuperado de: <http://www.elfinancierocr.com/tecnologia/resultados-del-estudio-red-506-conquistaron-redes-sociales-en-costa-rica/O3JBE24IGJBUNJ3MXC2UMCLVMA/story/>

- Johnson, M. (23 de enero de 2013). The history of Twitter. *Socialnomics*. Recuperado de: <http://socialnomics.net/2013/01/23/the-history-of-twitter/>
- Phillips, S. (25 de julio de 2007). A brief history of Facebook. *The Guardian*. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/technology/2007/jul/25/media.newmedia>
- Sachs, J. (26 de junio de 2016). El significado del 'Brexit'. *Diario El País*. Recuperado de: [http://elpais.com/elpais/2016/06/26/opinion/1466968897\\_521400.html](http://elpais.com/elpais/2016/06/26/opinion/1466968897_521400.html)
- Santos, M. (17 de septiembre de 2013). Historia de internet nacimiento y evolución. *Redes Telemáticas*. Recuperado de: <http://redestelematicas.com/historia-de-internet-nacimiento-y-evolucion>
- Shontell, A. (25 de Agosto de 2014). The Only 8 Features Facebook Had When It Launched In 2004. *Business Insider*. Recuperado de: <http://www.businessinsider.com/facebooks-first-8-features-from-2004-2014-8>
- Terra Noticias. (7 de abril de 2013). Twitter y las Redes Sociales, nuevo desafío para la diplomacia de EE.UU. Terra Noticias. Recuperado de: <http://noticias.terra.cl/mundo/eeuu/twitter-y-las-redes-sociales-nuevo-desafio-para-la-diplomacia-de-eeuu,65de4b9ccd44d310VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>

### **Trabajos Finales de Graduación.**

- Aguirre, R. Ayala, M. & López, M. (2012). *Evolución de la política exterior de los Estados Unidos de América para Medio Oriente; de un enfoque militarista a uno democratizador. Perspectivas de cambio frente a la crisis política en el Norte de África. Período 2001-2011. Casos Libia y Yemen*. (Licenciatura). Universidad de El Salvador, El Salvador. Recuperado de: <http://ri.ues.edu.sv/2640/1/Evoluci%C3%B3n%20de%20la%20Pol%C3%ADtica%20Exterior%20de%20los%20Estados%20Unidos%20de%20Am%C3%A9rica%20para%20Medio%20Oriente%3B%20de%20un%20enfoque%20militarista%20a%20uno%20democratizador..pdf>
- Campos, S. (2014). *La Gestión de la Comunicación e Información de la Política Exterior por Medio del Análisis de Usabilidad: Caso del Sitio Web del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica*. (Magíster).

Universidad Estatal a Distancia (UNED). San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1300/1/La%20gesti%20on%20de%20la%20comunicacion%20e%20informacion%20de%20la%20politica%20exterior%20.pdf>

Gómez, G. (2014). *El proceso hacia el tratado sobre el comercio de armas* (Licenciatura). Universidad de Salamanca. Recuperado de: [https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/124435/1/TG\\_GomezMarques\\_Proceso.pdf](https://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/124435/1/TG_GomezMarques_Proceso.pdf)

Granados, L. (2010). *Sede de Misión Diplomática. Principios y Régimen Jurídico Aplicable*. (Licenciatura). Universidad de Costa Rica. Recuperado de: <http://ij.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/Sede-de-Mision-Diplomatica.pdf>

Ramírez, B. (2001). *La transición de la diplomacia tradicional a la diplomacia comercial: el caso de México*. (Licenciatura). Universidad de las Américas Puebla, México. Recuperado de: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/ramirez\\_v\\_b/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/ramirez_v_b/capitulo1.pdf)

Terrés, G. (2011). *Nuevas Herramientas de Comunicación para la Diplomacia Mexicana*. (Maestría). Escuela de Periodismo Carlos Septién García. México, D.F. Recuperado de: <http://www.septien.edu.mx/septien/maestria/tallertesis/tallertesis/10.-%20Gabriel%20Jorge%20Terr%C3%A9s%20Cruz%20-%20Nuevas%20herramientas%20de%20comunicaci%C3%B3n%20para%20la%20diplomacia%20Mexicana.pdf>

Ugalde, P. (2015). *Beneficios de la Implementación de una Diplomacia Digital en México*. (Licenciatura). Universidad Veracruzana. Veracruz, México. Recuperado de: <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/34557/browse?type=author&order=ASC&rpp=55&value=Ugalde+L%C3%B3pez%2C+Paula+Ivana>

### **Informes, boletines, comunicados y ponencias.**

Bello, I. (2012). *Medios, diplomacia y poder: un enfoque desde la Comunicación*. Instituto Superior de Relaciones Exteriores Raúl Roa García. pp.

- 1-15. Recuperado de:  
[http://www.isri.cu/publicaciones/articulos/2012/boletin\\_0612.pdf](http://www.isri.cu/publicaciones/articulos/2012/boletin_0612.pdf)
- Belloch, C. (sf). *Las tecnologías de la información y comunicación (T.I.C.). Unidad de Tecnología Educativa*. Universidad de Valencia. Recuperado de:  
<http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>
- Burgdörfer, S. & Solís, C. (2014). *Luis Guillermo Solís expone ejes estratégicos de su Política Exterior*. Fundación Konrad Adenauer. Recuperado de:  
<http://www.kas.de/costa-rica/es/publications/39154/#>
- Cárdenas, J., Gómez, J., Hernández, J. (2012). *Modelo para el estudio de la Comunicación Política Gubernamental en las entidades públicas. VIXI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación* (Ponencia). Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC), Montevideo.
- Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques (2014). Obama anuncia los ejes de política exterior para el resto de su mandato. Recuperado de:  
<http://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/0606oba.pdf>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos. (s.f). *Historia de la Corte IDH*. Recuperado de: <http://www.corteidh.or.cr/index.php/es/acerca-de/historia-de-la-corteidh>
- Embajada de Costa Rica en Colombia. (s.f). Pilares de la Política Exterior de Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Colombia. Recuperado de:  
[http://www.embajadadecostarica.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=168&Itemid=584](http://www.embajadadecostarica.org/index.php?option=com_content&view=article&id=168&Itemid=584)
- Embajada de los Estados Unidos en Uruguay. (2010). Departamento de Estado lanza concurso internacional en *Twitter*. Embajada de los Estados Unidos en Uruguay. Recuperado de:  
<http://archives.uruguay.usembassy.gov/usaweb/2010/10-007ES.shtml>
- Estudios Ilifebelt. (2015). Estudio 2015 de redes sociales para Centroamérica y el Caribe. [Estudios Ilifebelt]. Recuperado de: <http://ilifebelt.com/estudio-redes-sociales-centroamerica-ilifebelt-2015/2015/07/>
- Fernández, J. (2015). *Acción Cultural Exterior en Europa: un análisis comparado*. Observatorio Cultura y Comunicación. Fundación Alternativas. Recuperado de:

[http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/cultura\\_documentos\\_archivos/d4eb3a4b3ddbb0de98de5d36b5bb4d42.pdf](http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/cultura_documentos_archivos/d4eb3a4b3ddbb0de98de5d36b5bb4d42.pdf)

Flores, J. Morán, J. y Rodríguez, J. (2009). *Las redes sociales*. Unidad de Virtualización Académica Lima 012. Lima: Perú. Recuperado de: <http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>

González, J. (2011). *Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Carpeta Informativa*. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spe/SPE-CI-A-02-11.pdf>

Jara, E. (1989). *La Función Diplomática. Proyecto de cooperación con los Servicios Exteriores de América Latina PNUD-CEPAL*. Recuperado de: [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/29597/S3272J37\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/29597/S3272J37_es.pdf?sequence=1).

Lunn, J. Miller, V. and Smith, B. (2008). *British foreign policy since 1997*. International Affairs and Defence Section. London. [researchbriefings.files.parliament.uk/documents/.../RP08-56.pdf](http://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/.../RP08-56.pdf)

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2013). *Historia del Ministerio*. Recuperado de: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/Historia/Paginas/HistoriaDelMinisterio.aspx>

Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional. (2011). *La France et les enjeux globaux des technologies de l'information et de la communication*. Recuperado de: [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/les\\_enjeux\\_globaux\\_des\\_TIC-FR.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/les_enjeux_globaux_des_TIC-FR.pdf)

\_\_\_\_\_. (2013). *Diplomacia de influencia digital*. Recuperado de: <http://www.diplomatie.gouv.fr/es/asuntos-globales/diplomacia-digital/diplomacia-de-influencia-digital/>

Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica. (2014). *Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 "Alberto Cañas Escalante"*. Recuperado de: <https://documentos.mideplan.go.cr/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/cd1da1b4-868b-4f6f-bdf8-b2dee0525b76/PND%202015-2018%20Alberto%20Ca%C3%B1as%20Escalante%20WEB.pdf>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, República de Costa Rica. (23 de Enero de 2015). Comunicado de Prensa. Recuperado de: <http://www.rree.go.cr/index.php?sec=servicios%20al%20publico&cat=servicios%20de%20informacion&cont=593&noticia=2060>.

\_\_\_\_\_. (2015). Comunicado de Prensa. Recuperado de: <http://www.rree.go.cr/index.php?sec=servicios%20al%20publico&cat=servicios%20de%20informacion&cont=593&noticia=2082>.

Noya, J. (2005). El Poder Simbólico de las Naciones. *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*. Recuperado de: <http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/209/NoyaPoderSimbolico.pdf>

Presidencia de la República de Costa Rica. (2014). Costa Rica celebra entrada en vigencia del Tratado sobre el Comercio de Armas. Presidencia de la República de Costa Rica. Recuperado de: <http://presidencia.go.cr/comunicados/2014/12/157-costa-rica-celebra-entrada-en-vigencia-del-tratado-sobre-el-comercio-de-armas/>

\_\_\_\_\_. (2015). Cifras turísticas respaldan posicionamiento de Costa Rica como destino turístico. Recuperado de: <http://presidencia.go.cr/prensa/comunicados/223-cifras-turisticas-respaldan-posicionamiento-de-costa-rica-como-destino-turistico/>

Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible. (2011). *Aporte de la política exterior costarricense al desarrollo humano*. Programa Estado de la Nación. Recuperado de: [http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca\\_virtual/018/Chacon-K-y-Corrales-F-2012-Aporte-de-la-politica-exterior-al-desarrollo-humano.pdf](http://estadonacion.or.cr/files/biblioteca_virtual/018/Chacon-K-y-Corrales-F-2012-Aporte-de-la-politica-exterior-al-desarrollo-humano.pdf)

\_\_\_\_\_. (2015). *Política Exterior*. Programa Estado de la Nación. Recuperado de: <http://www.estadonacion.or.cr/21/assets/pen-21-2015-baja.pdf>

Rubio, F. (2012). El Poder Internacional en la Sociedad en red. *Retos de nuestra acción exterior: Diplomacia Pública y Marca España*. Colección Escuela Diplomática. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/EscuelaDiplomatica/Documents/COLECCION%20ESCUELA%20DIPLOMATICA\\_NUM%2018.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/EscuelaDiplomatica/Documents/COLECCION%20ESCUELA%20DIPLOMATICA_NUM%2018.pdf)

- Sáenz, J. (2000). *La Cancillería de Costa Rica*. Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica. Recuperado de: <https://www.rree.go.cr/files/includes/files.php?id=248&tipo=contenido>
- Secretaría de Relaciones Exteriores de México (2011). *Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte: Carpeta Informativa*. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spe/SPE-CI-A-02-11.pdf>
- Torrealba, A. (2015). *Medios de Comunicación, Información y Redes Sociales en la Política Exterior de Bolivia, Ecuador y Venezuela (2006-2012)*. (Ponencia) Recuperado de: [https://www.academia.edu/10239163/MEDIOS\\_DE\\_COMUNICACION\\_Y\\_REDES\\_SOCIALES\\_EN\\_LA\\_POLITICA\\_EXTERIOR\\_DE\\_BOLIVIA\\_ECUADOR\\_Y\\_VENEZUELA\\_EN\\_EL\\_PERIODO\\_2006-2012\\_2015\\_](https://www.academia.edu/10239163/MEDIOS_DE_COMUNICACION_Y_REDES_SOCIALES_EN_LA_POLITICA_EXTERIOR_DE_BOLIVIA_ECUADOR_Y_VENEZUELA_EN_EL_PERIODO_2006-2012_2015_)
- Torrubia, J. (2016). "La comunicación digital y los hubs digitales: la práctica desde el exterior". *La Diplomacia Española ante el reto digital*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documentos/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documentos/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)
- UNESCO, (2010). Un enfoque estratégico de política exterior para la era intercultural. *Serie Cuadernos UNESCO Guatemala No. 2*. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001906/190623s.pdf>
- Valero, B. (2012). *Embajada de Francia en Madrid. La diplomacia francesa en la era de la Web 2.0*. El Quai d'Orsay. Recuperado de: <http://www.ambafrance-es.org/La-diplomacia-francesa-en-la-era>
- Van Ham, P. (2008). *Place Branding: The state of the art*. The Annals of the American Academy of Political and Social Science. Recuperado de: <http://ann.sagepub.com/content/616/1/126.short>
- Westcott, N. (2008). *Digital Diplomacy: The Impact of the Internet on International Relations*. Oxford Internet Institute. Recuperado de: <https://www.oii.ox.ac.uk/archive/downloads/publications/RR16.pdf>

Yuste, C. (2016). “¡Trabajo Cumplido!”. *La Diplomacia Española ante el reto digital*. Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

### **Comunicaciones Personales**

Comunicación Personal. Denise Lewis Martínez. Directora de Prensa, Comunicación y Asuntos Políticos. 25 de abril de 2017. Embajada del Reino Unido en Costa Rica.

Comunicación Personal. Eric Catalfamo. Consejero de Prensa y Cultura de la Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica. 31 de julio de 2017. Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica.

Comunicación Personal. Manuel González Sanz. Ministro de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica. 14 de julio de 2017. Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, Costa Rica.

Comunicación Personal. Michael Lee. Community Manager de la Embajada de Estados Unidos en Costa Rica. 31 de julio de 2017. Embajada de los Estados Unidos en Costa Rica.

Comunicación Personal. Olga Bolaños. Encargada de Prensa y Comunicación de la Embajada de la República de Francia en Costa Rica. 25 de mayo de 2017. Embajada de la República de Francia en Costa Rica.

Comunicación Personal. Ricardo Aniño. Ministro Consejero de la Embajada de España en Costa Rica. 30 de marzo del 2017. Embajada del Reino de España en Costa Rica.

Comunicación Personal. Stéphanie Toulet. Primer Consejero de la Embajada de la República de Francia en Costa Rica. 25 de mayo de 2017. Embajada de la República de Francia en Costa Rica.

### **Sitios web oficiales:**

Boletín de la Misión de Embajada de Costa Rica en Panamá. Recuperado de:  
[http://us14.campaign-  
archive2.com/?u=5492a081b251b7f797c116c7b&id=203c31da98](http://us14.campaign-archive2.com/?u=5492a081b251b7f797c116c7b&id=203c31da98)

Embajada de Costa Rica en Belice. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/embajadadecostarica.enbelize/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/embajadadecostarica.enbelize/?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en Canadá. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-  
Canad%C3%A1/131158646950387](https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Canad%C3%A1/131158646950387)

Embajada de Costa Rica en Estado de Catar. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-in-  
Qatar/256491664369013?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-in-Qatar/256491664369013?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en Estado de Israel. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Israel-  
851626364888568/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Israel-851626364888568/?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en Estados Unidos de América. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/EmbajadadeCostaRicaenlosEEUU>

Embajada de Costa Rica en Estados Unidos Mexicanos. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-  
M%C3%A9xico/363591350417692](https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-M%C3%A9xico/363591350417692)

Embajada de Costa Rica en Japón. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/embajadacostarica.japon?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en Reino de Bélgica. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/ecrbel>

Embajada de Costa Rica en Reino de España. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/embajadacostaricaenespana/?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en Canadá. (s.f.). Sobre Costa Rica. Embajada de Costa Rica en Canadá. Recuperado de: <https://www.costaricaembassy.com/es/costarica.php>

Embajada de Costa Rica en Reino de los Países Bajos. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Los-Países-Bajos/277628899020022?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en Reino de Noruega. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/costarica.noruega>

Embajada de Costa Rica en Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte. Recuperado de: <https://www.facebook.com/pages/Embassy-of-Costa-Rica-London/201300490071694>

Embajada de Costa Rica en República Bolivariana de Venezuela. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/embajadadecostaricaenvenezuela>

Embajada de Costa Rica en República de Austria. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/CR1821AT/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/CR1821AT/?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en República de Chile. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Chile-100575983330421/>

Embajada de Costa Rica en República de Colombia. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En-Bogota/639842926029641?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en República de Corea. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Corea-425223514339959/?ref=ts&fref=ts>

Embajada de Costa Rica en República de Cuba. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Cuba/362835200396148>

Embajada de Costa Rica en República de El Salvador. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-El-Salvador/362551933823877>

Embajada de Costa Rica en República de Guatemala. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/embajadadecostaricaenguatemala?v=wall>

Embajada de Costa Rica en República de Honduras. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Honduras-105300179873682/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Honduras-105300179873682/?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en República de India. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/Embajada.CostaRica.India>

Embajada de Costa Rica en República de Nicaragua. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Nicaragua/119033261531334?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en República de Panamá. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/embajada.panama>

Embajada de Costa Rica en República de Singapur. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/EmbassyCRSG?fref=ts>

Embajada de Costa Rica en República de Turquía. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Turquia/660421524077327>

Embajada de Costa Rica en República del Paraguay. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/costarricenseenparaguay>

Embajada de Costa Rica en República del Perú. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/pages/Embajada-de-Costa-Rica-en-Per%C3%BA-sitio-oficial/913011865422077?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en República Dominicana. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/EmbajadaCostaRicaRD>

Embajada de Costa Rica en República Federal de Alemania. Recuperado de:  
[https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Alemania-831371430251436/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/Embajada-de-Costa-Rica-en-Alemania-831371430251436/?ref=br_rs)

Embajada de Costa Rica en República Federativa del Brasil. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100010130087136&fref=ts>

Embajada de Costa Rica en República Oriental del Uruguay. Recuperado de:  
<https://www.facebook.com/pages/Embajada-De-Costa-Rica-En->

Uruguay/1634383703443729

Embajada de la Costa Rica en Venezuela. Recuperado de:  
[https://twitter.com/EmbCR\\_Vzla](https://twitter.com/EmbCR_Vzla)

Embajada de EE.UU. en Alemania. Recuperado de: <https://twitter.com/GermanyinUSA>

Embajada de EE.UU. en Austria. Recuperado de: <https://twitter.com/usembvienna>

Embajada de EE.UU. en Bélgica. Recuperado de: <https://twitter.com/usembbrussels>

Embajada de EE.UU. en Bolivia. Recuperado de: <https://twitter.com/EUAenBolivia>

Embajada de EE.UU. en Brasil. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbaixadaEUA>

Embajada de EE.UU. en Canadá. Recuperado de:  
<https://twitter.com/usembassyottawa>

Embajada de EE.UU. en Chile. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbajadaEEUUcl>

Embajada de EE.UU. en Colombia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/EmbassyBogota>

Embajada de EE.UU. en Costa Rica. Recuperado de: <https://twitter.com/usembassysjo>

Embajada de EE.UU. en Dinamarca. Recuperado de:  
<https://twitter.com/usembdenmark>

Embajada de EE.UU. en Ecuador. Recuperado de:  
[https://twitter.com/usembassy\\_quito](https://twitter.com/usembassy_quito)

Embajada de EE.UU. en Egipto. Recuperado de: <https://twitter.com/0UsEmbassyCairo>

Embajada de EE.UU. en el Reino Unido. Recuperado de: <https://twitter.com/USAinUK>

Embajada de EE.UU. en España. Recuperado de:  
<https://twitter.com/USEmbassyMadrid>

Embajada de EE.UU. en Finlandia. Recuperado de: <https://twitter.com/usembfinland>

Embajada de EE.UU. en Francia. Recuperado de: <https://twitter.com/usdos.france>

Embajada de EE.UU. en Holanda. Recuperado de: <https://twitter.com/usembthe Hague>

Embajada de EE.UU. en Irlanda. Recuperado de:  
<https://twitter.com/USEmbassyDublin>

Embajada de EE.UU. en Israel. Recuperado de: <https://twitter.com/usembassyta>

Embajada de EE.UU. en Italia. Recuperado de: <https://twitter.com/AmbasciataUSA>

Embajada de EE.UU. en Japón. Recuperado de: <https://twitter.com/usembassytokyo>

Embajada de EE.UU. en Kenia. Recuperado de: <https://twitter.com/USEmbassyKenya>

Embajada de EE.UU. en Libia. Recuperado de: <https://twitter.com/USAEmbassyLibya>

Embajada de EE.UU. en Marruecos. Recuperado de:  
<https://twitter.com/USEmbMorocco>

Embajada de EE.UU. en México. Recuperado de: <https://twitter.com/USEmbassyMEX>

Embajada de EE.UU. en Nigeria. Recuperado de:  
<https://twitter.com/USEmbassyAbuja>

Embajada de EE.UU. en Panamá. Recuperado de: <https://twitter.com/USEmbPAN>

Embajada de EE.UU. en Paraguay. Recuperado de: <https://twitter.com/laembajada>

Embajada de EE.UU. en Polonia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/USEmbassyWarsaw>

Embajada de EE.UU. en Qatar. Recuperado de: <https://twitter.com/USEmbassyQatar>

Embajada de EE.UU. en República Dominicana. Recuperado de:  
<https://twitter.com/EmbajadaUSAenRD>

Embajada de EE.UU. en Rusia. Recuperado de: <https://twitter.com/usemabssyrussia>

Embajada de EE.UU. en Suecia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/usembassysweden>

Embajada de EE.UU. en Uruguay. Recuperado de: <https://twitter.com/usembassyMVD>

Embajada de España en Bolivia. Recuperado de: <https://mobile.twitter.com/EmbajadaEspLPaz>

Embajada de España en Colombia. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbajadaEspCol>

Embajada de España en Costa Rica. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspSanJoseCR>

Embajada de España en Estados Unidos. Recuperado de: <https://twitter.com/SpainIntheUSA>

Embajada de España en Francia. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspFrancia>

Embajada de España en Israel. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspTelAviv>

Embajada de España en Italia. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspItalia>

Embajada de España en Jamaica. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbSpainJamaica>

Embajada de España en Kenia. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspKenia>

Embajada de España en Luxemburgo. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEsLuxemburgo>

Embajada de España en Panamá. Recuperado de: <https://mobile.twitter.com/EmbEspPan>

Embajada de España en Suiza. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspSuiza>

Embajada de España en Trinidad y Tobago. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspTT>

Embajada de España en Turquía. Recuperado de: <https://twitter.com/EmbEspTurquia>

Embajada de Francia en Corea. Recuperado de: <https://twitter.com/FranceenCoree>

Embajada de Francia en Costa Rica. Recuperado de: <https://twitter.com/FranceCR>

Embajada de Francia en Ecuador. Recuperado de:  
<https://twitter.com/FranceEquateur>

Embajada de Francia en Egipto. Recuperado de:  
<https://twitter.com/A21FranceenEgypte>

Embajada de Francia en El Salvador. Recuperado de:  
[https://twitter.com/FR\\_El\\_Salvador](https://twitter.com/FR_El_Salvador)

Embajada de Francia en España. Recuperado de: [https://twitter.com/france\\_espagne](https://twitter.com/france_espagne)

Embajada de Francia en Estados Unidos. Recuperado de:  
<https://twitter.com/franceintheus>

Embajada de Francia en Honduras. Recuperado de:  
[https://twitter.com/EmbaFrancia\\_Teg](https://twitter.com/EmbaFrancia_Teg)

Embajada de Francia en Irak. Recuperado de: <https://twitter.com/FranceBagdad>

Embajada de Francia en Italia. Recuperado de: <https://twitter.com/FranceenItalie>

Embajada de Francia en Perú. Recuperado de: <https://twitter.com/FrancePerou>

Embajada de Francia en Reino Unido. Recuperado de:  
<https://twitter.com/FranceintheUK>

Embajada de Francia en República Dominicana. Recuperado de:  
<https://twitter.com/FranciaRepDom>

Embajada del Reino Unido en Canadá. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinCanada>

Embajada del Reino Unido en Chile. Recuperado de: <https://twitter.com/UKinChile>

Embajada del Reino Unido en Colombia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinColombia>

Embajada del Reino Unido en Costa Rica. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinCostaRica>

Embajada del Reino Unido en España. Recuperado de: <https://twitter.com/ukinspain>

Embajada del Reino Unido en Francia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinFrance>

Embajada del Reino Unido en Guatemala. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinGuatemala>

Embajada del Reino Unido en Indonesia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinIndonesia>

Embajada del Reino Unido en Japón. Recuperado de: <https://twitter.com/UKinJapan>

Embajada del Reino Unido en Jordania. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinjordan>

Embajada del Reino Unido en México. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinMexico>

Embajada del Reino Unido en Perú. Recuperado de: <https://twitter.com/UKinPeru>

Embajada del Reino Unido en Rusia. Recuperado de: <https://twitter.com/ukinrussia>

Embajada del Reino Unido en Tailandia. Recuperado de:  
<https://twitter.com/ukinthailand>

Embajada del Reino Unido en Venezuela. Recuperado de:  
<https://twitter.com/UKinVenezuela>

Esencial Costa Rica. Recuperado de: <http://www.esencialcostarica.com/>

Carnets diplomatique. Recuperado de: <http://blog.diplomatie.gouv.fr>

Cuenta oficial de John Kerry. Recuperado de: <https://twitter.com/JohnKerry>

Cuenta oficial de la Misión Diplomática de Francia ante la Unión Europea. Recuperado de: <https://twitter.com/RPFranceUE>

Cuenta oficial de la Misión Diplomática de Francia ante las Naciones Unidas. Recuperado de: <https://twitter.com/franceonu>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Chino. Recuperado de: [https://twitter.com/USA\\_Zhongwen](https://twitter.com/USA_Zhongwen)

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Español. Recuperado de: <https://twitter.com/USAenEspañol>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Francés. Recuperado de: <https://twitter.com/USAenFrançais>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en inglés. Recuperado de: <https://twitter.com/StateDept>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Portugués. Recuperado de: <https://twitter.com/USAemPortugues>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Ruso. Recuperado de: <https://twitter.com/USApoRusski>

Cuenta oficial del Departamento de Estado en Urdu. Recuperado de: <https://twitter.com/USAUrdu>

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación en Inglés. Recuperado de: <https://twitter.com/SpainMFA>

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Recuperado de: <https://twitter.com/MAECgob>

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en árabe. Recuperado de: [https://twitter.com/francediplo\\_AR](https://twitter.com/francediplo_AR)

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en Español. Recuperado de: [https://twitter.com/francediplo\\_ES](https://twitter.com/francediplo_ES)

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en Francés. Recuperado de: <https://twitter.com/francediplo>

Cuenta oficial del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional en Inglés. Recuperado de: [https://twitter.com/francediplo\\_EN](https://twitter.com/francediplo_EN)

Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido enfocada en los nacionales que viven y trabajan en el exterior. Recuperado de: <https://twitter.com/FCOtravel>

Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido para el cambio climático. Recuperado de: <https://twitter.com/FCOClimate>

Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido para los Derechos Humanos. Recuperado de: <https://twitter.com/FCOHumanRights>

Cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido. (Foreign & Commonwealth Office). Recuperado de: <https://twitter.com/foreignoffice>

Cuenta oficial del National Cyber Security Centre. Recuperado de: <https://twitter.com/ncsc>

Digital Diplomacy Review 2016. Recuperado de: <http://digital.diplomacy.live/ranking-and-rating/>

Facebook Newsroom. Información de la empresa. Recuperado de: <http://es.newsroom.fb.com/company-info/>

Foreign Office Blogs. Foreign & Commonwealth Office. Recuperado de: <https://blogs.fco.gov.uk/>

Foreign & Commonwealth Office. Recuperado de: <https://www.gov.uk/government/organisations/foreign-commonwealth-office>

France Diplomatie, Ministerio de Asuntos Extranjeros y Desarrollo Internacional. Recuperado de: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>

Gobierno Abierto Costa Rica. Recuperado de: <http://gobiernoabierto.go.cr/>

Google Empresa. Nuestra historia a profundidad. Recuperado de: <https://www.google.com/about/company/history/?hl=es>

Ministère des Affaires étrangères. La console twitter MAE descubre toda la actividad de la red diplomática francesa en twitter. Recuperado de: <http://consoletwitter.fdiip.fr/#!/es/corpus/9>

Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España. Recuperado de: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Paginas/inicio.aspx>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la República de Costa Rica. El Instituto del Servicio Exterior "Manuel María de Peralta". Recuperado de: <http://www.rree.go.cr/?sec=ministerio&cat=instituto%20diplomatico>

Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España. (2016). *Ficha país Francia*. Recuperado de: [www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/francia\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/francia_ficha%20pais.pdf)

\_\_\_\_\_. (2016). *Ficha país Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte*. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/reinounido\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/reinounido_ficha%20pais.pdf)

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (s.f). *Labor del Alto Comisionado. Naciones Unidas*. Centro de Información. Recuperado de: <http://www.cinu.org.mx/temas/dh/acnudh.htm>

Organization for Economic Co-operation and Development (OCDE). Recuperado de: <http://www.oecd.org/>

Sistema Integración Centroamericano. Recuperado de: <https://www.sica.int/>

Twiplomacy 2016. Recuperado de: <http://twiplomacy.com/ranking/the-50-best-connected-world-leaders-2016/>

Twitter Empresa. Hitos de Twitter, Una selección de los momentos más importantes. Recuperado de: <https://about.twitter.com/es/company/press/milestones>

Weibo. Recuperado de: <http://s.weibo.com>

Youtube Estadísticas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>

# **Anexos**

## Anexo 1

### Guía de Entrevistas Semiestructuradas

---

**No. de Entrevista:**

**País:**

**Funcionario (a):**

**Cargo:**

Buenos días/tardes:

Nosotras somos egresadas de la licenciatura en Ciencias Políticas de la Universidad de Costa Rica. Nos encontramos elaborando nuestro Trabajo Final de Graduación modalidad tesis respecto al tema de la Diplomacia Digital. El objetivo que perseguimos con esta investigación y con los aportes desde las experiencias de los países más avanzados en esta materia, es analizar como la utilización de la Diplomacia Digital especialmente las redes sociales de internet, fungen en la actualidad como herramientas complementarias para la consecución de objetivos de política exterior.

Tenemos conocimiento, a partir de la literatura consultada, que, España/Reino Unido/Francia/Estados Unidos es considerado un país líder en esta temática por lo cual lo hemos seleccionado para investigar su estrategia y ahondar en los esfuerzos emprendidos en esta materia. Esta entrevista será utilizada únicamente con fines académicos y podrá acceder a esta investigación una vez finalizada.

#### **Sobre los lineamientos:**

1. ¿Cuáles lineamientos recibe la embajada para el uso de redes sociales de parte del Ministerio de Relaciones Exteriores de su país?
2. ¿Existe un seguimiento por parte del ministerio de relaciones exteriores de su país respecto al cumplimiento de los lineamientos emitidos? ¿Realizan retroalimentación?
3. Respecto a las cuentas oficiales y personales de los embajadores y demás funcionarios diplomáticos, ¿Considera usted importante que se emitan

lineamientos respecto al uso que deben darle a las redes sociales de internet en razón del cargo que ostentan?

**Sobre la forma de empleo de la diplomacia digital:**

4. ¿Qué temas relativos a la política exterior de su país considera usted que deben ser tratados en las redes sociales del ministerio de relaciones exteriores de su país y sus embajadas?
5. ¿Consideran importantes las opiniones/ preguntas/ comentarios para su labor cotidiana?
6. ¿Qué decisiones se han visto influenciadas por la información que reciben a través de las redes sociales de internet? (ejemplo: posicionarse respecto a un tema particular).
7. ¿Qué acciones se han tomado desde el ministerio de relaciones exteriores de su país para fortalecer la dimensión consular y estar más cerca de los ciudadanos su país alrededor del mundo? ¿Qué acciones han emprendido ustedes como embajada?

**Sobre la formación del cuerpo diplomático:**

8. ¿En su país consideran importante la formación del cuerpo diplomático en este tema?
9. ¿Recibe el cuerpo diplomático capacitaciones respecto al tema de la diplomacia digital? ¿Con qué frecuencia se dan?
10. ¿Qué temas específicos han abordado durante las capacitaciones?
11. ¿Considera usted que dichas capacitaciones acrecentaron su interés por el tema de la diplomacia digital?

**Sobre la importancia de la diplomacia digital:**

12. ¿Considera usted que las redes sociales de internet, específicamente *Facebook* y *Twitter* ayudan a potenciar los objetivos de política exterior?
13. ¿Cuál considera usted que es la visión de futuro de la diplomacia digital de su país? ¿Cuáles serían los retos en esta materia?