DIPLOMACIA DIGITAL, UN NUEVO MODELO DE ACCIÓN EXTERIOR: ESTUDIO DE CASO COLOMBIA

PAULA ALEJANDRA MANCERA PÉREZ
DIEGO OSWALDO GARCÍA MELO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2021

DIPLOMACIA DIGITAL, UN NUEVO MODELO DE ACCIÓN EXTERIOR: ESTUDIO DE CASO COLOMBIA

PAULA ALEJANDRA MANCERA PÉREZ
DIEGO OSWALDO GARCIA MELO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios Internacionales

Asesor
JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR
Profesional en Negocios Internacionales. Magister in Business Administration (MBA)

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2021

Autoridades Académicas

Fray JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P.
Rector General

Fray EDUARDO GONZALEZ GIL, O.P.
Vicerrector Académico General

Fray JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.
Rector Sede Villavicencio

Fray RODRIGO GARCÍA JARA, O.P.
Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN
Secretaria de División Sede Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota De Aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad

_____

JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR

Director Trabajo de Grado

_____

JAVIER DARIO PAVA REATIGA

Jurado

_____

ALFONSO CANONIGO GALVIS

jurado

Villavicencio, abril 2021

Dedicatoria

Queremos expresar gratitud a Dios, quien con su bendición nos permite seguir adelante. Después de un largo periodo de tiempo y de postergaciones debido a esta pandemia, hoy es el día en que escribimos este apartado para concluir el proyecto de investigación validado como opción de grado. Ha sido un proyecto intenso, no solo por lo que significa esta investigación sobre la diplomacia digital en el estado colombiano, si no también intenso a nivel personal, ya que ha tenido un gran impacto de conocimiento en nosotros.

Dedicamos este trabajo a la Facultad de Negocios Internacionales, a la Universidad Santo Tomás Sede Villavicencio, a todos los profesores involucrados en nuestra formación académica; a nuestros compañeros y amigos, con quien compartimos carrera universitaria y momentos únicos, y a nuestra familia, quienes nos apoyaron en las diferentes etapas de este proceso universitario.

Agradecimientos

En primer lugar, nos gustaría agradecer a nuestras familias, quienes siempre nos apoyaron en nuestras metas, en todo momento tuvieron fe en nosotros e hicieron esto posible. A nuestros amigos y colegas quienes animaron e impulsaron nuestros deseos de superación, y acompañaron de principio a fin en esta experiencia, gracias por el trabajo en equipo y todas las experiencias compartidas.

También nos gustaría agradecer a la Facultad de Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás sede Villavicencio, y sus profesores. Especialmente Eugenio Días, Ernesto Camargo, Julián Méndez, Martha Silva, Jesús Balaguera y al decano de la facultad Javier Humberto Trillos quienes con su enseñanza y conocimientos hicieron que pudiéramos crecer como profesionales; gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación y apoyo.

Agradecemos al semillero REI por permitirnos ser parte del grupo. Finalmente, un agradecimiento especial a la unión de nosotros como equipo de trabajo y coautores por nuestro compromiso, entrega, dedicación y apoyo en la realización de este proyecto.

Contenido

Pág.

Resumen 11
Justificación 13
Introducción 14
1. Cuerpo de la investigación 16
1.1. Título de la investigación: 16
1.2. Planteamiento del problema 16
1.3. Pregunta general de investigación 16
1.4. Preguntas específicas de investigación 16
2. Objetivos 17
2.1. General 17
2.2. Específicos 17
3. Estado del Arte 18
4. Cronograma 2019-2 / 2021-1 20
4.1. Presupuesto 22
5. Marco referencial 23
5.1. Marco conceptual 23
6. Metodología de investigación 29
6.1. Tipo de investigación 29
6.2. Tipo y tratamiento de información 29
6.3. Operacionalización de las variables 29
6.4. Técnicas y procedimientos cualitativos 30
7. Desarrollo y resultados de investigación 31
8. Conclusiones 36
9. Recomendaciones 37
10. Referencias bibliográficas 38
11. Apéndices 44

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1 Estado Del Arte, Diplomacia Digital 18
Tabla 2 Cronograma 2019-2 / 2021-1, Diplomacia digital un nuevo modelo de acción exterior para Colombia. 20

Lista de figuras

Pág.

Figura 1 Desarrollo de la diplomacia digital en Colombia..... 31
Figura 2 Ventajas de los medios sociales en la diplomacia pública..... 34
Figura 3 Diplomacia digital en Facebook 35

Glosario

Coyuntura: combinación de factores y circunstancias que caracterizan una situación en un momento determinado.

Entorno mediático: ambiente que rodea a una persona o cosa, e influye en su entorno.

Marca nacional: es el título de propiedad mediante el cual el Estado reconoce el derecho exclusivo al uso de una denominación, dibujo, etiqueta, envase o cualquier otro signo o medio material para aplicar o distinguir un producto o servicio de sus similares.

Política exterior: conjunto de las decisiones y acciones públicas que toma el gobierno de un Estado en función de los intereses nacionales y en relación con los demás actores del sistema internacional de un país.

Proactivo: que tiene iniciativa y capacidad para anticiparse a problemas o necesidades futuras.

TIC: son las siglas para 'tecnologías de la información y las comunicaciones'. Permite agrupar a los dispositivos, aparatos, métodos electrónicos y aplicaciones que ayudan a que la sociedad se comunique o acceda a los datos que requieren para sus actividades diarias.

Resumen

La diplomacia digital nace como herramienta de política exterior transformando la manera tradicional que hasta entonces conocíamos. En cuestión de años y como un nuevo modelo, nuevas herramientas digitales han sido puntos clave para aportar aún más el desarrollo de las comunicaciones, la política y las actividades económicas, con una capacidad de mediación entre individuos y estados. El presente artículo, analiza la diplomacia digital desde su eclosión y evolución ligada a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y redes sociales (Facebook, Twitter).

Elegimos como caso de estudio el Estado Colombiano, puesto que es un país que posee antecedentes suficientes al proporcionar lo necesario para introducirse en el mundo de las TIC y las redes sociales, al garantizar mayor avance en las relaciones exteriores entre estados. Para esto se diseñó un cuestionario dirigido al GIT Prensa y Comunicación Corporativa del Ministerio de Relaciones Exteriores (Cancillería) colombiana como herramienta de investigación.

Palabras Clave

Relaciones internacionales, diplomacia digital, tecnologías de la información y la comunicación, redes sociales, ministerio de relaciones exteriores, Cancillería, Colombia.

Abstract

Digital diplomacy was born as a foreign policy tool transforming the traditional way that we knew until then. In a matter of years and as a new model, new digital tools have been key points to further contribute to the development of communications, politics and economic activities, with a capacity for mediation between individuals and states. This article analyzes digital diplomacy since its emergence and evolution linked to information and communication technologies (ICT) and social networks (Facebook, Twitter).

We chose the Colombian State as a case study, since it is a country that has sufficient antecedents to provide what is necessary to enter the world of ICT and social networks, by guaranteeing greater progress in foreign relations between states. For this, a questionnaire was designed for the GIT Press and Corporate Communication of the Colombian Ministry of Foreign Affairs (Chancellery) as a research tool.

Keywords

International relations, digital diplomacy, information and communication technologies, social networks, Ministry of Foreign Affairs, Chancellery, Colombia.

Justificación

Esta investigación pretende indagar la evolución y eclosión de la diplomacia digital y el uso de las TIC dentro del campo de las redes sociales, pues consideramos que son factores importantes y fundamentales para dar a entender la diplomacia y cómo a través de las TIC esta se ha ido acrecentando y ha resultado de vital importancia para la mejora de relaciones entre países y la mejora de estos con la sociedad. Los motivos que nos llevaron a investigar la diplomacia digital en Colombia se centran en que este país no cuenta con una buena diplomacia en línea, ya que, debido a sus hábitos culturales, se ha centrado en una diplomacia tradicional, pero en el actual mandato del presidente Iván Duque, ha obtenido un incremento de medios digitales para la mejora de las relaciones internacionales.

De igual manera, esta investigación se hace relevante en el sentido en que sus resultados permitieron contrastar de fuentes primarias y secundarias la percepción de la cancillería de Colombia y cómo funciona el ambiente dentro de esta. Así mismo, los resultados permiten no solo entender el campo de la diplomacia digital en Colombia, sino también los sucesos que han llevado a evolucionar la diplomacia digital a una en línea y como gracias a las redes sociales los MRE han mejorado la interacción con otros países y con la sociedad; en otras palabras, esta investigación aporta hallazgos relevantes y significativos que pueden ser de uso dentro de la cancillería.

Introducción

En las últimas décadas, en concreto desde los años noventa, estamos contemplando una impresionante transformación tecnológica en todos los sentidos, en la que instituciones oficiales y privadas y, sobre todo, ciudadanos, hacen uso de las redes sociales para comunicarse y comunicar otro tipo de noticias. Desde entonces, y hasta la actualidad, el mundo ha estado evolucionado y se ha incorporado a las relaciones internacionales, en donde un buen número de diversos actores complementan o superan la acción de los estados en este espacio de la política internacional (Rodríguez, 2015).

Esta transformación tecnológica, ha ejercido presión sobre los Ministerios de Relaciones Exteriores (MRE) para que desarrollen habilidades sólidas que faciliten comprender el potencial de las tecnologías digitales en su actividad y elaboren estrategias de integración y adaptación de tecnologías a los objetivos de política exterior a corto y largo plazo (Bjola, 2018). Tradicionalmente, los MRE han sido vistos como organizaciones que enfrentan el mundo de espaldas a sus naciones. Pero, en la era de los medios sociales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Manor, 2017a), han intentado influir en la cobertura mediática de los acontecimientos mediante la diplomacia digital. La cual enfatiza el papel que juegan los diplomáticos en el monitoreo y formación de la opinión pública, la defensa política internacional, la dirección de canales internacionales de transmisión y la facilitación del intercambio intercultural (Pamment, 2016).

La diplomacia digital, tiene un papel importante en la implementación de políticas exteriores a través de relaciones bilaterales, servicios consulares, comunicación y negociaciones, es decir, permite que las políticas de un país sean entendidas y aceptadas por los estados (Todhunter, 2013). En este contexto, diplomáticos y ministerios de relaciones exteriores, han procurado crear embajadas virtuales para lograr comunicación con públicos conectados a una red de comunicación online (Manor, 2017b). Actualmente no existe una definición exclusiva de diplomacia digital. Por ende, utilizaremos las definiciones de Manor & Segev (2015), Manor (2016a) y Cull (2008).

En el mundo interconectado actual, la sociedad civil está cada vez más interesada en los asuntos públicos y la consulta a través de las TIC (Aguirre & Erlandsen, 2018). Heeks y Bailur (2007), postulan que las TIC han penetrado en todos los aspectos sociales y se han convertido en una herramienta fundamental para brindar servicios gubernamentales de una manera abierta,

transparente y auditable. Los MRE también han utilizado los marcos de las TIC para reducir la complejidad de las operaciones generales (Bátora, 2009; Hanson, 2010) y las infraestructuras técnicas se han actualizado continuamente. Pero si bien las TIC han reducido la agencia de un embajador frente a un líder extranjero, han aumentado su agenda frente a las poblaciones extranjeras (Manor, 2016b).

En el panorama internacional, esto se traduce en conectar ciudades capitales más estrechamente con sus diplomáticos en el extranjero. Además, una organización política exterior más inclusiva y descentralizada que incorpora otros ministerios y parlamentos, y potencialmente a actores secundarios (Adler-Nissen & Drieschova, 2019). En efecto, en un mundo globalizado como el actual, no se puede separar lo local de lo extranjero, ya que los desafíos locales como el cambio climático, el terrorismo, la diplomacia o incluso el empleo requieren soluciones regionales o globales (Bjola, Cassidy, & Manor, 2019).

Se eligió Colombia porque es un país cuya turbulenta historia debería proporcionar la motivación para el uso de las nuevas tecnologías y redes sociales para mejorar su reputación internacional; tendencia notablemente marcada durante los últimos años de mandato del ex presidente Juan Manuel Santos, y en el actual mandato del presidente Iván Duque, obteniendo cierto nivel de madurez que ha venido incrementando de manera positiva el modo de usar los medios digitales para el ejercicio de la diplomacia digital y las relaciones internacionales, pese a que sus embajadas en el extranjero tienen un sistema de información centralista, el cual no permite que lleven a cabo una buena comunicación hacia el público.

1. Cuerpo de la investigación

1.1. Título de la investigación:

Diplomacia digital, un nuevo modelo de acción exterior: Estudio de caso Colombia

1.2. Planteamiento del problema

La diplomacia digital se ha convertido en uno de los escenarios más relevantes en las relaciones internacionales, y ha multiplicado su influencia y visibilidad en países del tercer mundo, pero en el estado colombiano, hasta ahora se han multiplicado las iniciativas para que los actores estatales y no estatales promuevan su interés, y el uso se redes sociales para lograr una diplomacia en red.

1.3. Pregunta general de investigación

¿Qué significado tiene la diplomacia digital en el desarrollo de las relaciones internacionales, y la forma en que se vincula con la era digital, y las redes sociales en el estado colombiano?

1.4. Preguntas específicas de investigación

¿Cuál ha sido el papel de la diplomacia digital en Colombia en los últimos tres mandatos presidenciales?
¿La diplomacia digital en los estados del tercer mundo ha generado influencia en el estado colombiano?
¿Qué impacto ha generado en la diplomacia digital el gobierno de Iván Duque?

2. Objetivos

2.1. General

Analizar la diplomacia digital desde su eclosión y evolución en las relaciones internacionales y redes sociales ligada a las tecnologías de la información y la comunicación teniendo como estudio de caso Colombia.

2.2. Específicos

Analizar los cambios y continuidades la diplomacia digital en Colombia desde el primer mandato de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006), hasta el actual mandato del presidente Iván Duque (2018-2020).

Exponer la influencia que ha generado la diplomacia digital en Colombia mediante comparaciones con otros estados del tercer mundo.

Comprender el desarrollo del mandato presidencial de Iván Duque en relación a la diplomacia digital.

3. Estado del Arte

Parte esencial de esta investigación sobre diplomacia digital se basó en la observación y recolección de la información plasmada de los autores y mayores exponentes que junto a sus estudios, análisis y publicaciones, permiten que nuestra investigación tenga bases para poder desarrollarse. A continuación, se mencionan los de mayor participación en la investigación.

Tabla 1 Estado Del Arte, Diplomacia Digital

TABLA DEL ESTADO DE ARTE - DIPLOMACIA DIGITAL				
Título	**Autor**	**Formato**	**Resumen**	**Referencia**
Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia?	Alfredo Antonio Rodríguez Gómez	Artículo (PDF)	La era digital suscita dudas sobre el impacto de la digitalización en el funcionamiento y estructuras de la diplomacia en todas sus facetas. El debate se centra en el significado del concepto "diplomacia digital", en sí las redes sociales son el eje de este cambio de paradigma y en si los cambios que lógicamente deben producirse tienen o no un calado mayor al simple hecho de usar el mundo digital en las funciones y estructuras diplomáticas. En este documento revisamos las perspectivas que nos ofrece la diplomacia combinada entre el mundo conectado y no conectado de forma que cumpla sus cometidos en el siglo XXI conforme a las necesidades de los diversos actores de las relaciones internacionales.	*Gómez, A. A. R. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? Opción, 31(2), 915-937.*
La diplomacia digital: herramienta o consecuencia	Alfredo Antonio Rodríguez Gómez	Artículo (PDF)	El autor explica la diplomacia y su evolución en las dos últimas décadas acorde con las tendencias actuales, los nuevos caminos de la diplomacia tradicional; además de ser cada día más directa y más frecuente, más abierta y transparente, la diplomacia pública encuentra nuevas herramientas de trabajo y acercamiento a la sociedad. Luego el autor explica los efectos de la globalización y del avance tecnológico en comunicaciones, principalmente en la computación, telefonías móviles y redes sociales.	*Rodríguez Gómez, A. A. (2015). La diplomacia digital: herramienta o consecuencia.*
Diplomacia digital 2.0: tendencias y resistencias	Corneliu Bjola	Artículo (PDF)	Para el autor la diplomacia digital es entendida como el uso de tecnologías para apoyar los objetivos diplomáticos, ya no es más un campo de especialización en la ciencia en busca de equilibrio en un mundo trastornado y desafiado por el avance de las tecnologías de los medios de comunicación social. Es probable que la diplomacia digital penetre hasta el fondo del ADN diplomático si los ministerios entienden la aceleración tecnológica como una oportunidad de adaptación proactiva, basada en el ecosistema y enfocada en la red.	*Bjola, C. (2018). Diplomacia digital 2.0: tendencias y resistencias. Revista Mexicana de Política Exterior, 113, 35-52.*
Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy?	Ilan Menor	Libro (PDF)	Este libro explora el modelo de diplomacia digital empleado por cuatro ministerios de relaciones exteriores a través de entrevistas y cuestionarios con profesionales. Los resultados de una comparación entre países sugieren que los ministerios de relaciones exteriores han podido	*Manor, I. Are We There Yet: Have MFAs Realized the Potential of Digital Diplomacy?*

Tabla 1. Continuación

			institucionalizar el uso de las redes sociales mediante el desarrollo de mejores prácticas y la formación de diplomáticos. Sin embargo, los ministerios de relaciones exteriores parecen utilizar las redes sociales para influir en las audiencias de élite en lugar de fomentar el diálogo con las poblaciones extranjeras. Aunque las redes sociales se utilizan para superar las limitaciones de la diplomacia tradicional y gestionar la imagen nacional, los ministerios de relaciones exteriores no colaboran con actores no estatales ni utilizan las redes sociales como fuente de información para los responsables políticos.	
Introduction: making sense of digital diplomacy	Corneliu Bjola	Libro (PDF)	Este libro expone como la tecnología digital ha cambiado la forma en que las empresas realizan negocios, los individuos conducen las relaciones sociales y los estados conducen la gobernanza internamente, pero los estados apenas se están dando cuenta de su potencial para cambiar la forma en que se llevan a cabo todos los aspectos de las interacciones interestatales. En particular, la adopción de la diplomacia digital (es decir, el uso de las redes sociales con fines diplomáticos) se ha visto implicada en el cambio de prácticas sobre cómo los diplomáticos se involucran en la gestión de la información, la diplomacia pública, la planificación de estrategias, las negociaciones internacionales o incluso la gestión de crisis. A pesar de estos cambios significativos y la promesa que ofrece la diplomacia digital, se sabe poco.	*Bjola, C. (2015). Introducción: dar sentido a la diplomacia digital (págs. 1–9). Routledge.*
Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter	Ronit Kampf , Ilan Manor, y Elad Segev	Artículo (PDF)	En este artículo las redes sociales tienen el potencial de fomentar el diálogo entre naciones y poblaciones extranjeras. Sin embargo, hasta la fecha, solo unos pocos estudios han investigado la forma en que los ministerios de relaciones exteriores practican la diplomacia digital. Utilizando el marco de Kent y Taylor para la comunicación dialógica, explora hasta qué punto los ministerios de relaciones exteriores adoptan la comunicación dialógica en términos de contenido, canales de medios y participación pública. El contenido de las redes sociales publicado por los ministerios de relaciones exteriores representa un suministro continuo de comunicados de prensa dirigidos a poblaciones extranjeras, más que nacionales.	*Kampf, R., Manor, I., & Segev, E. (2015). Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook and Twitter, The Hague Journal of Diplomacy, 10(4), 331-362. doi: https://doi.org/10.1163/1871191X-12341318*
The Digitalization of Public Diplomacy	Ilan Manor	Libro (PDF)	Este libro aborda cómo la digitalización ha influido en las instituciones, los profesionales y el público de la diplomacia. El autor sostiene que términos como 'diplomacia pública digitalizada' o 'diplomacia pública digital' son engañosos, ya que sugieren que los Ministerios de Relaciones Exteriores (MRE) son digitales o no digitales, cuando en realidad la digitalización debería conceptualizarse como un proceso a largo plazo en el que los valores, las normas, los procedimientos de trabajo y los objetivos de la diplomacia pública son desafiados y redefinidos; este libro ofrecerá un nuevo marco conceptual para investigar el impacto de la digitalización en la práctica de la diplomacia pública.	*Manor, Ilan. (2019). The Digitalization of Public Diplomacy. 10.1007/978-3-030-04405-3.*

4. Cronograma 2019-2 / 2021-1

Tabla 2 Cronograma 2019-2 / 2021-1, Diplomacia digital un nuevo modelo de acción exterior para Colombia.

DIPLOMACIA DIGITAL, UN NUEVO MODELO DE ACCIÓN EXTERIOR PARA COLOMBIA																								
CRONOGRAMA 2019-2																								
ANTEPROYECTO DE INVESTIGACION																								
Componente/Tarea	**MES 1**				**MES 2**				**MES 3**				**MES 4**				**MES 5**				**MES 6**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Revisión de antecedentes: Selección de documentos guía (revistas indexadas)													X	X	X	X	X	X	X	X				
CRONOGRAMA 2020-1																								
SEGUNDA ETAPA - Avance de la propuesta y elaboración preliminar del documento																								
Componente/Tarea	**MES 1**				**MES 2**				**MES 3**				**MES 4**				**MES 5**				**MES 6**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Elaboración primer borrador guía de la estructuración del articulo						X	X	X																
Búsqueda de textos, libros o artículos de investigación como referencias									X	X														
Revisión y corrección de textos, libros o artículos como referencias											X													
Elaboración primer avance: introducción del artículo de investigación												X	X											
Revisión y organizacion de introducción del artículo (referenciado)														X										
Entrega primer avance: introducción de artículo														X	X									
Corrección y retroalimentación primer avance															X									
Elaboración de segundo avance del artículo: "Contextualización diplomacia digital"																X	X							
Revisión y aportes adicionales al segundo avance																		X	X					

Tabla 2. Continuación

Organización de segundo avance (referenciado)																		X	X	X			
Entrega segundo avance: "Contextualización diplomacia digital"																					X		
Corrección y retroalimentación segundo avance																						X	X
CRONOGRAMA 2020-2																							
TERCERA ETAPA - Finalización																							
Componente/Tarea	**MES 1**				**MES 2**				**MES 3**				**MES 4**				**MES 5**				**MES 6**		
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Elaboración de tercer avance del artículo: "Analisis influencia redes sociales"					X	X	X																
Revisión y aportes adicionales al tercer avance								X	X														
Organización de tercer avance (referenciado)										X													
Corrección y retroalimentación tercer avance											X												
Elaboración cuarto avance del artículo primera parte: "Diplomacia digital rol en Colombia" (Contextualización histórica)												X	X										
Revisión y aportes adicionales al avance														X									
Elaboración cuarto avance del artículo segunda parte: "Diplomacia digital rol en Colombia" (Análisis de implementación como herramienta diplomática)														X	X								
Revisión y aportes adicionales al avance																X							
Organización de cuarto avance (referenciado)																	X	X					
Corrección y retroalimentación cuarto avance																			X				
Recopilación, organización total del artículo de investigación																				X	X	X	

Tabla 2. Continuación

CRONOGRAMA 2021-1																								
CUARTA ETAPA - Publicación																								
Componente/Tarea	**MES 1**				**MES 2**				**MES 3**				**MES 4**				**MES 5**				**MES 6**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Entrega de artículo de investigación a la revista Indexada para validez		X																						

4.1. Presupuesto

Recursos para operación

- Servicios de información y obtención de documentos
- Base de datos CRAI USTA, Universidad Santo Tomás
- Revistas electrónicas
- Gestores de referencias bibliográficas

5. Marco referencial

El estudio se basa en los diferentes conceptos de diplomacia digital dados por diferentes autores en el transcurso de los años, y, por último, la manera en que se han enlazado la diplomacia y las redes sociales.

5.1. Marco conceptual

La diplomacia, en términos históricos, es el campo de actividad de la acción exterior del Estado y de las organizaciones Internacionales. Gracias a esta actividad, hasta ahora casi exclusiva, los estados establecen relaciones y resuelven sus controversias (Ruiz de la Serna, 2010).

En general, la diplomacia consiste en el arte de representar, negociar, proteger y promover los intereses de un Estado ante terceros, según recoge el Convenio de Viena sobre Relaciones Diplomáticas. Dos de las funciones de la misión diplomática, de acuerdo con dicho convenio, se vinculan con la comunicación. Por un lado, el diplomático ha de “enterarse por todos los medios lícitos de las condiciones y de la evolución de los acontecimientos en el Estado receptor e informar sobre ello al gobierno del Estado acreditante”. Por otro, se persigue “fomentar las relaciones amistosas y desarrollar las relaciones económicas, culturales y científicas entre el Estado acreditante y el Estado receptor” (artículo 3.e) (Manfredi, 2014). En este sentido, la diplomacia en su vertiente clásica es entendida como un proceso de comunicación entre actores internacionales que buscan resolver los conflictos y desacuerdos para evitar la guerra mediante la negociación (Almejo, 2009).

Así mismo, la Convención de Viena establece que la diplomacia tiene cuatro objetivos principales: representar, negociar, proteger y promover los intereses de un estado ante terceros (Manfredi, 2014). Como extensión de la diplomacia pública al uso, el ámbito digital requiere la actualización de los cinco componentes de la misma: La capacidad de escuchar, la promoción de intereses (defensoría), la diplomacia cultural, los intercambios y las emisiones internacionales de radio y televisión (Cull, 2008).

Para Cohen la diplomacia es la "sala de máquinas" de las relaciones internacionales (Cohen, 1998). Es el método establecido por el cual los estados articulan sus objetivos de política exterior y coordinan sus esfuerzos para influir en las decisiones y el comportamiento de los gobiernos y

pueblos extranjeros a través del diálogo, las negociaciones y otras medidas similares, aparte de la guerra y la violencia. Es, en otras palabras, el medio de siglos por el cual los estados buscan asegurar intereses particulares o más amplios, incluida la reducción de las fricciones entre ellos. Es el instrumento central a través del cual se implementan los objetivos, estrategias y tácticas amplias de política exterior (Adesina, 2017).

Pero, ¿qué es exactamente la diplomacia digital? ¿Se trata de una mera extensión de las formas tradicionales de hacer diplomacia, entendida como "la conducción de relaciones entre Estados y otras entidades con interés en la política mundial, por agentes oficiales y medios pacíficos"? (Cardoso, 2017).

En el transcurso de los años la diplomacia digital ha sido utilizada indistintamente por investigadores bajo una variedad de términos: como diplomacia digital (Bjola, 2015), diplomacia electrónica (Hocking, Melissen, Riordan, & Sharp, 2012), diplomacia cibernética (Barston, 2019), diplomacia 2.0 (Harris, 2013) o Twiplomacy (Sandre, 2012).

Hanson (2012) la define simplemente como el uso de Internet y las nuevas tecnologías de información y comunicación para ayudar a llevar a cabo los objetivos diplomáticos. Describe ocho objetivos de política para la diplomacia digital:

a) Gestión del conocimiento: para aprovechar el conocimiento departamental y todo el gobierno, de modo que se retenga, se comparta y se optimice su uso en la búsqueda de intereses nacionales en el extranjero.
b) Diplomacia pública: para mantener el contacto con las audiencias a medida que migran en línea y aprovechar nuevas herramientas de comunicación para escuchar y apuntar a audiencias importantes con mensajes clave e influir en los principales influyentes en línea.
c) Gestión de la información: para ayudar a agregar el flujo abrumador de información y utilizarlo para informar mejor la formulación de políticas y ayudar a anticipar y responder a los movimientos sociales y políticos emergentes.
d) Comunicaciones y respuestas consulares: crear canales de comunicación directa y personal con ciudadanos que viajan al extranjero, con comunicaciones manejables en situaciones de crisis.
e) Respuesta a desastres: para aprovechar el poder de las tecnologías conectivas en situaciones de respuesta a desastres.

f) Libertad de Internet: creación de tecnologías para mantener Internet libre y abierto. Esto tiene los objetivos relacionados de promover la libertad de expresión y la democracia, así como socavar los regímenes autoritarios.
g) Recursos externos: creación de mecanismos digitales para aprovechar y aprovechar la experiencia externa para avanzar en los objetivos nacionales.
h) Planificación de políticas: para permitir una supervisión, coordinación y planificación efectivas de la política internacional en todo el gobierno, en respuesta a la internacionalización de la burocracia.

Según Manor & Segev (2015), la diplomacia digital se refiere principalmente al uso creciente de las plataformas de redes sociales por parte de un país para lograr sus objetivos de política exterior y administrar de manera proactiva su imagen y reputación. Señalaron que la diplomacia digital existe en dos niveles: el del Ministerio de Relaciones Exteriores y el de las embajadas ubicadas en todo el mundo. Al operar en estos dos niveles, las naciones pueden adaptar la política exterior y los mensajes de marca nacional a las características únicas de los públicos locales con respecto a la historia, la cultura, los valores y las tradiciones, lo que facilita la aceptación de su política exterior y la imagen que pretenden promover.

Sin embargo, más adelante Manor (2016) presenta un nuevo término "digitalización de la diplomacia" y argumenta firmemente que este es el término que describe mejor la situación actual porque no apunta a un estado binario donde algunos estados están "digitalizados" mientras que otros no, pero él enfatiza que es un proceso que todos los países están experimentando. Por lo tanto, a medida que más estados reconocen la importancia de la diplomacia digital más se relacionan con la aplicación de tecnologías digitales, incluidas las TIC, la ingeniería de software, big data, y la inteligencia artificial, para la realización de estas tareas (Robertson, 2018).

Un término más preciso, es el ofrecido por Rodríguez (2015) en su artículo, diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia?, define la diplomacia digital, también conocida como ciberdiplomacia o E-diplomacy, como el uso de la web y las tecnologías de la información y las comunicaciones como ayuda para alcanzar los objetivos diplomáticos.

Así de esta manera, la virtud de la diplomacia digital reside no tanto en la creación de nuevos objetivos de política exterior, sino la capacidad de extender las redes de influencia. Hillary Clinton, en su conocido discurso “Internet Rights and Wrongs: Choices and Challenges in a Networked World” (Clinton, H. 2011), señala que Internet se ha convertido en parte fundamental del espacio

público, por lo que la libertad de conexión ha emergido como una demanda sólida de la ciudadanía. Ésta consiste en la capacidad de participar, recibir y enviar información o exponer un punto de vista propio.

Sabrina Sotiriu define la diplomacia digital, como el "uso de internet y las tecnologías de la información y la comunicación para la consecución de objetivos diplomáticos [...] o para resolver problemas" (p. 36). La autora asevera que la diplomacia digital ha cumplido una función democratizadora, lo cual ha sido importante sobre todo para los ciudadanos de "sociedades cerradas", al ofrecerles un canal de comunicación directa con su propio gobierno y con los de otros países (Cardoso, 2017)

Phil Seib (2012) habla de una diplomacia en tiempo real, que actúa en un entorno mediático que requiere gran velocidad de respuesta y transparencia. Sostiene que "la era en la que los diplomáticos hablaban solo con otros diplomáticos y programaban sus conversiones a su gusto ha pasado. Estamos ante un nuevo tiempo, las nuevas prácticas diplomáticas se tienen que desempeñar para triunfar en la era del tiempo real".

En suma, la diplomacia electrónica (también conocida popularmente como diplomacia digital) es el uso de la tecnología de la comunicación y la información con el fin de alcanzar objetivos de política exterior (Hanson, 2010; Holmes, 2013; Ipu, 2013).

Internet se convierte en fundamento de la nueva esfera pública en el siglo XXI. En suma, se entiende la diplomacia digital como una vía para la promoción de los objetivos de la diplomacia convencional. No hay nada exclusivo o diferencial. Cada objetivo requerirá unos instrumentos adecuados a la circunstancia concreta. La diplomacia digital amplía el abanico de herramientas y facilita el contacto con otros ciudadanos. Es diplomacia pública en la medida que el diplomático hace público su trabajo.

Los países han seguido diferentes métodos para adaptarse a la diplomacia digital. Francia, Suecia, y el Servicio Europeo de Acción Exterior (EEAS, por sus iniciales en inglés) han emprendido acciones concretas, que muestran la diversidad de herramientas y planteamientos que operan en la política exterior. No existe un manual de buenas prácticas ni un criterio unificado. La práctica está sin teorizar aún, por lo que hemos preferido enumerar una acción por país.

Francia ha lanzado una campaña de digitalización de su actividad, con especial atención a las redes sociales. Suecia, ha posicionado su diplomacia digital en torno a la Stockholm

Initiative on Digital Diplomacy. Consiste en el conjunto de acciones alrededor de la diplomacia en el ámbito digital. Uno de los objetivos recogidos en el plan de política exterior es liderar el proceso de transformación digital (Manfredi, 2014).

Las plataformas sociales requieren que los diplomáticos se involucren de manera más personalizada e interactiva con sus audiencias. Es por eso que, a principios de la década de 2010, Stein (2011, 114) declaró: "todos los gobiernos enfrentan una necesidad urgente, en parte impulsada por la aparición de nuevas tecnologías y redes sociales, para actualizar sus instrumentos diplomáticos". La primera obligación de un diplomático es escuchar y los nuevos medios de comunicación tienen una capacidad asombrosa para hacer que el escuchar sea un tanto más fácil y visible (Simunjak & Caliandro, 2019).

Así mismo, Ciolek argumenta que "las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter no han cambiado fundamentalmente los objetivos de la diplomacia pública, sino que son solo nuevas herramientas para facilitar la cooperación con el público en un entorno de información que está en constante evolución" (Ciolek, 2010, p. 2). Estas plataformas les ayuda a revisar las políticas basadas en la retroalimentación dada sobre ciertos temas, así como la difusión de información creando una comunicación con los usuarios, ya que una de las características más importantes de Facebook y Twitter es la retroalimentación de la audiencia a través de comentarios que permite a los lectores a participar con las instituciones estatales, por eso logran ser las redes sociales más utilizadas entre gobiernos, diplomáticos e instituciones (Ittefaq, 2019).

Con más de 2 mil millones de personas que usan Facebook, Twitter y otras plataformas de redes sociales a diario, la conectividad digital ha reducido el mundo y, en el proceso, ha cambiado la vida diaria de miles de millones de personas. Ahora, el diálogo inmediato y el intercambio de información entre personas de todo el mundo tienen lugar las 24 horas del día, durante todo el año. Las redes sociales brindan enormes oportunidades y desafíos para los estados y las organizaciones internacionales a medida que buscan involucrarse con nuevos espacios de políticas que se desarrollan en Internet.

Los líderes mundiales y los diplomáticos usan las redes sociales, Twitter y Facebook en particular, para hablar y comprometerse directamente con la audiencia a la que buscan influir. Christodoulides (2005) señaló que "los gobiernos pueden considerar Internet como un instrumento diplomático único; a través de su uso adecuado pueden "publicitar" no solo sus posiciones en diferentes temas, sino también promover sus ideas en todo el mundo. Dicha función, si se usa de

la manera correcta, ayuda a la embajada y, como resultado, al estado que representa, a construir una imagen favorable en el estado anfitrión" (Adesina, 2016).

El mundo de la tecnología de las comunicaciones continúa desarrollándose a un ritmo exponencial. hecho que la ciencia supera a la ciencia ficción de hace tan sólo unos años. Por lo cual, para 2025, se estima que el número de interacciones basadas en datos por día por persona (es decir, interacciones entre individuos y sus dispositivos digitales) aumentará veinte veces, de un promedio de 298 en 2010 a la asombrosa cantidad de 4,909 conexiones, lo que equivale a una interacción digital cada 18 segundos.

En la misma línea, se estima que para 2025, la teleconferencia reemplazará aplicaciones como Skype como medio para comunicaciones remotas. La teleconferencia es una tecnología de comunicación de conferencia holográfica que permite a las personas interactuar con imágenes holográficas de sus contrapartes (Bjola, Corneliu, Cassidy, & Manor, 2019).

6. Metodología de investigación

6.1. Tipo de investigación

El estudio es esencialmente de carácter exploratorio y descriptivo. A partir de una visión general sobre el concepto de diplomacia digital esta investigación determina que la información y hallazgos sobre este tema han sido poco explorados y conocidos, más que una problemática queremos exponer el desarrollo y la evolución de la diplomacia tradicional junto a herramientas digitales que en la actualidad convergen con el desarrollo de las relaciones internacionales.

6.2. Tipo y tratamiento de información

De igual forma dentro de nuestra metodología adicionamos el tipo descriptivo al buscar explicación del concepto de diplomacia digital, algunos sucesos o eventos que formaron parte de su origen y para cumplir con el objetivo propuesto, se llevará a cabo un estudio sobre los factores que influyen en la implementación de la diplomacia digital en la aplicación como herramienta global, en donde describiremos la diplomacia desde sus orígenes, hasta las definiciones en la actualidad y el desarrollo mediante las TIC, tomaremos como caso de estudio al estado Colombiano para ello presentaremos primero sucesos que tuvieron incidencia en el desarrollo de la diplomacia digital durante los últimos tres mandatos presidenciales que entran dentro del rango del concepto de esta nueva diplomacia. Además, se analizarán las cuentas redes sociales, donde se presenta una descripción de cómo Facebook y Twitter, han contribuido al desarrollo y crecimiento de los MRE. Por último, se efectuará una entrevista semiestructurada de 24 preguntas al departamento de prensa del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, analizando cómo se efectúa la diplomacia digital dentro del ministerio, y su estructura internamente para el desarrollo del ejercicio de la diplomacia mientras interactúa a la par con los medios sociales.

6.3. Operacionalización de las variables

En el nivel exploratorio de esta investigación se plantea la diplomacia digital como un cuerpo teórico de evidente reconocimiento en donde se identifica una problemática por su reciente y escasa información para afrontar su incidencia en las relaciones internacionales.

Es la investigación que no involucra mediciones numéricas. Los estudios cualitativos se llevan a cabo a través de entrevistas o de observaciones. Porque se busca la construcción e interpretación de la definición del constructo mediante recolección de información primaria (entrevista como comunicación personal) y secundaria (Libros, revistas, artículos donde los autores emplean conceptos y teorías)

6.4. Técnicas y procedimientos cualitativos

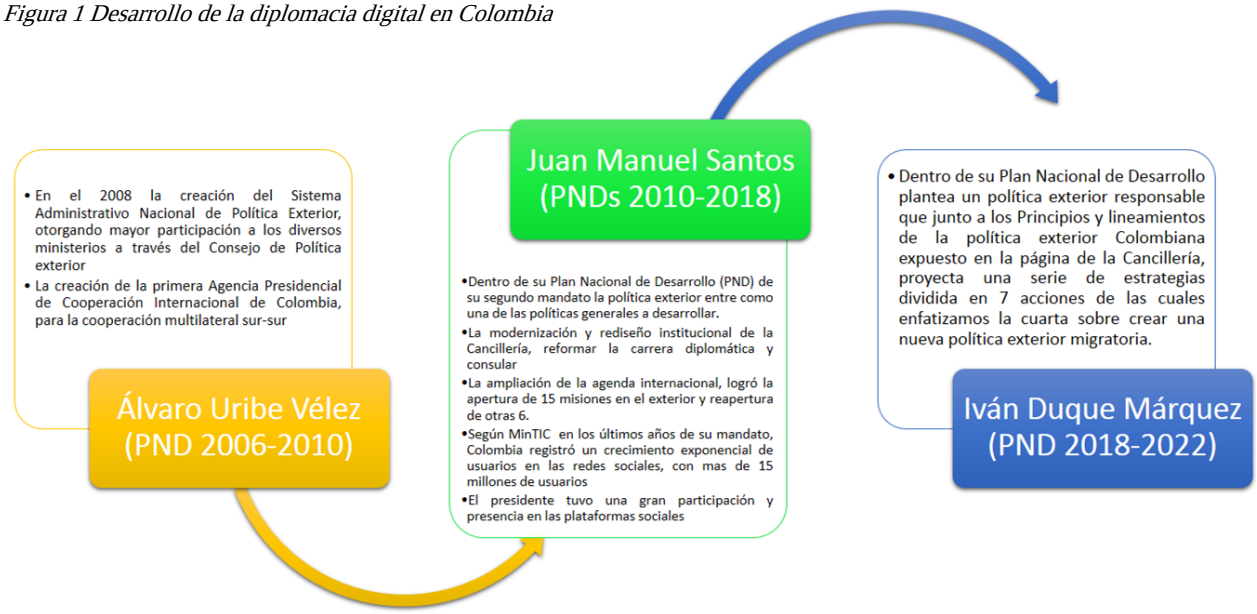
Investigación de corte descriptivo con enfoque mixto; Ya que sus fases son de carácter cualitativo debido a la recolección de datos de fuentes secundarias, y, la consulta a fuentes primarias (Cancillería de Colombia) mediante la recolección de datos de una entrevista semiestructurada de 24 preguntas cerradas.

7. Desarrollo y resultados de investigación

a) Cambio y continuidades la diplomacia digital en Colombia desde el primer mandato de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006), hasta el actual mandato del presidente Iván Duque (2018-2020).

Para realizar la parte analítica del trabajo, primero identificamos los sucesos o hechos que se realizaron durante los mandatos de los expresidentes Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), Juan Manuel Santos (2010-2018) y el actual presidente Iván Duque Márquez, los cuales vivieron el auge de las redes sociales en la era digital.

Figura 1 Desarrollo de la diplomacia digital en Colombia



*Nota: *Adaptado de (Pastrana & Vera, 2012)*

Además, se realizó una entrevista por medio de cuestionario de preguntas abiertas al, con un total de 26 preguntas, las cuales se dividían a partir de dos temas generales, la primera parte eran preguntas dirigidas al Cancillería sobre la estructura de la unidad o departamento de diplomacia digital y la percepción de ella en el Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia y en la segunda parte eran las funciones que realizaba esa unidad o departamento.

Entrevista, potencial de la diplomacia digital

1. ¿Cómo defines la diplomacia digital?
2. ¿Cómo está estructurada la unidad de diplomacia digital? ¿A qué departamento pertenece?
3. ¿Hay departamentos dentro de la unidad? ¿Cuáles son las áreas de responsabilidad de cada sub departamento?
4. ¿Quién dirige la unidad de diplomacia digital? ¿Diplomático entrenado? ¿Experto en redes sociales? ¿Por qué?
5. ¿Trabajas con agencias de medios sociales externos o expertos? ¿Por qué?
6. ¿Cómo se comunica la unidad de diplomacia digital con otros departamentos en el Ministerio de Asuntos Exteriores (reuniones programadas, sesiones informativas, correos entre oficinas)?
7. ¿Quién realmente formula tweets y publicaciones en Facebook?
8. ¿Quién decide qué problemas se presentarán en la diplomacia digital a nivel ministerial?
9. ¿Quién decide qué problemas se presentarán en la diplomacia digital a nivel de embajada?
10. ¿Cómo funciona la unidad de diplomacia digital con los administradores de redes sociales a nivel de embajada? ¿Supervisan todas las actividades o visitan los perfiles de Twitter de la embajada cada poco día más o menos? ¿Por qué?
11. ¿Las embajadas incluyen contenido del SNS cuando informan al ministerio? ¿Por qué?
12. ¿Cómo defines el compromiso en la diplomacia digital?
13. ¿El compromiso con los seguidores es importante para el Ministerio de Asuntos Exteriores? ¿Por qué?
14. ¿Le animan a involucrarse con los seguidores? ¿O está prohibido?
15. ¿Quién en la unidad de diplomacia digital está a cargo del compromiso con los seguidores?
16. ¿Cómo se mide la actividad de la diplomacia digital? ¿Qué parámetros se usan?
17. ¿Con qué frecuencia evalúa la eficacia de la diplomacia digital? ¿Las embajadas también hacen esto?
18. ¿Cómo se mide el compromiso con los seguidores? ¿Lo mides?
19. ¿Define públicos objetivo cuando practican la diplomacia digital (audiencia global, periodistas, otros Ministerios de Asuntos Exteriores)?
20. ¿Sabes quién sigue tus cuentas de redes sociales? ¿Sabes quién es tu público estándar?
21. ¿Cómo lidia el ministerio con el hecho de que otras organizaciones nacionales también están activas en las redes sociales (por ejemplo, primer ministro, ministerio de defensa, presidente)? ¿Hay coordinación de mensajes entre todas estas partes?
22. ¿El ministerio opera más de un canal de Twitter o una página de Facebook? Si es así, ¿por qué?
23. ¿Utiliza cuentas de Twitter de otras embajadas o diplomáticos para recopilar información relevante?
24. ¿Ha cambiado el medio del mensaje? ¿La diplomacia digital trae consigo un nuevo tipo de mensaje?

Fuente: Ilan Manor (Manor, 2016)

De acuerdo a los datos recogidos de la entrevista realizada al GIT Prensa y Comunicación Corporativa Cancillería Colombiana (comunicación personal, Julio, 15, 2020), la diplomacia digital es entendida como el uso de tecnologías para apoyar los objetivos diplomáticos, ya no es más un campo de especialización en busca de equilibrio en un mundo trastornado y desafiado por el avance de las tecnologías de los medios de comunicación social. Mencionan la importancia de las herramientas digitales porque día tras días aumenta el número de personas que las usan para obtener información. En la cancillería el departamento de prensa junto a un equipo digital y de redes sociales administran las 188 páginas (cancilleria.gov.co y las de Embajadas, Consulados y Misiones) y las redes sociales de la entidad (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter); es decir, todo está centralizado en Bogotá.

Además, mostró que para el MRE es importante el medio digital, porque entienden que hoy por hoy las personas se informan más a través de canales virtuales que físicos. No obstante, no cuentan con una oficina como unidad de diplomacia digital; por eso las redes sociales se administran de acuerdo con la coyuntura. Un periodista encargado de redes sociales realiza una propuesta de publicaciones en Twitter y Facebook, lo cual son aprobados o modificados por la Jefe de Prensa, además cuentan con un indicador que analiza cada tres meses la métrica de las redes junto al conteo del número de seguidores de todas las cuentas oficiales a cargo.

El equipo responsable está formado por personas capacitadas en comunicación social, sin embargo, no son diplomáticos. Y los diplomáticos no reciben capacitación en el uso de medios digitales, ya que no se les permite mantener sus propios perfiles. Cualquier consulado o embajada que esté interesada en publicar información de su misión en los perfiles de la Cancillería, debe enviar su solicitud y adjuntar insumos y en la medida de lo posible, fotografías o imágenes que acompañen el texto. Con esos insumos, se arma un listado de trinos y mensajes sugeridos, luego se envían para visto bueno de la persona encargada y una vez obtenido, se procede a publicar. Las publicaciones no deben tener jamás un enfoque comercial o estar relacionadas con temas promocionales que impliquen recaudos de dinero.

Como resultado, los MRE, embajadas y diplomáticos de todo el mundo han acudido recientemente a sitios de redes sociales (SNS) como Twitter y Facebook en una práctica que generalmente se conoce como diplomacia digital. Según el sitio web Twiplomacy, ahora hay 228 MRE y ministros de Relaciones Exteriores activos en Twitter, además de unos 400 jefes de estado y más de 200 misiones a instituciones de la ONU (Cull, 2011).

Mientras los medios de comunicación de masas permiten a los países practicantes enviar sus mensajes al público de manera unilateral, como a través de proyectos de transmisión internacional. En la diplomacia pública digital, el público puede interactuar con los mensajes en la misma plataforma, difundir su propio contenido y crear sus propias redes (Sevin & Ingenhoff, 2018). Es por ello, que Bjola & Jiang (2015) destacan tres ventajas de los medios sociales en la diplomacia pública:

Figura 2 Ventajas de los medios sociales en la diplomacia pública

Ventajas de los medios sociales en la diplomacia pública		
Efectividad	Alcance	Potencial
○ En la entrega de información	○ De la información al público objetivo global	○ En la comunicación bidireccional entre diplomáticos y el público extranjero

*Nota: *Adaptado de (Bjola, C., 2015).*

En consecuencia, un gran número de embajadas ahora tienen sitios web interactivos, cuentas de Facebook y un número creciente de embajadores tienen una presencia activa en Twitter; Sin embargo, algunas cuentas de redes sociales funcionan en diferentes ángulos y actúan de diferentes modos a la hora de ejercer la diplomacia digital.

Un estudio de Twiplomacy, que es una encuesta mundial anual de la presencia y actividad de los jefes de estado y de gobierno, ministros de relaciones exteriores y sus instituciones en Twitter y Facebook, realizado por Burson-Marsteller, una firma global de relaciones públicas, (…) “reveló una vez más que las redes sociales son una herramienta de comunicación esencial para los gobiernos y que Twitter se ha convertido en el canal de elección para la diplomacia digital” (Adesina, 2016).

Durante más de una década, los estados han empleado medios sociales, especialmente Twitter, como una herramienta diplomática. El 2018 Twiplomacy en un informe revela que el 97 por ciento de los estados miembros de la ONU tienen cuentas de Twitter. Siendo una plataforma interactiva de libre acceso y con presencia internacional Twitter facilita a los diplomáticos expresar y comunicar información, noticias y opinión particulares a través de textos de 280 caracteres proporcionando un elemento que impide las limitaciones de distancia entre las personas y ayuda a evitar los inicios del conflicto antes de convertirse en una crisis total.

Tweets de líderes políticos y diplomáticos actúan de varias formas y con diferentes fines, algunos de ellos como: ser fundamentales para reducir la tensión entre los estados y sus contrapartes representativas, también pueden con tanta seguridad movilizar o socavar la legitimidad de otros Estados y sus políticas exteriores. El carácter público de Twitter permite a los usuarios, no afiliados al gobierno publicar de manera “libre” cualquier información pertinente a la diplomacia. Siendo entonces "El canal de la diplomacia digital para los líderes mundiales y los gobiernos", casi 180 líderes mundiales y gobiernos lo utilizan para comunicarse con sus pares y públicos (Duncombe, 2018).

Seguido está Facebook, según la edición 2020 de World Leaders en Facebook, parte de Twiplomacy de BCW (Burson Cohn & Wolfe), los gobiernos y líderes de 184 países, dos más que en 2019, tuvieron una presencia oficial en la red social, representando 95% de los 193 estados miembros de la ONU (World Leaders on Facebook. 2020). Allí, se realiza publicidad externa, que parece ser el método más típico, ya que, hay algunos ejemplos de técnicas de la diplomacia digital en publicaciones que obtuvieron altos niveles de interés que incluyen los siguientes:

Figura 3 Diplomacia digital en Facebook

*Nota: *Adaptado de Spry, D. (2018).*

b) Influencia de la diplomacia digital en Colombia mediante comparaciones con otros estados del tercer mundo.

Objetivo de investigación por desarrollar por parte del semillero, en futuras vigencias

c) Desarrollo del mandato presidencial de Iván Duque en relación a la diplomacia digital.

Objetivo de investigación por desarrollar por parte del semillero, en futuras vigencias

8. Conclusiones

Este artículo hace varias contribuciones significativas a la diplomacia digital. Ya que no solamente permite conocer los sucesos que han transformado la diplomacia tradicional a una diplomacia en línea, sino también, la manera en que los MRE, basados en las TIC han generado una mejor interacción influenciados por sitios de difusión de información amplia y rápida, como las redes sociales; que en consecuencia han gestado una mejor interacción y un rápido alcance debido a que trasladan los procesos diplomáticos a un entorno virtual que posee herramientas eficientes y efectivas para generar comunicación online.

La era digital logra contribuir a la diplomacia al realizar una administración coordinada de las funciones y procesos que desarrollan los diplomáticos no sólo en el entorno real, sino también en el virtual. Es decir, se vuelve necesaria la gestión de protección, información, transparencia y comunicación cercana al ciudadano y a los demás actores en las relaciones internacionales. Así mismo, el futuro de la diplomacia digital radica en la habilidad de los MRE de explotar las oportunidades generadas por el auge y disrupción digital. Esta constante aceleración se verá como una coyuntura basada en el ambiente proactivo orientado a las redes, por ello la era de las TIC ha llegado para introducirse en el ADN diplomático.

Este artículo es de gran relevancia para la diplomacia digital en Colombia, ya que proporciona conocimientos sobre esta desde sus inicios en el país; iniciando con el mandato del ex-presidente Álvaro Uribe y las primeras iniciativas de la agenda en ser un Gobierno en Línea, al usar la página web como única herramienta de transmisión de información; luego de esto, se da paso al expresidente Juan Manuel Santos y la modernización de la cancillería como una estrategia general y esencial dentro del proceso de adecuación de la política exterior a los nuevos roles que Colombia buscaba asumir como actor regional. (MRREE, 2010, p. 10, Pastrana y Vera, 2012a, p. 70).

En el actual mandato del presidente Iván Duque se proyecta dentro de una serie de estrategias crear una nueva política migratoria integral que enfrenta Colombia (Cancillería de Colombia, 2018); cómo promocionar de la imagen del estado en el exterior, no sólo respecto de los otros estados, sino más en general frente a la opinión pública (Serna, 2012), lo que genera una mejora a las relaciones diplomáticas con otros estados; aun teniendo en cuenta que la cancillería no cuenta con un departamento de diplomacia digital, y que las redes sociales se administran de acuerdo a la coyuntura (comunicación personal, Julio, 15, 2020).

9. Recomendaciones

A pesar de las contribuciones de este artículo, existen algunas limitaciones en todos los estudios de este tipo. Como la falta de datos confiables debido al corto periodo de tiempo (2018-2019) del presidente Iván Duque que han limitado el alcance de la investigación. Además, la investigación se habría beneficiado ampliamente con la participación de agentes diplomáticos, profesionales, organizaciones e instituciones con relación al tema. Es probable que existan otros factores que podrían emplearse en investigaciones futuras como complemento de este artículo.

Se sugiere que investigaciones futuras que se vayan a realizar entrevisten e involucren los actores ya mencionados para comprender de una forma más clara la diplomacia digital en el país, ya que es fundamental para mejorar las relaciones diplomáticas de Colombia. Así mismo, estudios futuros podrían exponer mejor la influencia que ha generado la diplomacia digital en Colombia mediante comparaciones con otros estados del tercer mundo. Finalmente, se recomienda investigar con mayor profundidad el desarrollo del mandato presidencial de Iván Duque en relación a la diplomacia digital.

10. Referencias bibliográficas

Adesina, O. (2016). Foreign policy in an era of digital diplomacy. African Journal for the Psychological Studies of Social Issues, 19, 169-189. doi:10.1080/23311886.2017.1297175

Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. Cogent Social Sciences, 3, 1297175. doi:10.1080/23311886.2017.1297175

Adler-Nissen, R., & Drieschova, A. (2019). Track-change diplomacy: Technology, affordances, and the practice of international negotiations. International Studies Quarterly, 63(3), 531-545. doi:10.1093/isq/sqz030

Aguirre, D., & Erlandsen, M. (2018). Digital public diplomacy in Latin America: Challenges and opportunities. doi:10.1093/acrefore/9780190846626.013.149

Almejo, J. d. J. (2009). Diplomacia digital y su vigencia en las relaciones internacionales. Norteamérica, 4(2), 187-196. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5265533

Arsenault, A. (2009). Toward a new public diplomacy: Redirecting U.S. foreign policy. Palgrave Macmillan, 135-154. doi:10.1057/9780230100855

Barder, A. D. (2016). Barbed wire. In M. B. Salter (Ed.), Making things international 2 (pp. 32-48) University of Minnesota Press. http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.ctt1b9s0d9.6

Bátora, J. (2009). Foreign ministries and the information revolution: Going virtual? Brill Nijhoff. https://brill.com/view/title/14859

Bjola, C. (2015). Introduction: Making sense of digital diplomacy. Taylor & Francis Group, , 15-24. doi:10.4324/9781315730844-8

Bjola, C. (2018). Diplomacia digital 2.0: Tendencias y resistencias. https://www.researchgate.net/publication/327800781_Diplomacia_digital_20_tendencias_y_resistencias

Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public diplomacy in the digital age. The Hague Journal of Diplomacy, 14(1-2), 83. doi:10.1163/1871191X-14011032

Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, us and japan in china. (pp. 71-88). https://www.researchgate.net/publication/286268365_Social_media_and_public_diplom

acy_A_comparative_analysis_of_the_digital_diplomatic_strategies_of_the_EU_Us_and_Japan_in_China

Bloodgood, E., & Masson, T. (2018). Digital technology and the changing face of diplomacy. https://www.researchgate.net/publication/325430409_Digital_technology_and_the_changing_face_of_diplomacy

Borda G, S. (1997). Medios de comunicación y política exterior en Colombia. Colombia Internacional, 28-37. doi:10.7440/colombiaint38.1997.03. https://revistas.uniandes.edu.co/doi/abs/10.7440/colombiaint38.1997.03

Cardoso, A. (2017). Digital diplomacy: Theory and practice. Revista Mexicana De Política Exterior. https://www.academia.edu/34411772/Digital_Diplomacy_Theory_and_Practice

Christodoulides, N. (2005). The internet & diplomacy. American Diplomacy. https://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/23311886.2017.1297175?scroll=top

Ciolek, M. (2010). "Understanding social media's contribution to public diplomacy" how embassy Jakarta's Facebook outreach illuminates the limitations and potential for the state department's use of social media. University of Southern California Center on Public Diplomacy at the Annenberg School. http://stage.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/pdfs/mciolek_socialmedia_indonesia.pdf

Clinton, H. (2011). "Internet Rights and Wrongs: Choices and Challenges in a Networked World". http://blogs.state.gov/stories/2011/02/15/internet-rights-and-wrongs-choices-and-challenges-networked-world#sthash.4ImCv2o3.dpuf

Cohen, R. (1998). Putting diplomatic studies on the map. Diplomatic Studies Program Newsletter. http://link.springer.com/content/pdf/bbm%3A978-0-230-51104-0%2F1.pdf

Copeland, D. (2011). Diplomacy In The Digital Age. Essays in honour of Ambassador Allan gotlieb by Janice gross stein
. International Journal, 67(1), 255-260. http://www.jstor.org/stable/23265978

Cortes Dussan, A. (2017). Digital media in the recent dynamic of Colombia's public diplomacy and national security in the Uribe and Santos' governments. Estudios De Derecho, 74(164), 89-124. doi:10.17533/udea.esde.v74n164a05

Cull, N. J. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories: The Annals of the American Academy of Political and Social Science, doi:10.1177/0002716207311952

Cull, N. J. (2011). WikiLeaks, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. Place Branding and Public Diplomacy, 7(1) doi:10.1057/pb.2011.2

Cancillería de Colombia. (2018). Principios y lineamientos. https://www.cancilleria.gov.co/principios-y-lineamientos-la-politica-exterior-colombiana

Departamento de Asesoría Legal, OAS. (1964). Convención de Viena sobre relaciones diplomáticas, 18 de abril de 1961. http://www.oas.org/legal/spanish/documentos/ConvencionViena.htm

DNP. (2014). Plan Nacional de Desarrollo: Todos por un nuevo país Tomo 2. En D. N. Planeación. Imprenta Nacional de Colombia. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/PND/PND%202014-2018%20Tomo%202%20internet.pdf

Duncombe, C. (2018). Twitter and the challenges of digital diplomacy. SAIS Review of International Affairs, 38(2), 91-100. doi:10.1353/sais.2018.0019

Faye, M. (2000). Developing national information and communication infrastructure (NICI) policies and plans in Africa. Paper presented at the Nigeria NICI workshop. https://www.researchgate.net/publication/319456818_Information_and_Communication_Technologies_ICT_A_Tool_for_Good_Governance

Fraga, M., & Rodríguez-Moñino, R. (1977). Los fundamentos de la diplomacia. Barcelona, España: Planeta, Barcelona. http://792544833.paginasdondepodran.xyz/

Hanson, F. (2010). A digital DFAT: Joining the 21st century. Lowy Institute for International Policy, 1-16. http://lowyinstitute.richmedia-server.com/sound/A_digital_DFAT.pdf

Hanson, F. (2012, October 25). Baked in and wired: eDiplomacy@State, Foreign Policy Paper Series no 30 (pp. 1–41), Washington, DC: Brookings Institution.

Heeks, R., & Bailur, S. (2007). Analyzing e-government research: Perspectives, philosophies, theories, methods, and practice. Government Information Quarterly, 24(2), 243-265. doi:10.1016/j.giq.2006.06.005

Hocking, B., Melissen, J., Riordan, S., & Sharp, P. (2012). Futures for diplomacy: Integrative diplomacy in the 21st century. Clingendael: Netherlands Institute of International

Relations, 1-85. https://www.clingendael.org/publication/futures-diplomacy-integrative-diplomacy-21st-century

Holmes, M. (2013). What is e-Diplomacy? 7th European Consortium for Political Research General Conference, Bordeaux. https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/13be8e0e-c92e-4a16-a33d-7206a57a4fa6.pdf

Ipu, C. J. (2013). E-diplomacy in East Africa: Case study of Kenya. University of Nairobi: Doctoral dissertation. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/60009/Ipu_E-diplomacy%20in%20East%20Africa%3A%20case%20study%20of%20Kenya.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ittefaq, M. (2019). Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of facebook and twitter for digital engagement.18, 49-69. doi:10.17477/jcea.2019.18.1.049

Lead and Mercator Capacity Building Center for Leadership & Advocacy. (2016). Networked foreign policy for the 21st century. How leaders can drive change in the digital age., 1-52. https://sanjanah.files.wordpress.com/2016/03/4500902.pdf

Lüfkens, M. (2017,). Twiplomacy study 2017. https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2017/

Manfredi, J. L. (2014). Taxonomy of digital diplomacy in the international affairs agenda. Historia Y Comunicación Social, 19, 341-354. doi:10.5209/rev_HICS.2014.v19.47299

Manor, I. (2016a). Are we there yet: Have MFAs realized the potential of digital diplomacy? (Brill Academic Pub Ed.) doi:10.1163/9789004319790

Manor, I. (2016b). What is digital diplomacy, and how is it practiced around the world? A brief introduction. Diplomatist Magazine 2016 Annual Edition, https://www.researchgate.net/publication/310952363_What_is_Digital_Diplomacy_and_how_is_it_Practiced_around_the_World_A_brief_introduction

Manor, I. (2017a). Digital diplomacy in 2016: Summary of Israel's first digital diplomacy conference. https://www.researchgate.net/publication/316191349_Digital_Diplomacy_in_2016_Summary_of_Israel's_First_Digital_Diplomacy_Conference

Manor, I. (2017b). Palestine in Hebrew: Overcoming the limitations of traditional diplomacy. Revista Mexicana De Política Exterior, 163-183. https://www.academia.edu/37275526/Palestine_in_Hebrew_Overcoming_the_Limitations_of_Traditional_Diplomacy

Manor, I., & Segev, E. (2015). America's selfie: How the US portrays itself on its social media accounts. https://www.taylorfrancis.com/

Melissen, J., & Keulenaar, E. (2017). The case for critical digital diplomacy. https://www.researchgate.net/publication/314243976_The_Case_for_Critical_Digital_Diplomacy:

Pastrana, E. (enero de 2012). Estrategias de la política exterior de Colombia en su calidad de potencia secundaria en Sudamérica. https://www.researchgate.net/publication/316997963_Estrategias_de_la_politica_exterior_de_Colombia_en_su_calidad_de_potencia_secundaria_en_Sudamerica

Pamment, J. (2016). Digital diplomacy as transmedia engagement: Aligning theories of participatory culture with international advocacy campaigns. New Media & Society, 18(9), 2046-2062. doi:10.1177/1461444815577792

Payne, G., Sevin, E., & Bruya, S. (2011). Grassroots 2.0: Public diplomacy in the digital age. Comunicação Pública, (vol.6 n10), 45-70. https://www.academia.edu/14354201/Grassroots_2.0_Public_Diplomacy_in_the_Digital_Age

Pouliot, V., & Cornut, J. (2015). Practice theory and the study of diplomacy: A research agenda: Cooperation and Conflict, doi:10.1177/0010836715574913

Rodríguez, A. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? Opción: Revista De Ciencias Humanas Y Sociales, (Extra 2), 915-937. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5834789

Rashica, V. (2018). The benefits and risks of digital diplomacy. SEEU Review, 13, 75-89. doi:10.2478/seeur-2018-0008

Robertson, J. (2018). Organizational culture and public diplomacy in the digital sphere: The case of South Korea. Asia & the Pacific Policy Studies, 5(3), 672-682. doi:10.1002/app5.256

Schwarzenbach, B. (2015). Twitter and diplomacy: How social networking is changing foreign policy. http://thediplomaticenvoy.com/2015/10/12/ twitter-and-diplomacy-how-social-media-revolutionizedour- interaction-with-foreign-policy/

Serna, R. (2012). Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia. Icono 14, ISSN 1697-8293, Nº. 16, 2010 (Ejemplar Dedicado a: Nuevos Tiempos Para La Comunicación Empresarial E Institucional), 8 doi:10.7195/ri14.v8i2.259

Sevin, E., & Ingenhoff, D. (2018). Public diplomacy on social media: Analyzing networks and content. International Journal of Communication. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8726

Sevin, E., & Manor, I. (2019). From embassy ties to twitter links: Comparing offline and online diplomatic networks. Policy & Internet, 11(3), 324. https://www.academia.edu/38396336/From_Embassy_Ties_to_Twitter_Links_Comparing_Offline_and_Online_Diplomatic_Networks

Simunjak, M., & Caliandro, A. (2019). Twiplomacy in the age of Donald Trump: Is the diplomatic code changing? Information Society, 35(1), 13-25. doi:10.1080/01972243.2018.1542646

Spry, D. (2018). Facebook diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions: Media International Australia, 62-80. doi:10.1177/1329878X18783029

Statista (2018a). Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2021. https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/

Todhunter, J. P. (2013). The domestic fruits of diplomacy: Mediation and presidential approval (article).18, 195-217. doi:10.1163/15718069-12341253

Twiplomacy. (2018, Jul 10). Twiplomacy study 2018. https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/

Twiplomacy. (November 12, 2020). Why are U.S. Presidents not following other world leaders on social media?. https://twiplomacy.com/blog/tag/twiplomacy/

World leaders on facebook. (2020, abril 23). World Leaders on Facebook 2020. https://twiplomacy.com/blog/world-leaders-on-facebook-2020

11. Apéndices

Apéndice A Entrevista a Cancillería de Colombia

El futuro es de todos | Cancillería de Colombia

Bogotá, D.C., 15 de julio del 2020

Señora:
PAULA ALEJANDRA MANCERA PEREZ
paula.mancera@usantotomas.edu.co
Ciudad

Referencia: Radicado N° rG6RjxiAQ3qVRlN0yf0Piw del 9 de julio de 2020

Apreciada señora:

Reciba un cordial saludo

De manera atenta nos permitimos dar respuesta a la petición formulada ante este Ministerio en la que solicita respuesta a cuestionario el potencial de la diplomacia digital.

Sobre el particular nos permitimos indicar y dar respuesta a sus preguntas así:

EL POTENCIAL DE LA DIPLOMACIA DIGITAL

CUESTIONARIO – ENTREVISTA

1. ¿Cómo defines la diplomacia digital?

RESPUESTA:
Según el Ministerio de Asuntos Exteriores Francés en su publicación realizada en https://www.diplomatie.gouv.fr/es/politica-exterior/diplomacia-digital/, indica que …" La diplomacia cubre varias actividades: representar y promocionar los intereses del país, informar a las autoridades, negociar, interactuar con la sociedad civil, y en particular con los líderes de opinión del país de residencia, proteger a los nacionales.

La diplomacia digital es la extensión de la diplomacia tradicional. Se basa en las innovaciones y usos inducidos por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). No obstante, la herramienta digital no se limita a ser un mero medio de transmisión de la información: contribuye a transformar la actividad diplomática.

2. ¿Cómo está estructurada la unidad de diplomacia digital? ¿A qué departamento pertenece?

Contamos con un equipo digital y un equipo de redes sociales. Estas personas administran las 188 páginas del Ministerio (cancilleria.gov.co y las de Embajadas, Consulados y Misiones) y las redes sociales de la entidad (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter); es decir, todo está centralizado en Bogotá. Ellos hacen parte del Grupo Interno de Trabajo de Prensa y Comunicación Corporativa.

El tema digital es muy importante para el Ministerio de Relaciones Exteriores. Para nosotros es claro que las personas hoy por hoy se informan más a través de los canales virtuales que por medio de los canales físicos.

El futuro es de todos | Cancillería de Colombia

Por eso, nuestro equipo está disponible de 7:00 a.m. a 10:00 p.m. (hora de Colombia) para actualizar información y responder las inquietudes de los usuarios.

No obstante, hay que decir que no contamos con una oficina denominada como unidad de diplomacia digital.

3. ¿Hay departamentos dentro de la unidad? ¿Cuáles son las áreas de responsabilidad de cada subdepartamento?

El GIT de Prensa y Comunicación Corporativa tiene cuatro subgrupos: Prensa, Redes sociales, Equipo digital y Comunicación interna.

4. ¿Quién dirige la unidad de diplomacia digital? ¿Diplomático entrenado? ¿Experto en redes sociales? ¿Por qué?

El GIT de Prensa y Comunicación Corporativa está liderado por la Jefe de Prensa. Actualmente es Diana Arrieta, comunicadora social y periodista, magíster en Relaciones Internacionales.

5. ¿Trabajas con agencias de medios sociales externas o expertos? ¿Por qué?

No. Por austeridad de gobierno todo el tema digital se trabaja *in house*.

6. ¿Cómo se comunica la unidad de diplomacia digital con otros departamentos en el Ministerio de Asuntos Exteriores (reuniones programadas, sesiones informativas, correos entre oficinas)?

La comunicación al interior del Ministerio de Relaciones Exteriores se hace a través de correos electrónicos entre las oficinas, Intranet, reuniones con las áreas, Microsoft Teams (dada la coyuntura del Covid-19).

7. ¿Quién realmente formula tweets y publicaciones en Facebook?

El periodista encargado de redes sociales realiza una propuesta de publicaciones en Twitter y Facebook, los cuales son aprobados o modificados por la Jefe de Prensa. No obstante, lo que piden publicar áreas distintas al GIT de Prensa y Comunicación Corporativa, viene con el visto bueno del Director, Embajador, Cónsul o Jefe.

8. ¿Quién decide qué problemas se presentarán en la diplomacia digital a nivel ministerial?

Al no contar con un departamento de diplomacia digital, las redes sociales se administran de acuerdo con la coyuntura. El monitoreo de lo que sucede y las posibles crisis son analizadas por el Community Manager. Igualmente, recibimos de la empresa de monitoreo las alertas de las noticias en relación con el Ministerio de Relaciones Exteriores o sus funcionarios. Los periodistas que hacen parte del GIT de Prensa preguntan semanalmente cuáles son los eventos de la próxima semana, los cuales permiten identificar algunos riesgos que tengan implicaciones en lo digital. No obstante, no siempre podemos prever con tiempo, sino que hay cosas que surgen en la marcha.

9. ¿Quién decide qué problemas se presentarán en la diplomacia digital a nivel de embajada?

Mensualmente, las Embajadas y Consulados comparten los eventos en los que se podría llegar a afectar de manera positiva o negativa la imagen del país y de la entidad. A partir de esta información, en el GIT de Prensa

y Comunicación Corporativa podemos identificar con antelación posibles riesgos que puedan tener implicaciones a nivel digital. Así mismo, contamos con una compañía de monitoreo que nos informa en tiempo real las noticias y el community manager revisa y analiza de forma permanente qué es tendencia en redes sociales, si está involucrado el Ministerio de Relaciones Exteriores o alguno de sus funcionarios y las posibles crisis.

10. ¿Cómo funciona la unidad de diplomacia digital con los administradores de redes sociales a nivel de embajada? ¿Supervisan todas las actividades o visitan los perfiles de Twitter de la embajada cada poco día más o menos? ¿Por qué?

Actualmente la Cancillería cuenta con perfiles en 5 redes sociales:
Facebook: cancillería colombia
Twitter: @cancilleriacol
Instagram: cancilleriacol
Youtube: cancilleria colombia
Periscope: cancilleriacol

Cualquier consulado o embajada que esté interesada en publicar información de su misión en los perfiles de la Cancillería, debe enviar su solicitud y adjuntar insumos y en la medida de lo posible, fotografías o imágenes que acompañen el texto.

Con esos insumos, se arma un listado de trinos y mensajes sugeridos. Luego se envían para visto bueno de la persona encargada y una vez obtenido, se procede a publicar. Las publicaciones no deben tener jamás un enfoque comercial o estar relacionadas con temas promocionales que impliquen recaudos de dinero.

La información solo debe moverse por estas cuentas porque son las autorizadas. Lo que allí se publique tiene que estar directamente relacionado con la gestión del Ministerio, embajada o consulado.

Por lo anterior, si llegase a existir una cuenta en redes sociales con el nombre de una Embajada o Consulado, se considera como información no oficial.

11. ¿Las embajadas incluyen contenido del SNS cuando informan al ministerio? ¿Por qué?

No entendemos en qué consiste el SNS.

12. ¿Cómo defines el compromiso en la diplomacia digital?

RESPUESTA:
La diplomacia digital, entendida como el uso de tecnologías para apoyar los objetivos diplomáticos, ya no es más un campo de especialización en busca de equilibrio en un mundo trastornado y desafiado por el avance de las tecnologías de los medios de comunicación social. Es probable que la diplomacia digital penetre hasta el fondo del ADN diplomático si los ministerios entienden la aceleración tecnológica como una oportunidad de adaptación proactiva, basada en el ecosistema y enfocada en la red. Si, por otro lado, la digitalización no logra contener el contagio emocional, el determinismo algorítmico y la entropía estratégica, es muy probable que los ministerios desaceleren sus esfuerzos de integración de las tecnologías digitales a sus actividades. *Tomado del libro : Diplomacia digital 2.0: tendencias y resistencias Digital Diplomacy 2.0: Trends and Countertrends Corneliu Bjola Profesor de Estudios Diplomáticos, Universidad de Oxford corneliu.bjola@qeh.ox.ac.uk*

El futuro es de todos | Cancillería de Colombia

13. ¿El compromiso con los seguidores es importante para el Ministerio de Asuntos Exteriores? ¿Por qué? ¿Le animan a involucrarse con los seguidores? ¿O está prohibido?

Para el Gobierno Nacional es fundamental recuperar y aumentar la confianza de la ciudadanía en las instituciones públicas. Así mismo, busca promover el diálogo y la participación activa entre servidores públicos y ciudadanos en la gestión de los asuntos públicos, el control social y rendición de cuentas, de acuerdo con el Manual Único de Rendición de Cuentas del Departamento Administrativo de la Función Pública. En ese sentido, uno de los canales de comunicación y participación son las redes sociales.

A través de las redes sociales se mantiene contacto permanente con las partes interesadas y se difunde información de interés en tiempo real sobre la gestión, trámites y servicios de la Cancillería, y los ciudadanos tienen la posibilidad de enviar inquietudes sobre los trámites y servicios o solicitar información. Asimismo, se envía información de noticias, temas de interés, trámites, eventos y servicios.

Por otra parte, a través de las redes sociales de Colombia Nos Une se realizan transmisiones en vivo de temas de interés para los colombianos residentes en el exterior. En estos espacios los ciudadanos pueden participar de manera interactiva y obtener respuestas a sus inquietudes en vivo. Cabe destacar que estas cuentas están a cargo de la Dirección de Asuntos Consulares, Migratorios y del Ciudadano.

Mayor información sobre la participación ciudadana del Ministerio de Relaciones Exteriores puede encontrarla aquí: https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/FOTOS2019/guia_de_participacion_ciudadana_2019.pdf

14. ¿Quién en la unidad de diplomacia digital está a cargo del compromiso con los seguidores?

La persona encargada en el GIT de Prensa y Comunicaciones Corporativas es el community manager, quien es un periodista de formación.

15. ¿Cómo se mide la actividad de la diplomacia digital? ¿Qué parámetros se usan?

Contamos con un indicador que mide el número de seguidores cada tres meses. De igual manera, cada mes, hacemos un análisis de las métricas de las redes para tomar acciones frente a las parrillas, horarios de publicación, entre otros.

16. ¿Con qué frecuencia evalúa la eficacia de la diplomacia digital? ¿Las embajadas también hacen esto?

Como se respondió en la pregunta anterior, el indicador del número de seguidores se evalúa cada tres meses y cada mes hay un análisis de las métricas de las redes.

Las embajadas no se involucran en este proceso porque como se comentó anteriormente, las comunicaciones de Cancillería están centralizadas en Bogotá. Cualquier consulado o embajada que esté interesada en publicar información de su misión en los perfiles de la Cancillería, debe enviar su solicitud y adjuntar insumos y en la medida de lo posible, fotografías o imágenes que acompañen el texto.

21. ¿El ministerio opera más de un canal de Twitter o una página de Facebook? Si es así, ¿por qué?

Tenemos presencia en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Periscope, porque hay usuarios que no están en una red o la otra y necesitamos que los mensajes que hacemos lleguen a todos los públicos.

22. ¿Utiliza cuentas de Twitter de otras embajadas o diplomáticos para recopilar información relevante?

Por políticas internas y el manual de redes sociales del Ministerio, ninguna misión, embajador o miembro del cuerpo diplomático puede tener ni publicar información de la Cancillería. Todo debe ser centralizado en Bogotá a través de nuestros canales digitales.

23. ¿Ha cambiado el medio del mensaje? ¿La diplomacia digital trae consigo un nuevo tipo de mensaje?

Con el uso de las redes sociales, se privilegia la publicación de información concisa, clara y fácil de digerir para lograr la atención de nuestros públicos. Cada día procuramos presentar la información no solo a través de los comunicados de prensa que se publican en la página web o se comparten con los periodistas, sino que trabajamos para que el mensaje llegue a través de otras formas: videos, gráficos, infografías, entre otros. Podríamos decir que el mensaje es el mismo, pero variamos en la forma como lo comunicamos.

Atentamente,

GIT Prensa y Comunicación Corporativa.
Tel. 57(1) 381 4000.
Carrera 5° N° 9 -03 Bogotá, Colombia.
www.cancilleria.gov.co

Antes de imprimir este e-mail, piense bien si es necesario hacerlo. En Cancillería estamos cuidando el medio ambiente.El medio ambiente depende de todos.

La información contenida en este correo electrónico y en todos sus archivos anexos, es confidencia l y/o privilegiada y sólo puede ser utilizada por la(s) persona(s) a la(s) cual(es) está dirigida. Si usted no es el destinatario autorizado, cualquier modificación, retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este mensaje y/o de la información contenida en el mismo y/o en sus archivos anexos está prohibida y son sancionadas por la ley, por favor sírvase borrarlo de inmediato.

This email is intended only for the person or entity to which it is addressed and may contain information that is privileged, confidential or otherwise protected from disclosure. Dissemination, distribution or copying of this e-mail or the information herein by anyone other than the intended recipient, or an employee or agent responsible for delivering the message to the intended recipient, is prohibited.