

Daniel Aguirre, Matthias Erlandsen y Miguel Ángel López, editores
Diplomacia pública digital: el contexto iberoamericano

Heredia, Costa Rica: Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional, 2018, 310 pp. ISBN 978-9968-558-54-9

La diplomacia pública es la gestión y proyección de la imagen de un país en el exterior para influir en las audiencias extranjeras y, por consiguiente, la comunicación es una actividad preferente en un escenario global en permanente cambio. Las tecnologías de la información y los medios sociales han impactado de manera significativa en el modo de ejercer la diplomacia, a tal punto que hoy se habla de diplomacia pública digital, diplomacia en tiempo real o diplomacia en red.

La literatura académica latinoamericana sobre este tema es muy escasa, en especial, aquella que analiza cómo los gobiernos y demás actores políticos y no políticos utilizan las redes sociales para influir en las audiencias extranjeras, cambiar percepciones, generar confianza o conseguir apoyo para ciertos acuerdos o negociaciones. De ahí que el libro *Diplomacia pública digital: el contexto iberoamericano* viene de manera muy oportuna a llenar un vacío bibliográfico al exponer nueve casos (unos más positivos que otros) sobre América Latina y España que analizan cómo las cancillerías de los respectivos países están utilizando las redes sociales para insertarse en el nuevo paradigma de la diplomacia del siglo XXI.

Con el prólogo del distinguido profesor Nicholas J. Cull, otra característica que distingue a este libro es que la mayoría de sus capítulos son de autoría de profesores, doctores y doctorandos iberoamericanos (la mayoría de ellos jóvenes académicos), rompiendo la tradición anglosajona de casos muy estudiados

en Europa y Estados Unidos. Además, los capítulos están escritos con un enfoque multidisciplinario, pues los autores realizan sus análisis desde la comunicación, las relaciones internacionales y la política.

El libro se divide en tres partes y nueve capítulos que analizan el modo como las cancillerías de diversos países latinoamericanos utilizan las redes sociales en un contexto de globalización con el propósito de insertarse en el nuevo paradigma de la diplomacia pública, teniendo en cuenta el contexto geopolítico del Estado en el que se desarrolla el cambio hacia la diplomacia digital. En este sentido, el libro propone una clasificación de prácticas de diplomacia digital: la institucionalizada, entendida como prácticas de diplomacia pública digital hechas desde cuentas institucionales; y la personalizada, entendida como la práctica y el uso de cuentas en redes sociales de un líder; el presidente, en la mayoría de los casos.

Respecto de la práctica institucionalizada (que se corresponde con la primera parte del libro), se analizan los casos de las cancillerías de México, Ecuador y España. En este último, sus autores, los profesores Rafael Rubio y Juan Luis Manfredi proponen una mayor interlocución de las cancillerías con las audiencias digitales y, por consiguiente, un mayor protagonismo de la comunicación.

La segunda parte del libro analiza la diplomacia digital personalizada en el uso que de sus cuentas de twitter realizan los expresidentes Cristina Fernández de Kirchner y Hugo Chávez.

La tercera y última parte del libro se refiere a tres casos en los cuales la coyuntura o el desarrollo de la diplomacia pública digital es mixta o incipiente. El proceso de juicio político de la expresidenta Dilma Rousseff, la crisis diplomática entre Chile y Bolivia, y un panorama de la diplomacia pública digital de la cancillería de Costa Rica son las tres cuestiones que se analizan en este apartado.

Se puede destacar el análisis realizado por Matthias Erlandsen y María Fernanda Hernández Gaza, doctorandos de la Universidad Católica de Chile, quienes

analizan más de 500 tuits de la cuenta @CFKArgentina con el propósito de responder si existió una característica personalista en la comunicación digital de la expresidente argentina, y si logró imprimir su personalidad en el plano internacional, relevando más su figura que la identidad propia de la nación.

Para saber la respuesta y leer los otros interesantes casos analizados, se puede acceder al libro a través del siguiente enlace con el programa Adobe Flash Player:
<http://libros.uchile.cl/720>.

Marcela Pizarro

Mpizarro@austral.edu.ar

Escuela de Posgrados en Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad Austral.

