



Trabajo Final para optar por el Título de:
MAESTRÍA EN RELACIONES INTERNACIONALES

Título:
**LA DIPLOMACIA DIGITAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA:
ESTADO ACTUAL Y PERSPECTIVAS (PERIODO 2016-2020)**

Sustentante:
Lic. José Guillermo Sarita Paulino

Matrícula:
20171148

Asesora:
Prof. Graciela Mirtha Morales Pacheco

Santo Domingo, Distrito Nacional
República Dominicana
Abril, 2019

RESUMEN

La diplomacia digital se entiende como el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para cumplir los objetivos y propósitos de la diplomacia clásica. Se trata de un fenómeno en constante evolución, del cual los países se hacen parte cada vez con mayor presencia. La comunicación digital y la diplomacia digital forma parte de un mismo sistema y gracias a esta relación el diplomático tiene una doble modalidad de interacción, denominada de Estado a Estado y de Estado a ciudadano. La República Dominicana hace uso de la diplomacia digital a través de las redes sociales, en particular, los contenidos promovidos en las plataformas Twitter, Facebook e Instagram por el presidente de la República, el Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX), y las embajadas y consulados dominicanos en el extranjero. El MIREX ha evolucionado trascendentalmente en el uso de sus redes sociales, en la actualidad, tiene cuentas en 6 de estas plataformas. No obstante a lo anterior, el país supone enfrentarse a diversos retos y desafíos como la capacitación y manejo de las herramientas por parte de los actores, así como la creación de contenido e interacción con los usuarios. A través de estos mecanismos, el país hace más transparente y accesible las informaciones del manejo de las relaciones internacionales del país; genera un canal de comunicación más directo con autoridades de otros Estados así como con los ciudadanos; promociona la imagen país en mercados internacionales, pero, sobre todo, fortalece el ejercicio de su política exterior.

AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, por ser mi guía durante todo este trayecto, por darme la sabiduría, el conocimiento y las habilidades necesarias para que pudiera culminar de forma satisfactoria esta meta tan importante en mi desarrollo académico y profesional.

A mis padres, **Josefina Paulino** y **Guillermo Sarita**, por ser quienes me impulsan a dar lo mejor de mí en cada proyecto que emprendo, por estar siempre presentes, por su inmensurable apoyo, por ser mi sostén y base.

A mis hermanos, **Omar Guillermo** y **Luis Rafael**, por animarme a seguir adelante, escucharme y alentarme en cada oportunidad a perseguir y cumplir mis sueños.

A mi novia, **Paula Martínez**, por su apoyo y soporte incondicional, paciencia y comprensión; por motivarme a ser mejor cada día, a dar la milla extra. Gracias por creer en mí. Gracias por inspirarme a lograr maravillas.

A mis compañeros de maestría, **Patricia Ortiz, Moisés Arbaje, Eduardo Canela, Francisco Bendek, Katherine Diaz, Ceferino Peralta, Arlenny Feliz, Omar Torres**, con quienes compartí esta interesante experiencia de aprendizaje sobre el mundo de las relaciones internacionales, seres humanos y profesionales excepcionales y a quienes les deseo el mayor de todos los éxitos.

Al coordinador de este programa de maestría, **Embajador Manuel Morales Lama**, por sus orientaciones, preocupación y apoyo durante todo nuestro proceso de formación en esta alta casa de estudios.

A los profesores de este programa de maestría, de quienes me llevo grandes conocimientos y experiencias que serán de gran provecho en lo adelante del ejercicio de mi vida profesional. En especial, la maestra **Graciela Morales**,

quien fue nuestra guía y mentora en este proyecto de investigación. Gracias apreciada maestra por sus enseñanzas, más allá de lo académico, de vida.

Al director de comunicación digital del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX), el **Lic. Eloy Núñez**, por haberme brindado su colaboración en este interesante y novedoso tema. Gracias por los conocimientos, técnicas y experiencias compartidas.

A todos los que de una forma u otra fueron parte de este gran logro, con sus palabras de aliento, su preocupación por mis progresos, por su constante respaldo, a ustedes, gracias.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
RESUMEN	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE FIGURAS	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: ¿QUE ES LA DIPLOMACIA DIGITAL?	5
1.1. De la diplomacia clásica a la diplomacia digital.....	6
1.2. ¿Qué es la diplomacia digital?.....	12
1.3. Principales mecanismos y herramientas de la diplomacia digital.	17
1.4. Diplomacia digital en las relaciones internacionales actuales.....	23
CAPITULO II: DIPLOMACIA DIGITAL DE LA REPÚBLICA	
DOMINICANA PERIODO 2016-2019	28
2.1. Presencia de la República Dominicana en el entorno de las redes sociales.....	29
2.1.1. Principales actores.....	29
2.2. Cuerpo diplomático y consular dominicano en las redes sociales.....	35
2.3. Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en las redes sociales.....	41
2.3.1. Análisis del comportamiento de publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en Instagram.....	44
2.4. Portal web del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX).....	49
CAPITULO III: PRESPECTIVAS DE LA DIPLOMACIA DIGITAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA COMO PARTE DE LA POLÍTICA EXTERIOR	51

3.1. La diplomacia dominicana ante el reto de la comunicación digital.....	52
3.2. Desafíos de la diplomacia digital de la República Dominicana...	58
3.3. República Dominicana como marca país en el entorno digital....	66
3.4. Perspectivas para el año 2020 en la aplicación de herramientas tecnológicas en la política exterior dominicana.....	70
CONCLUSIONES.....	75
RECOMENDACIONES.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS.....	88
Anexo 1: Cuentas oficiales en redes sociales de las embajadas y consulados dominicanos.....	89
Anexo 2: Entrevista al Lic. Eloy Núñez, Encargado de redes sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX).....	97

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla No. 1. Penetración de redes sociales por región con mayor incidencia.....	20
Tabla No. 2. Penetración de redes sociales por región con menor incidencia.....	21
Tabla No. 3. Comportamiento de los usuarios en redes sociales.....	21
Tabla No. 4. Cuentas activas en plataformas sociales.....	22
Tabla No. 5. Top 5 de los líderes mundiales con mayor influencia en Twitter en el 2018.....	25
Tabla No. 6. Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de seguidores en Twitter en el 2018.....	25
Tabla No. 7. Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de interacciones en Facebook en el 2018.....	26
Tabla No. 8. Top 5 de las cuentas más activas en Instagram en el 2018.....	26
Tabla No. 9. Top 5 de las Organizaciones Internacionales con mayor número de seguidores en Instagram en el 2018.....	27
Tabla No. 10. Redes sociales utilizadas por el presidente de la República Dominicana.....	30
Tabla No. 11. Redes sociales utilizadas por la presidencia de la República Dominicana.....	32
Tabla No. 12. Redes sociales utilizadas por el ministro de Relaciones Exteriores de la República Dominicana.....	33
Tabla No. 13. Redes sociales utilizadas por el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana.....	34
Tabla No. 14. Consulados dominicanos en Twitter.....	37
Tabla No. 15. Embajadas dominicanas en Twitter.....	37

Tabla No. 16. Misiones Permanentes dominicanas en Twitter.....	37
Tabla No. 17. Consulados dominicanos en Facebook.....	38
Tabla No. 18. Embajadas dominicanas en Facebook.....	38
Tabla No. 19. Misiones Permanentes dominicanas en Facebook.....	39
Tabla No. 20. Consulados dominicanos en Instagram.....	39
Tabla No. 21. Embajadas dominicanas en Instagram.....	39
Tabla No. 22. Misiones Permanentes dominicanas en Instagram.....	40
Tabla No. 23. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2014.....	46
Tabla No. 24. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2015.....	46
Tabla No. 25. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2016.....	46
Tabla No. 26. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2017.....	47
Tabla No. 27. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2018.....	47
Tabla No. 28. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2019.....	47

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura No. 1. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social Instagram sobre relaciones diplomáticas entre República Dominicana y Argentina.....	56
Figura No. 2. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social Twitter la suscripción de tres acuerdos con Perú.....	57
Figura No. 3. Publicación de la Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos en Facebook sobre orgullo dominicano.....	62
Figura No. 4. Publicación de la Embajada de la República Dominicana en Austria en Facebook sobre visita de embajadora a Monseñor Peter Stephan.....	63
Figura No. 5. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en Twitter sobre ¿Por qué invertir en la República Dominicana?.....	68
Figura No. 6. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores sobre relaciones diplomáticas entre República Dominicana y Argentina.....	69

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de la globalización, las relaciones entre los sujetos de derecho internacional, en específico, los Estados, han ido variando en forma y fondo. Las típicas interacciones entre los Estados, las negociaciones, la consolidación de acuerdos, resolución de conflictos, comunicación con sus ciudadanos en el extranjero, promoción de políticas, así como transparencia en el ejercicio de las funciones del ámbito diplomático, son solo algunos aspectos que hoy en día cuentan con herramientas tecnológicas que permiten realizarlas cada vez más rápido, de forma ágil y con mayor efectividad.

Los agentes diplomáticos, eran hace unos años negociadores a puertas cerradas, en los que solo en ocasiones especiales se hacían públicos sus oficios y actividades. El acceso a las informaciones de entidades consulares era un proceso tedioso y burocrático que hacía que el usuario tuviera que realizar múltiples operaciones para acceder a la información. En la actualidad, la diplomacia digital ha cambiado ambos aspectos.

La diplomacia digital se traduce como el uso de mecanismos y herramientas tecnológicas, como redes sociales, contenido web y plataformas digitales a fin de realizar los objetivos propios de la diplomacia tradicional o clásica. Muchos son los países que se han insertado en este nuevo paradigma de la sociedad internacional, y la República Dominicana no es la excepción.

Surge la interrogante de conocer como las autoridades encargadas del manejo de las relaciones internacionales del país, así como las entidades que forman parte del servicio exterior (consulados y embajadas) hacen uso de los recursos tecnológicos, en especial, las redes sociales y contenido web a fin de lograr la consecución de sus objetivos, partiendo de la hipótesis de que la República Dominicana fortalece su política exterior a través del uso de la diplomacia digital.

El presente trabajo de investigación busca hacer un análisis de como la República Dominicana hace uso de la diplomacia digital como parte de la ejecución de su política exterior, tomando como referencia el periodo comprendido entre los años 2016 y 2020. Se pretende examinar las particularidades y características de la diplomacia digital en sentido general; identificar los principales actores en el uso de la diplomacia digital en el país; describir el manejo de las redes sociales y plataformas web en la diplomacia digital de la República Dominicana; analizar los retos y desafíos que pudiese afrontar la diplomacia digital dominicana ante el contexto actual así como evaluar las posibles perspectivas de la diplomacia digital en la República Dominicana a corto y mediano plazo.

Conforme a la naturaleza y objeto de la investigación correspondiente a tratar de estudiar y comprender como opera la diplomacia digital de la República Dominicana, su carácter es esencialmente exploratorio. Se estará utilizando el método analítico, con la finalidad de hacer un estudio de los

elementos generales del tema a investigar, de modo que sirva de base para todo el contenido; el método descriptivo, para poder describir cómo funciona y opera la diplomacia digital, así como a través de qué mecanismos y actores se hace efectiva; el método deductivo/inductivo en ocasión de evaluar las premisas de carácter general y así poder llegar a conclusiones de tipo particular y a la inversa.

Se estarán utilizando diversas técnicas de investigación: informaciones de agencias internacionales encargadas del monitoreo de redes sociales a nivel mundial; recopilación de datos de las plataformas digitales en las que la República Dominicana tenga cuentas o perfiles; así como también, entrevista a las autoridades encargadas del manejo de redes sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Es necesario precisar que este trabajo presenta importantes retos para su realización, entre ellos, el hecho de que la diplomacia digital es un tema sumamente joven no existe gran cantidad de material bibliográfico ni insumos locales que traten el tema conforme la visión que se quiere presentar. Adicionalmente, el acceso a personalidades del ámbito diplomático y consular es limitado y a eso debe agregarse el que no existen registros oficiales de carácter público que permita obtener datos concretos del uso de las herramientas digitales, como las redes sociales, por parte de las autoridades encargadas del manejo de las relaciones internacionales.

En cuanto a la estructura, el presente trabajo de investigación está dividido en tres capítulos, el primero, titulado: Generalidades de la diplomacia digital, en el cual se abordará la evolución de la diplomacia clásica a la diplomacia digital; ¿Qué es la diplomacia digital?; principales mecanismos y herramientas de la diplomacia digital, así como también la diplomacia digital en las relaciones internacionales actuales.

El segundo, denominado: Diplomacia digital de la República Dominicana, periodo 2016-2019, estudiará la presencia de la República Dominicana en el entorno de las redes sociales; sus principales actores; el cuerpo diplomático y consular dominicano en las redes sociales; el Ministerio de Relaciones Exteriores en las redes sociales; un análisis sobre el comportamiento de publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social Instagram y el portal web de la Cancillería.

Y el tercero, el cual lleva por nombre: Perspectivas de la diplomacia digital en la República Dominicana como parte de su política exterior, planteará las proyecciones y escenarios a corto y mediano plazo a propósito de este tipo de mecanismo diplomático, la diplomacia dominicana ante el reto de la comunicación digital; desafíos de la diplomacia digital en la República Dominicana; la marca país en el entorno digital y las perspectivas para el año 2020 en la aplicación de herramientas tecnológicas en la política exterior dominicana.

CAPITULO I:
GENERALIDADES DE LA DIPLOMACIA DIGITAL

1.1. De la diplomacia clásica a la diplomacia digital.

Desde tiempos muy remotos la diplomacia ha sido un instrumento para relacionarse, ya sea entre las personas o las entidades, en particular, los Estados. Hoy en día hablar de diplomacia refiere a la ciencia de las relaciones exteriores, el arte de negociar, el manejo de las relaciones internacionales y en efecto de las relaciones que existen entre los Estados, la forma de concretar una política internacional determinada (Roncati, 1989)

El propósito fundamental de la diplomacia es generar vínculos entre los Estados y otros sujetos del derecho internacional de manera que puedan mantenerse relaciones armoniosas, así como la consecución de objetivos comunes. De ahí que su origen etimológico deviene del griego *diploma* que, en ese entonces, era un documento oficial utilizado por los enviados de una autoridad para, esencialmente, garantizarle su seguridad durante los viajes. Era una especie de carta, que solo podía ser abierta por una autoridad política, y quien la cargaba se conocía como “diplomático” (Bajo, 2018)

Con el paso del tiempo, el significado fue ampliándose, ya que luego se referiría a documentos vinculados a las cancillerías. La iglesia también jugó un papel importante en su desarrollo, pues a principios del siglo XVI, el termino diplomático estaba relacionado a una escritura utilizada para validar diplomas que eran expedidos por las instituciones de orden eclesiástico. No fue sino

para finales del siglo XVIII en el que comenzó a utilizarse el término como se conoce al día de hoy, haciendo referencia a la forma en que se manejan las relaciones entre los Estados.

El diplomático desde su concepción originaria, y como bien se ha expuesto, se trataba de un mensajero, un representante del Soberano frente a una autoridad política, sin embargo, con el paso del tiempo su función y propósito ha ido ampliándose. Hoy en día no se trata de servir de quien carga un mensaje, sino de quien representa los intereses de un Estado frente a otro y así mismo funciona como canal entre los ciudadanos de su país y el país emisor, en el Estado que se encuentre cumpliendo con su misión.

La diplomacia desde sus inicios siempre estuvo relacionada con el Estado, sea por medio de un documento, por quienes los cargaban o bien como mecanismo de generar y promover relaciones. De ahí que en la actualidad sea un mecanismo tan efectivo y útil en lo que tiene que ver con la resolución de conflictos entre Estados, así como otros sujetos del derecho internacional.

La diplomacia tiene como objetivo principal el manejo de las relaciones internacionales por medio de la negociación con el propósito de que se generen acuerdos entre los Estados y entidades que sean de interés común para ambas partes.

Para Eduardo Jara Roncati, en el desarrollo de la diplomacia pueden distinguirse 4 etapas históricas, a saber:

1. **Antigüedad:** Un período que comprende a los emisarios de los pueblos para cumplir asignaciones específicas, sobre todo en temas comerciales y de negocios, así como alianzas políticas. El emisario era la representación exclusiva de la máxima autoridad del Estado. Los pueblos germánicos, el imperio bizantino y el Islam, se destacan en esas prácticas.
2. **Renacimiento:** Italia plantea una nueva forma de diplomacia a propósito de la estructura particular de la península. Al estar dividida en pequeños Estados independientes se necesitaba un equilibrio político. Surgieron las misiones de carácter permanente, que tenían una función negociadora y también informativa. Es en este periodo en que Hugo Grocio, considerado como el padre del derecho internacional público, expresa la importancia de mantener los vínculos entre los Estados. En 1626, el Cardenal Richelieu logra el desarrollo de la creación del Ministerio de Asuntos Exteriores de Francia. Para 1648, surge la diplomacia estructurada con los Tratados de la Paz de Westfalia.
3. **Congreso de Viena de 1815:** Un cónclave de suma importancia para las relaciones internacionales, pues se consolida como el

primer esfuerzo para reglamentar el funcionamiento del sistema internacional. Esta etapa incluye la Primera Guerra Mundial, un acontecimiento que estremeció el mundo, sobre todo, Europa. En 1919, por medio del Tratado de Versalles que pone fin a la Primera Guerra Mundial, se crea la Sociedad de Naciones, un organismo internacional que tenía como propósito reorganizar las relaciones internacionales luego de la gran guerra, sin embargo, no pudo cumplir su cometido y en 1946 fue sucedida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

4. **Convención de Viena de 1961:** Toma como referencia la Segunda Guerra Mundial, sobre todo sus efectos, comprendiendo la necesidad de que se reglamentara de manera más efectiva y sistemática la sociedad internacional y sus relaciones. Surge la Organización de las Naciones Unidas (ONU), con una visión fresca, novedosa y mejorada de cómo organizar el tema de las relaciones internacionales. Un nuevo ambiente para la diplomacia y sus actores. (Roncati, 1989).

Sin embargo, es preciso agregar a lista anterior, una etapa adicional y es la que inicia luego del 11 de septiembre del año 2001, fecha en la cual, el derecho internacional público, la diplomacia y las relaciones internacionales como se conocía hasta ese momento, dieron un cambio sumamente

importante a propósito de los atentados terroristas sucedidos en Estados Unidos de América. A partir de este evento, comienzan a producirse modificaciones en la estructura internacional; se crean doctrinas, dilemas jurídicos y corolarios que al día de hoy se mantienen en vigencia, como es el caso de el replanteamiento del concepto de terrorismo; la seguridad internacional; las resoluciones del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas en relación a los actos de naturaleza terrorista; la concepción de legítima defensa y defensa preventiva en el derecho internacional, entre otros.

De ahí que la diplomacia ha tenido que ir evolucionando, ampliando su espectro de forma tal que le permita incluir las diversas áreas que conforma el sistema de las relaciones internacionales. En ese sentido, se debe entender a la diplomacia como un gran conjunto donde se integran los Estados y demás sujetos del derecho internacional, así mismo, dentro de esa categoría, subconjuntos que sean las desmembraciones que le permiten realizar aquello para lo cual ha sido estructurada.

Para poder cumplir con sus fines y propósitos, la diplomacia, conforme el esquema clásico, está dividida en 4 grandes áreas, a saber: a) Diplomacia bilateral; b) Diplomacia ad hoc; c) Diplomacia de cumbre o directa y d) Diplomacia multilateral.

La diplomacia bilateral es aquella que se desarrolla de Estado a Estado, o de Estado frente a una organización internacional. Se establece, esencialmente, a través de la disposición de una misión en representación del

Estado acreditante en el Estado receptor y que tiene el carácter de permanente. Lo mismo ocurre frente a las organizaciones internacionales. Tienen como objetivo mantener el vínculo entre ambas entidades, promover la negociación, observación, protección de sus intereses, así como también funciones de información y logística.

La diplomacia ad hoc comprende los enviados itinerantes, las conferencias diplomáticas y las misiones especiales enviadas a un Estado con una finalidad determinada (Sandstrom, 1960). En esencia este tipo de diplomacia está caracterizada por el tiempo y la finalidad a la que ha sido establecida. Básicamente es una misión de naturaleza temporal que representa al Estado emisor frente al Estado receptor para tratar asuntos específicos o determinados.

En relación a la diplomacia de cumbre, es aquella que se realiza directamente por los máximos órganos estatales de la política exterior, estos son: jefes de estado, jefes de gobierno y ministros de relaciones exteriores. Este tipo de diplomacia le reviste una importancia especial pues dado su carácter político y el alto rango de poder que ostentan los agentes de este tipo de diplomacia, presenta muy buenos resultados. Es una interacción directa con quienes son los encargados de llevar las relaciones internacionales de sus respectivos países.

La diplomacia multilateral está relacionada con las conferencias y organizaciones internacionales (Lama, 2018). Se da en el marco de las

discusiones y debates que tienen los Estados dentro de los espacios de dialogo que han sido creados al efecto, de manera que puedan establecer posturas, escuchar posiciones y criterios de los demás Estados y sobre todo adoptar medidas que estén orientadas al cumplimiento de objetivos comunes.

En ese sentido, vale mencionar lo que se entiende como política exterior, comprendida como una política de Estado que define las relaciones y acciones que dicho Estado se propone desarrollar en el plano de sus relaciones interestatales e internacionales. (Gumucio, 2004)

1.2. ¿Qué es la diplomacia digital?

Hoy en día la diplomacia como se conocía en sus inicios ha cambiado drásticamente. Mas allá de su contenido, también su forma. Las técnicas y estrategias han dado un giro, que, para bien, han sido de gran ayuda para los actores del sistema internacional.

El mundo vive el fenómeno de la globalización, conocido como el proceso económico, político y social, que integra a nivel mundial el conocimiento, tiene su referente histórico en los cambios en las formas de abordar procesos, métodos de información, reconociéndose generalmente a la tecnología como variable que le despega e incentiva (Flores, 2016)

Particularmente, las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) son parte de los pilares de este fenómeno, pues las personas están cada vez más conectadas, tienen más accesos a fuentes de

información, lo cual ha permitido el desarrollo de múltiples aspectos de la vida en sociedad.

La revolución del internet ha sido protagonista, le ha dado un canal único a los usuarios de poder ser parte de todo un conjunto de conocimientos y datos, los cuales no son ajenos al mundo de la diplomacia y las relaciones internacionales. Es tan fácil mantenerse al día con lo que pasa en el mundo, que la distancia se reduce a solo un toque en la pantalla de un celular o un clic en una computadora personal.

En la actualidad es posible conocer, de forma inmediata, las actuaciones que realizan los gobiernos, los ministerios de asuntos exteriores o bien los diplomáticos, fuera de lo que pudieran establecer los medios noticiosos, a través de las redes sociales, por medio de cuentas oficiales de las mismas autoridades, permitiendo que el ciudadano conozca que se está haciendo en materia de relaciones exteriores: el cierre de un acuerdo comercial; la firma de un convenio en materia de derechos humanos; la visita del canciller a un país extranjero; la llegada de un embajador al país; la participación del presidente en una cumbre de jefes de estado y de gobierno; todo lo anterior, contrario sucedía hace 20 años atrás, en donde estos temas era manejados a puertas cerrada y sin ningún tipo de exposición al público.

Esto así, como parte de una evolución de la llamada diplomacia pública, definida en palabras de Nicholas J. Cull, como el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso

con un público extranjero (Cull, 2009), por medio de herramientas digitales, en concreto, redes sociales.

Diplomacia digital, ciberdiplomacia o e-diplomacia, puede ser definida como el uso de la web y las tecnologías de la información y las comunicaciones como ayuda para alcanzar los objetivos diplomáticos (Gómez, 2015), que surge como consecuencia de la masificación de las herramientas de comunicación digital en adición a la gran importancia que hoy en día le revisten con motivo a informar y mantener conectados a los seres humanos.

Hablar de diplomacia digital hasta hace unos años era totalmente impensable, pues el espectro de efectividad de la modalidad clásica se circunscribía a que los diplomáticos realizaban sus funciones en el marco de lo secreto, y luego, muy eventualmente, era que se conocía que estaba realizando el país en materia de política exterior. El ciudadano común no tenía acceso a esas informaciones, las altas autoridades manejaban los asuntos exteriores con extrema seguridad y confidencialidad, con sentido, ciertamente, pues muchos de estos temas son de naturaleza sensible, por lo que su conocimiento se limitaba a un número muy reducido de personas.

Sin embargo, el auge del internet, la globalización, las plataformas digitales, las redes sociales, hicieron posible que la diplomacia clásica que se ha venido estudiando desde el principio de este material también pueda ser proyectada a través de estas nuevas herramientas, generando un mayor alcance e impacto en las sociedades.

A través de la diplomacia digital, los jefes de estado y de gobierno, los ministerios de asuntos exteriores, las organizaciones internacionales y los diplomáticos en general, realizan una serie de acciones e iniciativas con las cuales buscan influir, participar, atender a ciudadanos e incluso enviar mensajes que pueden tener, en cierta medida, efectos en la comunidad internacional. Se trata entonces de un canal por el cual los actores anteriormente mencionados realizan sus funciones, pero adaptado a los tiempos y condiciones actuales, en donde la globalización ha hecho que se haga necesario utilizar mecanismos que tengan repercusión e influencia en la vida de las personas. En concreto, la utilización de redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook y las plataformas web como YouTube y los portales virtuales de los ministerios de asuntos exteriores, así como de las organizaciones internacionales.

Vale preguntarse: ¿Es posible negociar por Twitter? ¿Proteger los intereses de un Estado a través de publicaciones en Facebook? ¿Promover los propósitos y aspiraciones de un país por medio de post en Instagram?

Lo anterior forma parte de lo que se busca a través de la diplomacia digital, sin embargo, no lo es todo, pues va más allá, y está relacionada a la capacidad que tienen las tecnologías de romper las estructuras jerárquicas y desintermediar los asuntos de la escena internacional (Manfredi, 2014), ejemplo de ello es la oportunidad que brindan para que otros actores que no son los Estados o las organizaciones internacionales puedan ser parte, a

propósito del contexto de la diplomacia pública. Por ejemplo, los ciudadanos han utilizado estas herramientas para hacer ecos de campañas con fines sociales y políticos han impactado el sistema internacional, tal es el caso de la utilización del hashtag (etiqueta) #YoSoy123 con el que se hizo hincapié a la necesidad de democratizar los medios de comunicación, así como la unificación en contra de la presidencia de Enrique Peña Nieto en México; El uso masivo de mensajes a través de Twitter en noviembre de 2013 en relación al #Euromaidan a propósito de las protestas europeas en Ucrania en contra de la firma de un Acuerdo de Asociación con la Unión Europea y que culminó con el derrocamiento del presidente Viktor Yanukóvich (Manfredi, 2014); El Papa Francisco, tiene cuentas en Twitter, Instagram, Facebook y hasta un canal en YouTube, donde publica periódicamente mensajes que influyen en sus seguidos, también con un matiz diplomático, como por ejemplo, la invitación a utilizar el hashtag #PrayforPeace en ocasión de las tensiones que vive el Medio Oriente.

Este nuevo formato en el que se presenta la diplomacia tiene como propósito ser más abierta y de mayor accesibilidad, lo cual supone, también, ciertos riesgos y desafíos, como es el caso de poder manejar el flujo de actores que intervienen así como el contenido que se hace público, pues cada vez es mayor la cantidad de información que se coloca en las plataformas digitales de forma que garantice la transparencia en la función. Por lo que, se trata de un esquema que rompe con la verticalidad y se orienta a la horizontalidad.

1.3. Principales mecanismos y herramientas de la Diplomacia digital.

La diplomacia digital puede ser considerada como un medio para lograr un fin. A diferencia de las otras clasificaciones de la diplomacia, no está llamada a cumplir con un propósito específico en relación a su naturaleza, como el caso de la diplomacia bilateral o multilateral, sino que trata de hacer posible los fines y objetivos de la diplomacia clásica, en concreto, la diplomacia pública, a través de mecanismos y herramientas de naturaleza digital. Verbigracia de esto se traduce en plataformas sociales digitales, como las redes sociales; mensajería electrónica; portales web y blogs.

Para Ángel Daniel Fuentes, las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Se puede ver como un sistema abierto y en construcción continua que involucra a conjunto de individuos que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y además se organizan para potenciar sus recursos (Fuentes, 2008).

A pesar de que no existe un consenso en las definiciones de lo que es una red social, la mayoría de expertos coinciden en dos conclusiones: 1) Las redes sociales, son un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades y 2) Las redes sociales son una herramienta de democratización de la información que

transforma a las personas en receptores y en productores de contenido (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2011)

Hoy en día son múltiples las plataformas sociales digitales que encontramos en la web, por solo mencionar algunas: Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, Youtube, Snapchat, entre otras.

Los portales web y blogs también son herramientas de gran importancia pues permiten la publicación de contenido que tenga vocación de ser de conocimiento al público en la mayoría de los casos, así como el despliegue de opciones que puedan servir a los interesados, trámites o procedimientos, que incluso, puedan realizarse por la vía virtual. Sobre esto último, los gobiernos, los ministerios de relaciones exteriores, las embajadas y consulados están actualizándose cada vez más.

Este tipo de mecanismos digitales de interacción toman cada vez más importancia en el desarrollo de las sociedades y no es ocioso precisar que por efecto de su impacto se crean comunidades que en la mayoría de los casos incluso superan la población de muchos países del mundo. Al tenor de lo anterior, hay que considerar que al día de hoy el mundo tiene una población de 7,676 billones de habitantes, de los cuales 5,112 billones de personas son usuarios de aparatos móviles; así como 4,388 billones son usuarios de internet; 3,484 billones son usuarios activos de redes sociales y 3,256 billones

son usuarios de redes sociales a través de plataformas móviles (Hootsuite, 2019).

Las cifras definitivamente indican la gran incidencia que tienen los mecanismos digitales y la oportunidad que subsiste para los Estados poder mantenerse conectados con sus ciudadanos.

En ese sentido, existe una variedad de herramientas y plataformas digitales que a los cuales el usuario de internet tiene pleno acceso, entre ellos los portales web para desarrollo de contenido, como los blogs; así como, las redes sociales.

Un blog puede definirse como una página web en la que el sistema de edición y publicación se ha simplificado hasta el punto de que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar contenidos de forma inmediata, ágil y constante (Payà, 2018)

Facebook es una plataforma que permite a sus usuarios intercambiar mensajes, fotografías, videos, y otros materiales de tipo multimedia, de una forma fácil y eficaz. Creada en el año 2004, hoy cuenta con aproximadamente 2,271 millones de usuarios alrededor del mundo (Hootsuite, 2019).

Twitter, nació en el 2006 y funciona como una especie de microblogging, es decir, una versión limitada del concepto de blog, por medio de cual sus usuarios pueden realizar envío de mensajes de no más de 280

caracteres (inicialmente 140) que se denominan “tweets”. Actualmente cuenta con 326 millones de usuarios (Hootsuite, 2019).

Instagram, es más reciente, creada en el 2010, tiene como objetivo permitir a sus usuarios colocar imágenes y videos, de manera que puedan ser compartidas con otros usuarios, ya sea del círculo privado del titular o de forma pública, para cualquiera que busque su cuenta. Hoy en día cuenta con más de 1,000 millones de usuarios activos (Hootsuite, 2019)

Como las redes sociales han ido insertándose en la vida de las personas es un fenómeno digno de estudio que para entender un poco su expansión, solo basta con observar la siguiente tabla:

Tabla No. 1. Penetración de redes sociales por región con mayor incidencia.

PENETRACIÓN DE REDES SOCIALES POR REGIÓN	
REGIÓN	PORCENTAJE
América del Norte	70%
Asia del Este	70%
Europa del Norte	67%
América del Sur	66%
América Central	62%
Sureste asiático	61%

Elaboración propia con los datos recuperados de: <https://hootsuite.com/es/pages/digital-in-2019>

En la tabla No.1 se explica la cantidad de usuarios de redes sociales en porcentaje, dividido en regiones. El panorama que se plantea es que en gran medida las redes sociales se mantienen influyendo a los ciudadanos de las distintas partes del mundo, casos como los de América del Norte, Asia de Este,

América Central, América del Sur, Europa del Este, Sudeste de Asia, lugares en los cuales el porcentaje supera el 60%.

Tabla No. 2. Penetración de redes sociales por región con menor incidencia.

PENETRACIÓN DE REDES SOCIALES POR REGIÓN	
REGIÓN	PORCENTAJE
Asia Central	16%
África del Oeste	12%
África del Este	8%
África Central	7%

Elaboración propia con los datos recuperados de: <https://hootsuite.com/es/pages/digital-in-2019>

Otras regiones, como el caso de África Central, África del Este y África del Oeste, no superan el 15%. Sin embargo, lo anterior, responde al proceso de globalización que ha ido empujando a los actores del sistema internacional a generar mayores condiciones para que flujo de información y comunicación.

El usuario de internet puede realizar múltiples tareas, desde revisar su correo electrónico, buscar información, plasmar contenido e incluso realizar actividades de tipo laboral.

Tabla No. 3. Comportamiento de los usuarios en redes sociales.

COMPORTAMIENTO EN REDES SOCIALES	
Ha visitado o utilizado una red social o servicio de mensajería electrónica en el último mes	98% de los usuarios de internet.
Ha participado activamente o contribuido a las redes sociales en el último mes	83% de los usuarios de internet
Cantidad de tiempo promedio por día dedicado a las redes sociales	2 horas y 16 minutos

Número promedio de cuentas de redes sociales por usuario de internet	8.9
Utiliza sus redes sociales para fines profesionales	24%

Elaboración propia con los datos recuperados de: <https://hootsuite.com/es/pages/digital-in-2019>

Sin embargo, cuando se trata de redes sociales, analizar el comportamiento del usuario es importante. Se estima que el 98% de los usuarios de internet ha visitado o utilizado una red social o de servicio de mensajería en el último mes; el 83% ha participado activamente o contribuye a las redes sociales; en ese sentido, se estima que en promedio un usuario puede pasar hasta 2 horas y 16 minutos en redes sociales al día; un usuario puede tener, en promedio hasta 8.9 cuentas en las diferentes plataformas sociales digitales y el 24% utiliza las redes con propósitos profesionales (Hootsuite, 2019).

Tabla No. 4. Cuentas activas en plataformas sociales.

PLATAFORMAS SOCIALES: CUENTAS ACTIVAS	
RED/PLATAFORMA SOCIAL	CANTIDAD DE USUARIOS CON CUENTAS ACTIVAS (EN MILLONES)
Facebook	2,271
YouTube	1,900
WhatsApp	1,500
FB Messenger	1,300
Instagram	1,000
Twitter	326

Elaboración propia con los datos recuperados de: <https://hootsuite.com/es/pages/digital-in-2019>

Dentro de las plataformas con mayor actividad se encuentran: Facebook, con 2,271 millones de usuarios; YouTube con 1,900 millones de

usuarios, Whatsapp con 1,500 millones de usuarios; Facebook Messenger con 1,300 millones de usuarios, Wechat con 1,083 millones de usuarios. Para los fines de este trabajo de investigación se destaca, también, Instagram con 1,000 millones de usuarios y Twitter con 326 millones de usuarios.

1.4. Diplomacia digital en las relaciones internacionales actuales.

Las relaciones internacionales en la actualidad han sido objeto de transformaciones, antes, lo imperante era el denominado poder duro o *hard power*, conformado básicamente por las fuerzas armadas, agencias de inteligencia, la eficacia y volumen de la economía de un país; el uso de la fuerza, las alianzas punitivas, la intimidación, el soborno y la sanción (Fojo, 2018).

No obstante, ese concepto ha cambiado y lo que ha revolucionado el sistema, ha sido el poder blando o *soft power*, aquel que es capaz de incidir en la mente y la receptividad de los otros mediante la diplomacia, el liderazgo pacífico, la buena reputación, la solidaridad, la cultura, la educación, las instituciones, la ideología, la historia, la ciencia y el éxito (Fojo, 2018); mediante poder blando es posible influenciar, persuadir y atraer sin necesidad de utilizar métodos de coerción o de fuerza.

Hoy en día el mundo digital es un fenómeno progresivo, en el que los gobiernos, se han tenido que ir ajustando, desde el punto de vista interno, para

mejorar el desarrollo de sus funciones y hacer más fácil y accesible requerimientos puestos para el ciudadano; y desde lo internacional, para mejorar las relaciones con los demás sujetos internacionales, especialmente, otros Estados. Partiendo de esta premisa, la diplomacia digital provee un canal de comunicación entre los Estados, y los Estados con sus ciudadanos.

De igual forma, los mecanismos digitales sirven para que ciudadanos y grupos de la sociedad hagan sentir sus pareceres y opiniones a los gobiernos, y eso se extiende al campo de la diplomacia.

Es en ese espíritu que se inserta la diplomacia digital en el mundo de las relaciones internacionales hoy, sirviendo de mecanismo de promoción e influencia, en donde los actores, a través de las herramientas digitales, desempeñan sus respectivas funciones y cumplen sus objetivos, dirigiéndose a toda la comunidad que conforma el actual sistema internacional, los Estados, las organizaciones internacionales, e incluso, el individuo.

Líderes mundiales y organizaciones internacionales se encuentran activos en las redes sociales, haciendo uso de la diplomacia digital de forma tal que complementan sus respectivas responsabilidades y les ayuda a tener mayor impacto e influencia en sus ejecutorias. A continuación, algunos ejemplos:

Tabla No. 5. Top 5 de los líderes mundiales con mayor influencia en Twitter en el 2018.

Top 5 de los líderes mundiales con mayor influencia en Twitter en el 2018			
Posición	Cuenta	País	Promedio de RT/Tweets
1	@KingSalman	Arabia Saudita	163,000
2	@RealDonaldTrump	Estados Unidos	21,000
3	@Pontifex	Vaticano	9,000
4	@moonriver365	Korea del Sur	6,000
5	@AbeShinzo	Japón	5,000

Elaboración propia en base a los datos suministrados por el portal Twiplomacy

El Rey de Arabia Saudita, Salmán bin Abdulaziz, fue el líder mundial de mayor influencia en la red social Twitter en el año 2018, con un promedio de 163,000 tweets y retweets.

Tabla No. 6. Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de seguidores en Twitter en el 2018.

Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de seguidores en Twitter en el 2018			
Posición	Cuenta	País	Seguidores
1	@RealDonaldTrump	Estados Unidos	56,000,000
2	@Pontifex	Vaticano	47,000,000
3	@Narendramodi	India	44,000,000
4	@PMOIndia	India	27,000,000
5	@POTUS	Estados Unidos	24,000,000

Elaboración propia en base a los datos suministrados por el portal Twiplomacy

El presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, a través de su cuenta personal, fue el líder mundial con mayor número de seguidores en la red social Twitter en el año 2018 con un total de 56,000,000 de seguidores.

Tabla No. 7. Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de interacciones en Facebook en el 2018.

Top 5 de los líderes mundiales con mayor número de interacciones en Facebook en el 2018			
Posición	Cuenta	País	Interacciones
1	Jair M. Bolsonaro	Brasil	128,000,000
2	Donald J. Trump	Estados Unidos	84,000,000
3	Narendra Modi	India	47,000,000
4	Imran Khan	Pakistán	44,000,000
5	Joko Widodo	Indonesia	39,000,000

Ilustración 5. Elaboración propia en base a los datos suministrados por el portal Twiplomacy

El presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, fue el líder mundial con mayor número de interacciones en la red social Facebook en el año 2018 con un total de 128,000,000 de interacciones.

Tabla No. 8. Top 5 de las cuentas más activas en Instagram en el 2018.

Top 5 de las cuentas más activas en Instagram en el 2018			
Posición	Cuenta	País	Publicaciones por día
1	Brunéi PMO	Brunéi	17
2	Imran Khan	Pakistán	9
3	وزارة الخارجية (Ministerio de Exteriores)	Pakistán	9
4	Imran Khan	Kuwait	8
5	Ricardo Rossello	Puerto Rico	7

Elaboración propia en base a los datos suministrados por el portal Twiplomacy

La oficina del primer ministro de Brunei, fue la cuenta más activa en la red social Instagram en el año 2018, con un total de 17 publicaciones por día.

Tabla No. 9. Top 5 de las Organizaciones Internacionales con mayor número de seguidores en Instagram en el 2018.

Top 5 de las Organizaciones Internacionales con mayor número de seguidores en Instagram en el 2018			
Posición	Cuenta	País	Seguidores
1	United Nations Children's Fund (UNICEF)	UNICEF	2,000,000
2	United Nations (UN)	UN	2,000,000
3	World Wide Fund Nature (WWF)	WWF	1,000,000
4	Greenpeace	Greenpeace	934,000
5	World Health Organization (WHO)	WHO	918,000

Elaboración propia en base a los datos suministrados por el portal Twiplomacy

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia o Unicef (United Nations International Children's Emergency Fund en inglés) fue la organización internacional con mayor número de seguidores en Instagram en el año 2018, con un total de 2,000,000 de seguidores.

Con estas informaciones se advierte la incidencia de líderes mundiales y organizaciones internacionales que cuentan con gran cantidad de seguidores, así como de interacciones, y esto es parte de las estrategias de los gobiernos y entidades, parte de la comunidad internacional para insertarse en el día a día de las personas, sean sus nacionales o extranjeros.

CAPITULO II:
DIPLOMACIA DIGITAL DE LA REPUBLICA
DOMINICANA PERIODO 2016-2019.

2.1. Presencia de la República Dominicana en el entorno digital de las redes sociales.

2.1.1. Principales actores.

La República Dominicana, como Estado miembro de la comunidad internacional y dentro del proceso de globalización, ha estado dando pasos importantes dentro del ámbito del desarrollo digital, permitiendo que el alcance de sus políticas pueda trascender las fronteras físicas y extenderse a todo un universo social, que pueda acceder a ellas de forma rápida y sencilla.

Sin embargo, esto no siempre fue así. Antes de la creación de las cuentas oficiales en las plataformas digitales de la Presidencia de la República y del Ministerio de Relaciones Exteriores (En lo adelante MIREX o por su nombre completo), como principales instituciones para las relaciones internacionales, los asuntos relativos a la política exterior eran publicitados exclusivamente en la prensa, la radio y los medios televisivos, de ahí que, a pesar de que el acceso a esas informaciones era amplio, presentaba los siguientes inconvenientes: 1) La cantidad de información mostrada al momento era limitada; 2) No podía dársele un seguimiento continuo en tiempo real y 3) Muchos procedimientos eran largos y tediosos, además de que requerían que el usuario estuviera de forma presencial para realizarlos.

No obstante, esa realidad cambia con la entrada de las instituciones encargadas, así como accesorias, de la política exterior, al mundo digital, en

forma específica, con la creación de sus portales web y cuentas oficiales en redes sociales.

Desde hace casi una década atrás, tanto la Presidencia de la República, como MIREX, han utilizado estas herramientas de comunicación para múltiples fines, lo que ha tenido como consecuencia positiva el que los dominicanos conozcan lo que se está realizando en materia de política exterior y relaciones internacionales.

En lo que respecta a las redes sociales, se impone analizar el comportamiento de los principales actores de la política exterior dominicana, su interacción y el impacto que genera el contenido que se publica.

Conforme al portal digital “Twiplomacy”, una página web especializada en analizar el comportamiento de los líderes e instituciones internacionales en las redes sociales, las cuentas más importantes en República Dominicana, a propósito de las relaciones internacionales son (Twiplomacy, 2019):

Tabla No. 10. Redes sociales utilizadas por el presidente de la República Dominicana.

Lic. Danilo Medina Sánchez Presidente de la República Dominicana		
Red social/ Plataforma digital	Usuario	No. de seguidores / suscriptores
Twitter	@DaniloMedina	682,000
Facebook	Danilo Medina	543,240
Instagram	daniomedina	64,500
YouTube	DaniloMedinaPLD	4,234
Linkedin	Danilo Medina Sánchez	N/A

Periscope	@DaniloMedina	3,200
-----------	---------------	-------

Elaboración propia con los datos suministrados en el portal de Twiplomacy.

El presidente de la República es el encargado de dirigir la política exterior del Estado conforme las atribuciones que le otorga la Constitución (Art. 128 Constitucional), de ahí que sea la autoridad más importante cuando se trata de los asuntos relativos a las relaciones internacionales.

El presidente Danilo Medina tiene una presencia muy amplia en las redes sociales, tomando en consideración la cantidad de cuentas en que tiene actividad, en específico 7. La cuenta de mayor interacción es en la red social Twitter con 682,000 seguidores a la fecha. Se encuentra en Twitter, Facebook, Instagram, YoutuTube, LinkedIn y Periscope.

Cabe destacar que estas cuentas son de tipo personal del mandatario, por lo que su creación fue anterior y externa a la posición que actualmente ocupa.

La cuenta @DaniloMedina en la red social Twitter ocupa el lugar No. 48 de 50 del ranking de los líderes mundiales más influyentes en el año 2018, según el portal web Twiplomacy, teniendo 607 retweets (publicar un tweet nuevamente) en promedio (Twiplomacy, 2019).

Tabla No. 11. Redes sociales utilizadas por la presidencia de la República Dominicana.

Presidencia de la República Dominicana		
Red social/ Plataforma digital	Usuario	No. de seguidores / suscriptores
Twitter	@PresidenciaRD	445,000
Facebook	Presidencia de la República Dominicana	452,044
Instagram	Presidenciard	159.000
YouTube	Presidencia República Dominicana	38,406

Elaboración propia con los datos suministrados en el portal de Twiplomacy.

La Presidencia de la República, es la segunda en la lista de la fuente mencionada, desde el punto de vista de las redes y plataformas digitales, se encarga de la difusión de las actividades en las que participa el Presidente, así como de los planes, ejecutorias y políticas de éste en el marco de su gestión, por lo que, en ese sentido, las cuentas son inherentes al cargo, no importa quién lo ocupe.

A través de ella se publican material de tipo audiovisual, como fotografías y videos relativos a la gestión. Su presencia en las redes es de mucha actividad, solo en Twitter, posee 123,000 Tweets. Esa frecuencia tan activa la ha posicionado en el puesto No. 4 de 50 del ranking de los líderes mundiales más activos en Twitter, con 30 publicaciones al día, en promedio (Twiplomacy, 2019).

Se encuentra en Twitter, Facebook, Instagram y YouTube. La mayor cantidad de suscriptores de esta cuenta es en Facebook, este dato reviste especial importancia pues, también, se encuentra en la posición No. 2 de 50 del ranking de los líderes mundiales más activos en Facebook, con 21 publicaciones al día, en promedio (Twiplomacy, 2019).

Tabla No. 12. Redes sociales utilizadas por el Ministro de Relaciones Exteriores de la República Dominicana.

Ing. Miguel Vargas Maldonado Ministro de Relaciones Exteriores		
Red social/ Plataforma digital	Usuario	No. de seguidores / suscriptores
Twitter	@MiguelVargasM	87,600
Facebook	Miguel Vargas Maldonado	20,728
Instagram	miguelvargasm	11,400

Elaboración propia con los datos suministrados en el portal de Twiplomacy.

Otra de las cuentas de funcionarios e instituciones relativas a la política exterior, que, a criterio del portal web anteriormente señalado, está dentro de las más importantes, se encuentra la del Ing. Miguel Vargas Maldonado, Ministro de Relaciones Exteriores. Su actividad en redes y plataformas digitales no es tan marcada, ni en cantidad de redes, así como tampoco en publicaciones. Se mantiene en Twitter, Facebook e Instagram, siendo la primera, la plataforma con mayor número de seguidores ascendente a 87,600.

Al igual que las cuentas del presidente de la República, de forma particular, estas existen antes y son externas al cargo que ocupan, a pesar de

que el mayor contenido que publiquen sea en lo relativo a las funciones que desempeñan.

Tabla No. 13. Redes sociales utilizadas por el Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana.

Ministerio de Relaciones Exteriores		
Red social/ Plataforma digital	Usuario	No. de seguidores / suscriptores
Twitter	@MIREXRD	107,000
Facebook	Ministerio de Relaciones Exteriores República Dominicana	22,410
Instagram	mirexrd	37,800
YouTube	MIREXRD	413
Snapchat	mirexrd	N/A
Periscope	@MIREXRD	236

Elaboración propia con los datos suministrados en el portal de Twiplomacy.

El Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) forma parte del sistema institucional donde descansan las relaciones exteriores del Estado, conjuntamente con el presidente de la República, siendo, el ministerio, el organismo encargado de la aplicación y coordinación de la política exterior trazada por el presidente de la República, conforme a la Constitución, a su ley orgánica y los reglamentos (Congreso Nacional, 2016). Su presencia en el mundo digital es muy amplia, pues tiene cuentas en 6 plataformas diferentes: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, SnapChat y Periscope, contando con la mayor cantidad de suscriptores en la cuenta de Twitter con 107,000.

Por la actividad y frecuencia en sus publicaciones, las cuentas de MIREX han sido valoradas positivamente. Conforme a los análisis de

Twiplomacy, se encuentra en la posición No. 18 de 50 de los líderes mundiales mejor conectados en el año 2018 en la red social Twitter con 92 cuentas seguidas de forma mutua (Twiplomacy, 2019), así como también cuenta con la posición No. 6 de 50 de los líderes mundiales más activos en la red social de Instagram con 5 publicaciones al día, en promedio (Twiplomacy, 2019).

Eso plantea un escenario interesante, pues indica que el Ministerio ha estado trabajando arduamente en su posicionamiento digital.

Más adelante en este trabajo de investigación, se estará analizando el desarrollo y comportamiento de las cuentas del MIREX, en específico en las redes sociales de Twitter, Facebook e Instagram.

2.2. Cuerpo diplomático y consular dominicano en las redes sociales.

Las embajadas y consulados, en su conjunto, forman parte del sistema del servicio exterior del país acreditado en otros Estados o ante organismos internacionales, frente a estos últimos se denominan misiones.

No es ocioso precisar su diferencia, en resumidas cuentas, los consulados son la representación permanente que mantiene un Estado en otro con el fin primordial de proteger y auxiliar sus nacionales y fomentar las relaciones comerciales (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2019) y las embajadas son las misiones diplomáticas de rango más elevado, al frente de la cual se halla el embajador (Roncati, 1989). Lo interesante de la

distinción se evidencia en que a través de los consulados los ciudadanos pueden obtener servicios personales para el desarrollo de su vida en el país receptor, de igual forma a los extranjeros que quisieran iniciar procedimientos para acceder al país emisor; por otra parte, las embajadas son la representación misma del presidente u autoridad equivalente del país emisor en el país receptor, lo que se entiende como un vínculo de Estado a Estado.

En ese sentido, las funciones que realizan una y otra son plausibles de ser transparentadas y publicitadas a través de las redes sociales. En el caso dominicano, el país cuenta con 108 consulados y 45 embajadas en el exterior; así como también con 8 misiones y delegaciones permanentes acreditadas en organismos internacionales (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2019)

A pesar de que muchos de estos consulados, embajadas y misiones se encuentren presente en redes sociales, como se explicará más adelante, no existe un registro oficial de acceso al público de parte del Ministerio de Relaciones Exteriores que pueda presentar sus respectivas denominaciones y cantidad, por lo que, y para fines de este trabajo de investigación, se ha recopilado la información de las cuentas oficiales de estos estamentos de forma manual, verificando uno a uno en cada red social.

Están presentes en Twitter: 21 consulados dominicanos, dentro de los cuales se encuentran:

Tabla No. 14. Consulados dominicanos en Twitter.

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en São Paulo, Brasil	@ConsuladoRD_SP
Consulado de la República Dominicana en Marsella, Francia	@ConsuladoRD_Mar
Consulado de la República Dominicana en Toronto, Canadá	@ConsulRDToronto
Consulado de la República Dominicana en Miami, USA	@ConsuDom_Mia
Consulado de la República Dominicana en Madrid, España	@ConsuladoRDMad

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

19 embajadas dominicanas en Twitter, dentro de las cuales se encuentran:

Tabla No. 15. Embajadas dominicanas en Twitter.

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana ante el Reino de España	@EmbRDMadrid
Embajada de la República Dominicana en Japón	@embadomjp
Embajada de la República Dominicana en El Salvador	@embrdelsalvador
Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos	@DREmbassy
Embajada de la República Dominicana en la República Popular China	@embajada_china

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

3 Misiones Permanentes dominicanas en Twitter:

Tabla No. 16. Misiones Permanentes dominicanas en Twitter.

MISIÓN	CUENTA
Misión Permanente de la República Dominicana ante las Naciones Unidas	@RDMISIONONU
Misión Permanente de la República Dominicana ante la Oficina de las	@ONUGRD

Naciones Unidas y otras Organizaciones Internacionales en Ginebra, Suiza	
Misión Permanente de la República Dominicana ante la Organización de Estados Americanos (OEA)	@MisionRD_OEA

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

31 consulados dominicanos en Facebook, dentro de los cuales se encuentran:

Tabla No. 17. Consulados dominicanos en Facebook.

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en California	Cristina Alicia Negron Morales
Consulado de la República Dominicana en Canarias, España	Consulado Dominicano Canarias
Consulado de la República Dominicana en Boston	Consulado Dominicano Boston
Consulado de la República Dominicana en Frankfurt, Alemania	Consulado Dominicano Frankfurt
Consulado de la República Dominicana en Barcelona, España	Consulado Dominicano Barcelona

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

27 embajadas dominicanas en Facebook, de las cuales se encuentran:

Tabla No. 18. Embajadas dominicanas en Facebook.

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana en Honduras	Embajada Rep Dom
Embajada de la República Dominicana en Japón	Embajada de República Dominicana en Japón
Embajada de la República Dominicana en Cuba	Embajada RD La Habana Cuba
Embajada de la República Dominicana en Panamá	Embajada Dominicana en Panamá
Embajada de la República Dominicana en Canadá	Embajada República Dominicana en Canadá

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

3 Misiones Permanentes dominicanas en Facebook:

Tabla No. 19. Misiones Permanentes dominicanas en Facebook.

MISIÓN	CUENTA
Misión Permanente de la República Dominicana ante las Naciones Unidas	Misión Permanente de la República Dominicana ante las Naciones Unidas
Misión Permanente de la República Dominicana ante la OEA	Misión Permanente de la República Dominicana ante la OEA
Misión Permanente de la República Dominicana ante la OACI	Misión Permanente de la República Dominicana ante la OACI

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

24 consulados en Instagram, dentro de los cuales se encuentran:

Tabla No. 20. Consulados dominicanos en Instagram.

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en París, Francia	consuladodominicanoenparis
Consulado de la República Dominicana en Madrid, España	consuladordmad
Consulado de la República Dominicana en Nueva York, USA	consuldom_ny
Consulado de la República Dominicana en Chicago, USA	consuladordchicago
Consulado de la República Dominicana en Montreal, Canadá	consuladordmontreal

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

22 embajadas dominicanas en Instagram, dentro de las cuales se encuentran:

Tabla No. 21. Embajadas dominicanas en Instagram.

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana en Italia	embajadarditalia
Embajada de la República Dominicana en Canadá	embajard_can
Embajada de la República Dominicana en Chile	embajadardenci

Embajada de la República Dominicana en Alemania	embajadadominicana_alemania
Embajada de la República Dominicana en la India	embajadardnuevadelhi

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

2 Misiones Permanentes dominicanas en Instagram:

Tabla No. 22. Misiones Permanentes dominicanas en Instagram.

MISIÓN	CUENTA
Misión Permanente de la República Dominicana ante las Naciones Unidas	onugdom
Misión Permanente de la República Dominicana ante la OEA	misiondominicana_OEA

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Twitter.

Según el director de Comunicación Digital y R.R.S.S del Ministerio de Relaciones Exteriores, el señor Eloy Núñez, actualmente se está trabajando en la digitalización de todas las embajadas, consulados y misiones en el exterior, puesto que conforme explica, al momento de su llegada a la institución en el año 2016 con la gestión del Ing. Miguel Vargas Maldonado, como Canciller, no había nada organizado, además de que prácticamente las embajadas y consulados no tenían presencia en el mundo digital. El equipo encargado tuvo que trabajar en la confección de los logos y contenido estándar que sería publicado en cada red social de estas instituciones, de modo que estuvieran alineadas bajo una misma dirección y línea gráfica.

Los cuadros completos de las listas anteriormente mencionadas, se encuentra en el anexo 1 del presente trabajo de investigación, así como también la entrevista completa del Sr. Núñez, se encuentra en el anexo 2.

2.3. Ministerio de Relaciones Exteriores en las redes sociales.

Como ha sido expuesto precedentemente el MIREX es una de las instituciones llamadas a ejecutar la política exterior del país, por lo que su accionar es de gran importancia para la ciudadanía y la sociedad en general, de forma tal, que se conozcan las actuaciones que se realizan, así como también se tenga acceso a informaciones relevantes en relación a procedimientos y trámites de utilidad para la población, todo lo anterior dentro del marco de la diplomacia digital.

En ese sentido, dentro de las tres redes sociales que se ha elegido a los fines de estudio de este trabajo de investigación, el MIREX cuenta con importante actividad y frecuencia que se ha ido evidenciando en el tiempo y en las diferentes gestiones.

En Twitter, la cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana está identificada como: @MIREXRD, tiene a la fecha 17,009 tweets, 107,000 seguidores, 4,047 cuentas a las que sigue, ingresó a esta red social en febrero del 2011.

En Facebook, la cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana está identificada como: “Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana” tiene a la fecha 22,410 personas que siguen sus publicaciones, a 22,020 personas les gusta la página.

En Instagram, la cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana está identificada como: @mirexrd tiene a la fecha 4,506 publicaciones, 37,800 seguidores y 1,118 cuentas que sigue.

No obstante, las tres tienen objetivos, usos y públicos diferentes. Conforme explica el Sr. Eloy Núñez, Twitter es más global, desde el punto de vista institucional, permite compartir información de tipo formal, mucho más rápido y con un contacto mucho más directo. En Facebook, a pesar de que pueda tener mayor alcance, no se genera la misma interacción con los usuarios, se utiliza como canal informativo; y el caso de Instagram, es utilizada como un medio para compartir informaciones puntuales, fotos y videos, no existe una interacción tan frecuente con los usuarios.

En ese sentido, es válido adicionar que es bastante atinada la estrategia de comunicación utilizada en el MIREX en relación a las redes sociales, y esto así, ya que han podido explotar las facilidades y ventajas que les ofrecen, y en esa tesitura, también son conscientes de las debilidades que puedan presentar una y otra en cuanto al contenido que desean publicar.

Twitter es el espacio idóneo para las publicaciones revestidas de inmediatez, además de que permite un enlace directo con quienes tienen acceso. De hecho, en el medio diplomático, es la red social más utilizada por presidentes, cancillerías, diplomáticos y otras autoridades para expresar sus pareceres sobre algún tema, dar informaciones o incluso enviar mensajes a

sus homólogos de forma que no sea necesario la espera que pueda presentar un correo electrónico.

Con Facebook, la historia es diferente, la interacción es más lenta, a pesar de que existan canales para mensajes, usualmente se resume en ver la publicación, reaccionar con algún “me gusta” u otra de las opciones presentadas y dejar un comentario. Para instituciones de esta naturaleza, funciona como mecanismo de expansión de información, no de interacción.

Instagram por su parte, contiene una mayor carga audiovisual, lo que permite que pueda explotarse el contenido de imágenes y videos, para verlos de forma rápida y con poca inclusión de texto. Además, gracias a las historias, el usuario puede dar seguimiento a la realización de actividades y eventos y estar al tanto paso a paso. Una funcionalidad muy destacable de esta red social y que es aprovechada por el MIREX es el “live-video” o “video en vivo”, esto permite que los usuarios puedan ver y escuchar en tiempo real lo que hace la Cancillería o bien el propio Canciller en el ejercicio de sus funciones: La firma de un nuevo acuerdo, la presentación de un embajador, un evento con las autoridades de otro país, entre muchas otras actividades.

2.3.1. Análisis del comportamiento de publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en Instagram.

El MIREX ha sido valorado positivamente por el uso de sus redes sociales, su actividad permanente y continua, así como por el contenido que presenta. Instagram es una de las plataformas con las que más frecuencia realiza publicaciones, además de que su contenido se hace extensivo a las otras dos (Twitter y Facebook). De ahí que conviene observar un poco más de cerca su comportamiento.

La primera publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social de Instagram fue el 8 de diciembre del año dos mil catorce (2014) con una foto del entonces canciller Arq. Andrés Navarro y el presidente de Ecuador, en aquel momento, Rafael Correa; y la leyenda que decía: “El Canciller #AndrésNavarroG participa en inauguración sede de #UNASUR en Quito. (...)”

La segunda publicación fue en fecha 9 de enero del año dos mil quince (2015) con una foto del canciller Andrés Navarro en una rueda de prensa, con la leyenda: “El Presidente Danilo Medina encabezará el relanzamiento de la nueva política exterior del país en el #ForodelaDiplomaciaDominicana el próximo miércoles. (...)”

La tercera publicación fue en fecha 12 de enero del año dos mil quince (2015), con una foto del entonces canciller Andrés Navarro con el Embajador

de los Estados Unidos de América en la República Dominicana en ese momento, el Sr. James Brewster, a propósito de la firma de un tratado de extradición entre ambas naciones; con la leyenda: “Hoy el Canciller Andrés Navarro y el embajador de Estados Unidos, James Brewster firmaron el nuevo #TratadoExtradición, entre República Dominicana y Estados Unidos de América. Más información en nuestro portal. www.mirex.gob.do”

La cuarta publicación fue en fecha 14 de enero del año dos mil quince (2015), con una imagen de un afiche en relación al Foro de la Diplomacia Dominicana, con la leyenda: “El Presidente Danilo Medina encabezará el relanzamiento de la nueva política exterior en el #ForoDiplomaciaDominicana”

Hasta este punto, se evidencia que las publicaciones realizadas, en un primer momento por el MIREX, se circunscribían a la figura del canciller y sus actividades incluía etiquetas, con leyendas cortas con la descripción de la imagen mostrada y la frecuencia entre una publicación; otra era de 2 a 3 días, considerando las últimas tres mencionadas.

En este capítulo realizamos un ejercicio de tabulación manual de conteo de cada una de las publicaciones desde el año 2014 hasta la actualidad, en razón de que no existe ningún registro oficial con acceso al público en el MIREX que lleve la contabilidad por año de las publicaciones, ni tampoco del formato de lo que se publica. A continuación, los hallazgos encontrados:

Tabla No. 23. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2014.

2014	
Fotos	1
Videos	0
Total de publicaciones	1

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

El 2014, fue el año en el que el MIREX se estrena en esta red social, con una sola publicación.

Tabla No. 24. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2015.

2015	
Fotos	110
Videos	5
Total de publicaciones	115

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

En el 2015, aumenta la frecuencia de publicación, e incluye la utilización de videos.

Tabla No. 25. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2016.

2016	
Fotos	563
Videos	61
Total de publicaciones	624

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

En 2016, la tendencia sigue en aumento, en este año se produce un cambio de gestión, sale el canciller hasta ese momento, Arq. Andrés Navarro

y entra el Ing. Miguel Varas Maldonado, quien a la fecha de la publicación de este trabajo de investigación se mantiene en el cargo.

Tabla No. 26. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2017.

2017	
Fotos	1,462
Videos	158
Total de publicaciones	1,620

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

En el 2017, hay un incremento muy significativo en las publicaciones, casi un 200% en relación con el año 2016.

Tabla No. 27. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2018.

2018	
Fotos	1,456
Videos	263
Total de publicaciones	1,719

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

En el 2018, se mantiene ligeramente, aunque con un pequeño incremento la tendencia en comparación al año 2017, sin embargo, hay un mayor número de publicaciones con material audiovisual.

Tabla No. 28. Publicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (MIREX) en la red social Instagram durante el año 2019.

2019	
Fotos	367
Videos	53
Total de publicaciones	420

Elaboración propia con los datos suministrados por la red social Instagram.

Para el año 2019, hasta el 1 de marzo, de los corrientes, las publicaciones se mantienen en aumento, superando con solo tres dos meses las del 2014, 2015 y en tendencia a las del 2016.

MIREX ha aprovechado la plataforma de Instagram, como parte de la diplomacia digital, para publicitar una serie de contenidos útiles para cualquier usuario de la red, no importando si es ciudadano dominicano o de cualquier otra nacionalidad. La cuenta de esta institución pública informa sobre:

1. Las actividades del ministerio y del canciller en el ejercicio de sus funciones.
2. Las visitas de personalidades al canciller.
3. Convocatorias y avisos.
4. Los países con los que República Dominicana tiene relaciones diplomáticas.
5. Definiciones de términos y conceptos del ámbito diplomático.
6. Firma de acuerdos.
7. Países en los que la República Dominicana no necesita visado.
8. Actividades del presidente en el exterior en el ejercicio de sus funciones como jefe de la política exterior.
9. Informaciones de las cuentas de las embajadas y consulados.
10. Perfil de los embajadores dominicanos acreditados en el exterior.
11. Días festivos.

2.4. Portal web del Ministerio de Relaciones Exteriores.

El portal web del Ministerio de Relaciones Exteriores es una herramienta importantísima dentro del marco la publicidad y el acceso a la información a los ciudadanos, sobre todo, desde el punto de vista de la diplomacia digital. Constituye un canal por medio del cual los usuarios pueden acceder a informaciones como el directorio de las embajadas, consulados y misiones dominicanas en el exterior así como también el cuerpo diplomático y organismos internacionales acreditados ante el gobierno de la República Dominicana.

Informaciones sobre servicios como la expedición de visas, apostillado y legalizaciones, pase o cruce transfronterizo, así como los requisitos para pasaporte diplomático u oficiales, funcionamiento interno de la Cancillería, su estructura, Plan Estratégico, Memorias e historia.

Entre sus funciones esta ser el servir como un mecanismo de publicidad para las noticias relevantes en materia de política exterior y relaciones internacionales. Publicación de materiales importantes como: El Plan Nacional de Derechos Humanos, República Dominicana 2018-2022; acuerdos, como los 18 Memorando de entendimiento firmados entre la República Dominicana y la República Popular China; las memorias y el Boletín Informativo.

Se incluye en la página un foro de discusión “Foro MIREX” para debatir temas consulares, de política exterior o servicios que ofrezca la Cancillería.

Cuenta con una herramienta importante de comunicación, que es una pestaña de chat que permite que el usuario pueda conectarse en tiempo real con un operador del MIREX y realizar alguna pregunta o consulta. Sin embargo, es interesante destacar que hoy en día los portales web son menos frecuentados por los usuarios, salvo la necesidad de algún requerimiento particular, conocer de un procedimiento, descargar materiales o llenar formularios en línea, por lo demás, el grueso de la interacción se ve en las redes sociales.

De forma particular, el caso del MIREX, la página web presenta recursos e informaciones de gran valor, no obstante, las redes sociales llevan ventaja, el contexto actual ha sido vital en ese sentido. Es posible acceder de forma rápida y sencilla a las redes sociales y verificar cualquier información, a diferencia de tener que ingresar a un portal web y navegar dentro de sus opciones, además de que no se actualiza a la misma velocidad que las mencionadas aplicaciones sociales. En otras palabras, las redes sociales han estado desplazando el uso de los portales web, lo que necesariamente supone que deba revisarse el contenido que se tenga colgado, de modo que sea más atractivo y útil al público usuario. Pero, en definitiva, estas plataformas, sirven de canal para mantener conectados e informados a los ciudadanos y extranjeros, sobre las actuaciones del Ministerio, de manera que se transparenta el ejercicio de la política exterior y cumple con los objetivos fundamentales de la diplomacia pública

CAPITULO III:

PRESPECTIVAS DE LA DIPLOMACIA DIGITAL EN LA

REPÚBLICA DOMINICANA COMO PARTE DE LA

POLÍTICA EXTERIOR.

3.1. La diplomacia dominicana ante el reto de la comunicación digital.

La comunicación es un proceso social mediante el cual se transmiten y reciben datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción (Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, 2012). Hoy en día, gracias a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y el fenómeno de la globalización, este concepto toma otra forma, y se auxilia de nuevas herramientas, lo que le permite evolucionar a lo que conocemos como comunicación digital.

Las TIC han revolucionado la manera en que funciona la comunicación en todos los órdenes de la vida social. Desde el punto de vista de la diplomacia, la comunicación digital ha venido a impulsar sus propósitos, dotándole de nuevos canales y mecanismos que permiten un mayor flujo de información, así como un impacto de más amplio alcance.

La comunicación digital ha permitido que se expanda el conocimiento, de ahí que hoy el ser humano se encuentre inmerso en la llamada “sociedad del conocimiento” aquella donde las interrelaciones que vinculan a los individuos se sustentan a través del acceso y procesamiento de información con el propósito de generar conocimiento, primordialmente, a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) (Rosado, 2013) y eso, definitivamente, es un auxilio importante para la diplomacia digital.

Tanto la comunicación digital como la diplomacia digital son parte de un gran sistema, de hecho, es gracias a la primera que existe la segunda. Una particularidad que es posible apreciar gracias a este tipo de relación, y la intervención de la comunicación digital, es que un diplomático tiene una doble modalidad de comunicación, por un lado, de Estado a Estado y por otro de Estado a ciudadano.

La primera se explica cuando cualquiera de los órganos encargados de la política exterior de un país (el presidente, la cancillería, miembros del cuerpo diplomático y consular) establece contacto con otra autoridad estatal de otro Estado. Verbigracia, un mensaje que le envíe un embajador dominicano a la cancillería del país donde ejerce funciones, por medio de Instagram; o el presidente dominicano que publique unas felicitaciones al presidente de algún país vecino por algún acontecimiento particular. La segunda modalidad, se evidencia cuando existe una interacción con los demás miembros de la comunidad, en específico, quienes siguen las cuentas oficiales de la autoridad. Por ejemplo, un aviso sobre el uso de un nuevo formulario para un procedimiento especial en la red social Twitter, por un consulado dominicano en un determinado país para conocimiento de los ciudadanos dominicanos que deseen aplicar.

Lo anterior permite que el ciudadano, así como la comunidad en general, pueda tener acceso e interacción a informaciones vinculadas a las relaciones internacionales. De igual forma, les permite tener contacto con los

actores de la política exterior. Hace 20 años atrás no era posible imaginar que fuera tan fácil tener acceso los diplomáticos, sin embargo, hoy, todo está a la distancia de una publicación en una red social.

Las redes sociales han permitido que se transparente el ejercicio de la diplomacia y de las funciones relacionadas con el manejo de la política exterior. De hecho, permite que los usuarios, de forma específica, los ciudadanos de un país puedan opinar, criticar y sugerir.

Al margen de esto, es preciso resaltar que la inclusión de la República Dominicana en el mundo digital forma parte de toda una estrategia de gobierno que ha visto su mayor incidencia en la presente gestión 2016-2020. Muestra de lo anterior se evidencia en directivas como:

1. La Agenda Digital de la República Dominicana 2016-2020, elaborada por la Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CNSIC), consistente en el plan estratégico nacional que establece los lineamientos para que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) sean habilitadoras del desarrollo social y económico del país (Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento, 2015)
2. República Digital, un proyecto gubernamental que busca garantizar el acceso de los dominicanos a las tecnologías de la información y comunicación, con el objetivo de reducir la brecha digital y brindar

mejores servicios a la ciudadanía (Gobierno de la República Dominicana, 2019)

Sobre este último, uno de los ejes principales de su programa es lo relativo al gobierno digital y transparente, que entre otras cosas, supone la interacción entre el Estado Dominicano y el ciudadano a través de la tecnología de forma que haya mayor acceso a la información, facilidades en la prestación de servicios al ciudadano y la mejora de la eficiencia en las entidades del sector público, dentro de las cuales, naturalmente, se incluyen los órganos encargados de la política exterior, de forma especial, el MIREX.

En ese mismo sentido, se entiende que una vez puesta en marcha la “revolución digital”, los actores involucrados deben de mantener un contenido que sea de calidad, cuidado, claro, interesante y en cierta medida atractivo. Esto es extensivo, por ejemplo, en las publicaciones que puedan realizar las instituciones encomendadas al manejo de la política exterior, de ahí que el ciudadano o cualquier usuario pueda darle seguimiento y mantenerse conectado.

En el caso dominicano, con el tiempo eso ha variado mucho. El contenido que ofrece el Ministerio de Relaciones Exteriores en sus redes sociales tiene un estilo muy particular, llamativo, información clara, de poca carga textual y un mensaje muy definido. Eso hace que el usuario se interese.

Figura No. 1. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social Instagram sobre relaciones diplomáticas entre República Dominicana y Argentina.



Publicación recuperada de la cuenta oficial del MIREX en Instagram.

Por ejemplo, los cuadros anteriores muestran una publicación del MIREX a propósito de las relaciones diplomáticas entre la República Dominicana y la República de Argentina. Es una publicación ligera, sencilla; utiliza una línea grafica uniforme; poco texto, no obstante, resalta lo importante, en este caso, la fecha en que se establecieron las referidas relaciones; adiciona las banderas de ambos países; se incluye el logo oficial del Ministerio arriba y las cuentas oficiales en las de más redes sociales abajo; en el texto que continua debajo a la imagen, utiliza 4 líneas, básicamente con

la misma información acompañada de etiquetas. Este estilo de contenido es muy atractivo pues brinda información relevante en un formato sencillo.

Figura No. 2. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en la red social Twitter la suscripción de tres acuerdos con Perú.



En esta otra imagen se aprecia una publicación del MIREX en la red social Twitter, en relación de la suscripción de tres acuerdos entre República Dominicana y Perú. Considerando que Twitter tiene un límite de caracteres, el contenido textual no puede ser muy extenso, lo cual se evidencia en este caso; da mención a la cuenta oficial del canciller Miguel Vargas Maldonado; incluye etiquetas y las banderas de ambos países en tamaño de iconos; remite para la información completa en IG; y adiciona tres fotografías de la actividad. Este

formato simple, pero con impacto de información ha sido una muy buena herramienta para hacer interesantes los contenidos que se publican.

Además, un elemento particular, que debe cuidarse mucho en el ámbito de la comunicación es la redacción. De ahí que los encargados del manejo de las cuentas oficiales en las redes sociales de las referidas instituciones deben tener especial cuidado respecto de la ortografía y gramática, pues se trata, en todo caso, de publicaciones realizadas por el Estado.

Es importante destacar que la diplomacia dominicana ha tomado como vehículo la comunicación digital para impulsar sus propósitos, entendiéndose, como una política que va, primero, de lo nacional, a propósito de la digitalización de las instituciones del orden público, a lo internacional, con el uso de mecanismos digitales para los miembros e instituciones que conforman el aparato de la política exterior dominicana.

3.2. Desafíos de la diplomacia digital en la República Dominicana.

La diplomacia digital, en sentido general, ha ido recorriendo un interesante camino en lo que respecta al desarrollo de las herramientas que auxilian el quehacer diplomático, así como también en un mejor manejo de la información y transparencia de la política exterior de los Estados frente a sus ciudadanos y miembros de la comunidad digital. Sin embargo, en esa misma tesitura, ha tenido que verse frente a situaciones que hacen que su

manifestación no sea plena, o bien, sea atenuada, es por ello que se procede a continuación a evaluar los desafíos que tiene la diplomacia digital, y en forma particular, lo que respecta a la República Dominicana.

Para Juan Luis Manfredi, hay ciertos elementos que constituyen desafíos a la diplomacia digital, entre ellos:

- 1. El alcance demográfico.** Un aspecto a considerar, a propósito de que los Estados se planteen incursionar en la diplomacia digital, es su audiencia, su público. Hoy en día, la mayor parte de la población que tiene acceso y uso a las redes sociales y demás plataformas, cuentan con menos de 50 años, por lo que, el Estado, en consonancia con la necesidad de adaptación a los cambios, debe analizar el uso de las redes, entender cómo funcionan, como transmiten los mensajes y el impacto que generan.
- 2. En el ámbito consular deben ser estructurados y gestionados como una herramienta práctica.** Los asuntos que aborda el cuerpo consular deben ser de fácil acceso, ágiles y con gran valor de utilidad. Un desastre natural o un accidente son acontecimientos que hacen necesario que los ciudadanos de un país y que se encuentren en el extranjero tengan acceso a informaciones prácticas, de forma que sus necesidades puedan ser atendidas rápidamente.

3. La seguridad del contenido que se publica. A pesar de los avances en temas de ciberseguridad, cuando se trata de información, el asunto deviene en algo más delicado, sobre todo, cuando la emite o la recibe un Estado o una organización internacional. Incluso, puede considerarse el medio digital como un escenario vulnerable a robo de información o espionaje, por lo que se plantea la importancia de cifrar los mensajes cuando tienen un carácter privado entre autoridades.

4. Tener una estrategia digital definida. Para Manfredi la estrategia digital consiste en la identificación de los públicos, las voces, los contenidos, y los objetivos; reúne recursos, los procesos y los valores que se quieran transmitir (Manfredi, 2014). No se trata entonces, de hacer publicaciones de forma aleatoria y sin sentido, solo por el cometido de presentar información, sino, de tener una dirección clara de que es lo que se quiere transmitir y como se pretende impactar. Esto es muy importante desde el punto de vista de la efectividad de la diplomacia digital, a propósito de servir de auxiliar de la política exterior de los Estados.

Estos puntos abordados por el autor mencionado son extensivos a la realidad dominicana, pues también aplican en el desarrollo de la actual diplomacia digital.

No obstante, han de puntualizarse otras circunstancias que constituyen, desde la óptica de la presente investigación, retos frente a la diplomacia digital de hoy en día.

Particularmente, la diplomacia digital en la República Dominicana se enfrenta a tres retos:

- 1) La capacitación y manejo de las herramientas por parte de los actores.**
- 2) La creación y mantenimiento de contenido e interacción con los usuarios.**
- 3) El reto de la seguridad de las plataformas y las informaciones que se colocan en ellas.**

Sobre el primer punto, a propósito de **la capacitación y manejo de las herramientas**, se plantea la interrogante: ¿Está realmente instruido el cuerpo diplomático y consular dominicano en el uso y manejo de las plataformas digitales como mecanismo de promoción de la política exterior del país?

Esto reviste de gran importancia la necesidad de que quienes asuman las funciones diplomáticas y consulares tengan una capacitación integral de cómo funcionan este tipo de herramientas, como acceder a ellas, como publicar contenido. En la práctica, incluso fuera del ámbito diplomático, se estila que por la carga que implica mantenerse activo en el mundo digital, los funcionarios contratan un personal encargado del manejo de sus cuentas, lo

que le permite a ellos seguir sus actividades en un flujo normal, mientras le indican a su “manejador/a de redes sociales” lo que quieren publicar.

El funcionario diplomático o consular debe saber distinguir la línea que divide su vida personal con sus funciones oficiales, desde el punto de vista del manejo de las redes sociales, y esto así para no distorsionar lo que se publica, además, se trata de un funcionario que representa al país en el extranjero.

En ese sentido, el segundo reto al que el país se enfrenta es en lo referente a la creación y mantenimiento del contenido e interacción con los usuarios. El MIREX, así como el cuerpo diplomático y consular, llevan una responsabilidad muy importante en relación a las informaciones que emiten por medio de las plataformas digitales. Son canales institucionales por medio de los cuales los ciudadanos del país, así como los usuarios de las redes en ese sentido se orientan y solicitan respuestas a sus inquietudes.

La creación de contenido supone ser constante, pues en la medida en que se coloquen más informaciones los usuarios tendrán mayor interés en seguir las cuentas, de ahí que es necesario mantener vigente los perfiles.

Figura No. 3. Publicación de la Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos en Facebook sobre orgullo dominicano.



Publicación recuperada de la cuenta oficial de la Embajada Dominicana en Estado Unidos en Facebook.

Por ejemplo, la cuenta de la embajada dominicana en los Estados Unidos en Facebook es uno de los perfiles más activos, a propósito de este tema, usualmente su frecuencia de publicación es alta y por consiguiente mantiene constantemente informado a quienes están suscritos.

Figura No. 4. Publicación de la Embajada de la República Dominicana en Austria en Facebook sobre visita de embajadora a Monseñor Peter Stephan.



Publicación recuperada de la cuenta oficial de la Embajada Dominicana en Austria en Facebook.

Sin embargo, la cuenta de la embajada dominicana en Austria en la red social anteriormente referida no tiene actividad desde el 28 de julio del año 2017. Bajo estas condiciones el perfil pierde efectividad y no logra cumplir los objetivos para los cuales fue creado. Este es solo un caso, pero la lista va en aumento.

Lo anterior se relaciona con el hecho de que a pesar de que las gestiones cambien, debe de mantenerse la línea institucional del mantenimiento de todas las cuentas. Cuando un embajador, cónsul, el ministro de relaciones exteriores o incluso el presidente de la República, sale, quien llega debe continuar generando contenido en las cuentas que han sido habilitadas a tales fines, de modo que los ciudadanos del país y usuarios en general continúen dando seguimiento a las informaciones y herramientas colocadas.

Lo mismo, con las respuestas, el personal que maneja las redes de las autoridades llamadas a la política exterior debe, primero, responder y segundo, hacerlo en tiempo razonable, en relación a las dudas e inquietudes que le someten los usuarios de la red, siempre que se encuentre en el marco de sus competencias y funciones, eso permite la interacción entre la esfera institucional y los usuarios, haciendo que el canal sea de doble vía y no una comunicación exclusivamente unilateral.

El tercero de los retos a los cuales se expone la diplomacia digital de la República Dominicana es en lo que respecta a la seguridad en las plataformas

y del contenido que se publican en ella. Esta es una situación que tiene alcance global, por lo que no es exclusiva del país, sin embargo, en consecuencia, hay que prestarle mucha atención. En esta categoría se encierran circunstancias como:

- a) El robo de información.
- b) Virus informático.
- c) Los hackeos de cuentas.
- d) Usurpación de perfiles.

No es ocioso pensar en la posibilidad de que pueda ser hackeada alguna de las cuentas oficiales del presidente de la República para sacar algún tipo de beneficio, sustraer información, generar daños o bien provocar caos. Lo mismo que pudiera suceder si un virus informático atacara las cuentas oficiales del MIREX y comenzara a interactuar con las demás cuentas con información falsa o errónea.

Todas estas circunstancias deben ser tomadas en cuenta por las autoridades, poner en marcha protocolos y procedimientos especiales para su rápida contingencia y posterior resolución.

En general, el país se enfrenta a desafíos que no son exclusivos a la territorialidad, pues tienen un impacto y alcance global, a propósito de que se trata de un medio con una naturaleza tan particular como lo es en el ámbito digital.

3.3. República Dominicana como marca país en el entorno digital.

Se entiende el término marca país como una “macromarca” que integra los activos intangibles competitivos de un país: su visión, su genio, su carácter distintivo, su gente, su promesa, constituyéndose en la identidad distintiva de una nación (Roca, 2016). Este concepto amplía la consideración que popularmente se tiene, a propósito de solo entender “marca país” lo relativo a una estrategia enfocada de forma exclusiva al turismo de una nación.

Ciertamente, la estrategia abarca habilidades de las empresas, ofertas, servicios, inversión extranjera y valores de la nación que ayudan a dar un enfoque particular al país (Jimenez, 2011)

La marca país funciona como una poderosa herramienta para estimular las relaciones económicas internacionales, incentivar la inyección de capital extranjero, y de este modo dinamizar la economía nacional (Santos, 2018)

En la República Dominicana, el decreto No. 22-12, del veinticuatro (24) de enero del año dos mil doce (2012), emitido por el presidente de turno en ese entonces, Leonel Fernández, establece:

“Que el gobierno dominicano en el interés de incrementar la promoción y el posicionamiento de los productos nacionales, así

como de los bienes y servicios que se ofertan en el país, ha identificado la necesidad de adoptar e implementar una política de Estado, para el establecimiento de una estrategia de consolidación de la imagen país a nivel nacional e internacional” (Fernandez, 2012)

En esa dimensión, el país fue impulsado a crear mecanismos y esfuerzos que pudieran hacer efectivo el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la referida normativa. A tales fines, el mismo decreto crea la Comisión Multisectorial para el diseño, coordinación, desarrollo, elaboración y ejecución de las Políticas de la Estrategia Marca País, encabezada por el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) y dentro de la cual también se encuentra el Ministerio de Relaciones Exteriores.

En ese sentido, marca país supone la promoción de la nación al exterior, situación que no escapa al ámbito de la diplomacia, pues dentro de sus objetivos se encuentra la difusión de los valores y características de los Estados, de forma que puedan estrechar mayores vínculos, generar acuerdos y buscar soluciones a problemáticas comunes. De hecho, en esencia, forma parte de la diplomacia pública.

La función de la marca país dentro del marco de las relaciones internacionales, es la de unir los valores o atributos de una nación en torno a símbolos y una estrategia de comunicación acorde con los objetivos a corto, mediano y largo plazo (Cabrera, 2011), de ahí que la diplomacia digital

constituye un valioso vehículo que permite la difusión con un rango de mayor alcance de lo que se pretende mostrar como contenido de marca país.

Desde el punto de vista comercial, la marca país incrementa la posibilidad de las inversiones, acuerdos, exportaciones, competitividad, elementos fundamentales de la relación entre los países hoy en día, por lo que, cada vez más se realza su importancia en el marco del ejercicio de la diplomacia.

Esto ha sido considerado por las autoridades encargadas de la política exterior y sus auxiliares como parte del contenido que se hace visible a través de las redes sociales, de forma que pueda ser extensivo el mensaje y los actores puedan tener mayor interacción. Ejemplo de ello:

Figura No. 5. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores en Twitter sobre ¿Por qué invertir en la República Dominicana?



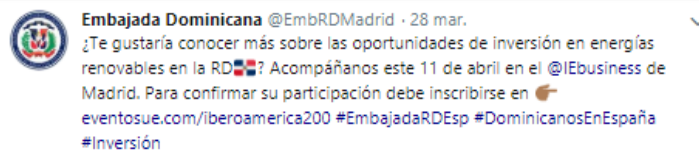
Publicación recuperada de la cuenta oficial del MIREX en Twitter.

La cuenta oficial del MIREX en la red social Twitter realiza una publicación con el texto: “¿Por qué invertir en la #RepúblicaDominicana?” y dos imágenes, la primera, con un contenido referente al país como destino de inversión líder en el Caribe y las razones que hacen que así sea como una economía diversificada, un sistema de gobierno estable y un favorable clima de negocios; la segunda, muestra las industrias en las que el país ofrece oportunidades de inversión, como el cine, energía, turismo, entre otros.

Esto es parte de como la diplomacia digital puede ser utilizada como canal para hacer extensiva la marca país de la República Dominicana.

En esa misma línea, conforme fue expuesto, no solo las autoridades encargadas de la política exterior son las han estado realizando esta labor, sino que también sus auxiliares, ejemplo de ello:

Figura No. 6. Publicación del Ministerio de Relaciones Exteriores sobre relaciones diplomáticas entre República Dominicana y Argentina.



Publicación recuperada de la cuenta oficial del MIREX en Twitter.

La Embajada Dominicana en España realizó una publicación a propósito de promocionar la realización de un evento sobre las oportunidades

de inversión en materia de energías renovables, esto constituye, un empuje indirecto de lo que se pretende promocionar con la estrategia de marca país.

La combinación entre la diplomacia digital y la estrategia marca país hoy en día es crucial para el buen desarrollo de una política exterior con miras a una expansión comercial, además de que supone ahorrar esfuerzos y plantea mejores oportunidades para la exposición del país frente a mercados y actores internacionales.

3.4. Perspectivas para el año 2020 en la aplicación de herramientas tecnológicas en la política exterior dominicana.

La diplomacia y las relaciones internacionales avanzan a pasos agigantados, ciertamente las circunstancias y el contexto actual se lo impone. Sin embargo, la globalización hace que las tecnologías de la información y de la comunicación, lo hagan a velocidades mucho más rápidas.

La diplomacia digital, como se conoce en la actualidad, se mantiene en constante evolución. Se habla, en estos tiempos, que no es lejano el escenario de realidad virtual y aumentada para las labores diplomáticas y consulares, por lo que es válido preguntarse: ¿Será que se está pensando en la posibilidad de tener una herramienta de realidad virtual que permita a los diplomáticos asistir a reuniones sin la necesidad de trasladarse de un lugar a otro, tomando en cuenta los avances en las videoconferencias, lo cual, era un recurso, hasta

hace dos décadas atrás, inimaginable? De igual forma, inquieta saber: ¿Será la posibilidad de que puedan ser explorados lugares con ayuda de la realidad aumentada, como las embajadas y consulados, que aporte carácter informativo y formativo en lo que tiene que ver con las relaciones internacionales?

A pesar de que todo lo anterior suena a ciencia ficción, las discusiones y debates en relación a estos temas están sucediendo y los países cada vez más van presentando nuevos y mejores mecanismos de hacer efectivos los propósitos de la promoción, defensa y representación de sus intereses en suelo extranjero.

Dinamarca, por ejemplo, en el 2017 planteó que crearía una embajada digital para representarla frente a entidades como Facebook, Google, Apple y otros gigantes de la tecnología. La idea detrás de esta propuesta era que la figura que fuese designada como embajador se encargara de asegurar el diálogo y la cooperación con actores internacionales importantes del sector digital (Esparza, 2017)

La República Dominicana, recién está explotando las ventajas y oportunidades que brinda la diplomacia digital, no obstante, tiene un muy buen ritmo en lo que respecta a los avances de las plataformas que utiliza, el contenido que publica y los resultados hasta la fecha obtenidos.

En ese sentido, conviene considerar los próximos pasos que se proyectan de cara al año 2020, que es el año donde finaliza la gestión actual que encabeza el MIREX, así como el año que cierra el período objeto del presente trabajo de investigación.

A tales fines, las perspectivas que se visibilizan en lo que resta de la presente gestión, serán las siguientes:

- 1) Mayor expansión en otras redes sociales;**
- 2) Creación de contenido más variado y diversos formatos;**
- 3) Aumento en el número de seguidores o suscriptores en las diferentes plataformas digitales.**

Lo relativo a la mayor expansión en las redes sociales, implica que el país se mantiene observando las demás opciones de redes sociales para poder conectar con mayor público, por ejemplo, plataformas como Snapchat, que recientemente, el Ministerio de Relaciones Exteriores reactivó su cuenta para publicar incidencias de actividades, así como informaciones relevantes a los oficios que realiza la Cancillería.

En cuanto a la creación de contenido más variado y en diversos formatos, supone que las cuentas oficiales de los actores que manejan la política exterior estarán colocando más elementos como videos, infografías, esquemas, encuestas, videos en vivo, historias con las que se pueda interactuar, incluso Gifs (Graphics Interchange Format, por sus siglas en

inglés) o Formato de Intercambio de Imagen para hacer dinámica la experiencia del usuario y lo que se publica.

El otro escenario que se proyecta es el aumento de seguidores y suscriptores en las diferentes plataformas digitales, una consecuencia con la combinación de la frecuencia en que se publique, así como la calidad de lo que se publique, la tendencia indica que los números irán incrementándose, llegando a cada vez más personas. Y esto ya está pasando, a medida en que se va digitalizando la gestión interna y externa de más embajadas y consulados, más usuarios tendrán la posibilidad de registrarse en ellas.

El Sr. Eloy Núñez, a propósito de los próximos pasos que pueden presentarse en la diplomacia digital de la República Dominicana, tiene la visión de crear una aplicación web que sirva de herramienta para potencializar las actuaciones y oficios del sistema diplomático y consular dominicano, en especial, el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Una idea muy atinada en estos tiempos y que, conforme se tiene planeado, puede surgir antes del término de la gestión actual.

El camino de la República Dominicana en materia de diplomacia digital es interesante y de gran relevancia para el desarrollo de su política exterior. Habrá de considerarse los desafíos, retos y amenazas que a propósito de la comunicación digital actual pueda enfrentarse el país, no obstante, más importante aún son las oportunidades que tiene de potencializar la imagen del

país en el exterior, así como continuar realizando las funciones de negociación, representación y defensa de los intereses del Estado, en el mundo globalizado de hoy.

CONCLUSIONES

Este trabajo de investigación ha arrojado interesantes conclusiones a propósito de las particularidades y características de la diplomacia digital, pero, sobre todo, en ocasión su aplicación en la República Dominicana, como mecanismo de apoyo al desarrollo, promoción y fortalecimiento de su política exterior.

La diplomacia como se conoce hoy en día ha recorrido un largo camino, de constante evolución y crecimiento, lo cual ha permitido expandirse en diversas modalidades conforme los actores y propósitos que pretende alcanzar.

La diplomacia digital, en sí misma, no es un tipo de diplomacia independiente, sino que funciona como un medio para ayudar a lograr los objetivos de la diplomacia clásica. Se trata del uso de las tecnologías de la información y comunicación en el quehacer diplomático, liderado por los jefes de Estado y de gobierno, los ministerios de relaciones exteriores, así como el cuerpo diplomático y consular que representa respectivamente a los países.

La diplomacia digital utiliza como principales mecanismos de ejecución las plataformas digitales como las redes sociales, así como también mensajería electrónica, los portales web y los blogs.

Los seres humanos están cada vez más conectados, alrededor del 50% de la población mundial tiene cuentas activas en las redes sociales. América

del Norte y Asia del Este son las regiones con mayor porcentaje de penetración de estas plataformas digitales.

La diplomacia digital en el contexto actual de las relaciones internacionales se enmarca dentro del poder blando o soft power, un mecanismo de influencia y persuasión en el que no es necesario la aplicación de la fuerza o coerción para lograr el cumplimiento de determinados objetivos.

Líderes mundiales, así como organizaciones internacionales están presentes en las redes sociales y su comportamiento es medido por cantidad de seguidores, número de publicaciones, así como interacciones e influencia.

En la República Dominicana, el uso de la diplomacia a través de mecanismos digitales ha sido una cuestión muy reciente. Los principales actores de la diplomacia digital en el país son el presidente de la República, la Presidencia de la República, el ministro de relaciones exteriores y el Ministerio de Relaciones Exteriores.

La presencia de las embajadas y consulados en las redes sociales es progresiva. Actualmente, de 108 consulados el 29% se encuentra digitalizado en la red social Facebook, el 19% en Twitter y el 22% en Instagram; de 45 embajadas el 60% se encuentra en Facebook, el 43% en Twitter y el 50% en Instagram; y las Misiones ante organismos internacionales, el 40% se encuentra en Facebook, así como también la misma cifra en Twitter y el 20% en Instagram.

No existe un registro oficial público que detalle los consulados y embajadas de República Dominicana que tiene cuentas en las redes sociales.

El MIREX ha evolucionado trascendentalmente en el uso de sus redes sociales, tiene cuentas en 6 de estas plataformas, siendo las principales por su frecuencia de uso y número de seguidores: Twitter, Facebook e Instagram. De las tres, Twitter es la más utilizada y de mayor efectividad para el ministerio, por mantener la institucionalidad, la inmediatez de las informaciones, así como las interacciones con los usuarios. En el caso particular de la red social Instagram, en el año 2016, el MIREX aumentó en casi un 600% la cantidad de publicaciones en relación con el año 2015, adicionando diversos formatos, como material audiovisual. Para los años 2017 y 2018, la tendencia de publicaciones del MIREX en esta red social se mantuvo en aumento, por encima de las 1,600 publicaciones.

El portal web del MIREX es una plataforma importante para la publicidad y acceso a las informaciones, también provee herramientas para quienes deseen realizar trámites y procedimientos sin necesidad de una visita presencial a la institución.

La comunicación digital y la diplomacia digital forma parte de un mismo sistema. Gracias a esta relación el diplomático tiene una doble modalidad en la comunicación, denominada de Estado a Estado y de Estado a ciudadano.

Es un hecho incontrovertido que las redes sociales han permitido que se transparente el ejercicio de la diplomacia y de las funciones con el manejo de la política exterior.

El país cuenta con dos iniciativas de gobierno relativas al ámbito digital: La Agenda Digital de la República Dominicana 2016-2020 y el proyecto República Digital.

Los principales retos a los que se enfrenta la diplomacia digital en la República Dominicana son: a) La capacitación y manejo de las herramientas por parte de los actores, b) La creación y mantenimiento de contenido e interacción con los usuarios y 3) La seguridad de las plataformas y las informaciones que se colocan en ellas.

A través de la diplomacia digital también se impulsa la estrategia de marca país y esto ha sido aprovechado por la República Dominicana para generar mayor difusión y alcance de sus bienes y servicios. Gracias a los canales digitales por medio de los cuales se promociona la marca país dominicana, se impulsa el comercio y la inversión extranjera.

Para el año 2020, la diplomacia digital en la República Dominicana experimentará los siguientes escenarios: 1) Mayor expansión en otras redes sociales; 2) Creación de contenido más variado y en diversos formatos y 3) Aumento en el número de seguidores o suscriptores en las diferentes plataformas digitales.

República Dominicana ha utilizado las redes sociales para: 1) Hacer más transparente y accesible las informaciones del manejo de las relaciones internacionales del país; 2) Generar un canal de comunicación más directo con autoridades de otros Estados; 3) Permitir una mayor interacción con el ciudadano y 4) Promocionar la imagen país en mercados internacionales;

En definitiva, la diplomacia digital, en virtud de todo lo anteriormente expuesto, constituye una herramienta fundamental en el desarrollo y fortalecimiento de la política exterior del país, dando ventajas y oportunidades que se ajustan al contexto actual y posibilitando que el país se consolide como referente para toda la región y la comunidad internacional.

RECOMENDACIONES

Con el objetivo de aportar en el desarrollo de diplomacia digital en la República Dominicana como herramienta de ejecución de su política exterior se plantean las siguientes recomendaciones:

1. *Crear* un programa de capacitación para los agentes diplomáticos y consulares sobre el uso y manejo de redes sociales en el marco de la diplomacia digital. Puede ser ofrecido por el Instituto de Educación Superior Especializado en Formación Diplomática y Consular (INESDYC).
2. *Elaborar* un registro de las cuentas oficiales en redes sociales de las embajadas y consulados dominicanos, el cual sea de acceso al público a través del portal web del Ministerio de Relaciones Exteriores.
3. *Incorporar* en mayor medida en las publicaciones que realicen las cuentas oficiales en redes sociales de las embajadas y consulados dominicanos contenido con más atractivo visual y en diferentes formatos, como material audiovisual.
4. *Fortalecer* la estrategia de marca país a través de cuentas oficiales en redes sociales de las embajadas y consulados dominicanos

REFERENCIAS

Bajo, P. B. (21 de Mayo de 2018). *Instituto Español de Estudios Estratégicos*.

Obtenido de Geopolítica de la diplomacia: de la clásica a la digital:

http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2018/DIEEEO60-

[2018_Geopolitica_Diplomacia_Pedro_Banos.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2018/DIEEEO60-2018_Geopolitica_Diplomacia_Pedro_Banos.pdf)

Cabrera, J. (14 de Julio de 2011). *Diplomacia pública y marca país*. Obtenido

de Listin Diario: <https://listindiario.com/puntos-de->

[vista/2011/07/14/195790/diplomacia-publica-y-marca-pais](https://listindiario.com/puntos-de-vista/2011/07/14/195790/diplomacia-publica-y-marca-pais)

Comisión Nacional para la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

(2015). *AGENDA DIGITAL, República Dominicana 2016-2020*. Santo

Domingo.

Congreso Nacional. (1 de Agosto de 2016). Ley Orgánica No. 630-16, del

Ministerio de Relaciones Exteriores y del Servicio Exterior. Santo

Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana.

Cull, N. J. (2009). Diplomacia pública: Consideraciones teoricas. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 55-92.

Esparza, P. (9 de febrero de 2017). *¿Por qué Dinamarca creará la primera embajada digital del mundo para lidiar con Google, Facebook y otros gigantes tecnológicos?* Obtenido de BBC Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38917336>

Fernandez, L. (24 de Enero de 2012). Decreto No. 22-12. Santo Domingo, Distrito Nacional, República Dominicana.

Flores, M. V. (2016). La Globalización como fenomeno politico, economico y social. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 26-41.

Fojo, F. J. (15 de Marzo de 2018). *Cubaencuentro*. Obtenido de Poder duro, poder blando, poder agudo: poder: <https://www.cubaencuentro.com/opinion/articulos/poder-duro-poder-blando-poder-agudo-poder-332276>

Fuentes, A. D. (31 de Enero de 2008). *Adaniel*. Obtenido de <https://adanielf.files.wordpress.com/2008/01/presentacion-stc-2008.pdf>

Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2012). *FUAM*. Obtenido de <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf>

Gobierno de la República Dominicana. (2019). *Presidencia de la República Dominicana*. Obtenido de <https://republicadigital.gob.do/que-es-republica-digital/>

Gómez, A. A. (2015). Diplomacia Digital ¿Adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? *Opcion*, 915-937.

Hootsuite. (2019). *Global Digital Report 2019*. Nueva York: We are social.

Jimenez, A. Y. (18 de Diciembre de 2011). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de *Marca Pais - República Dominicana*: <https://www.eoi.es/blogs/angelayolandatroncoso/2011/12/18/marcapaisrepublicadominicana/>

Lama, M. M. (15 de Junio de 2018). Diplomacia multilateral hoy. *Listin Diario*.

Manfredi, J. L. (2014). El desafío de la diplomacia digital. *ARI*, 1-6.

Manfredi, J. L. (13 de Marzo de 2014). *Real Instituto elcano*. Obtenido de <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/83e13f004340cd358e95fe788bd2636c/ARI15-2014-Manfredi-desafio-diplomacia-digital.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=83e13f004340cd358e95fe788bd2636c>

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperacion . (2019). *Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperacion* . Obtenido de Terminos Diplomaticos: www.exteriores.gob.es/Portal/es/Ministerio/.../TÉRMINOS%20DIPLOMÁTICOS.pdf

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2019). *Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Dominicana*. Obtenido de Directorio: <http://mirex.gob.do/servicios/directorio>

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (Diciembre de 2011). *Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/ontsi/files/redes_sociales-documento_0.pdf

Payà, E. B. (2018). *¿Qué es un blog?* Obtenido de Openaccess.uoc.edu: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/17821/5/XX08_93006_01331-3.pdf

Roca, S. P. (2016). Marca país: el registro de su identidad. *Anuario Dominicano de Propiedad Intelectual*, 77-95.

Roncati, E. J. (1989). *La función diplomática*. Santiago: Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

Rosado, M. C. (2013). *La Sociedad del Conocimiento*. San Luis Potosí: Creative Commons.

Sandstrom, A. (1960). *Diplomacia Ad Hoc Documento A/CN.4/129*. Nueva York: Naciones Unidas.

Santos, T. S. (13 de Marzo de 2018). Las distintas caras de la Marca País. *Acento*.

Twiplomacy. (2019). Obtenido de <https://twiplomacy.com/info/north-america/dominican-republic/>

Twiplomacy. (2019). *50 MOST ACTIVE WORLD LEADERS*. Obtenido de <https://twiplomacy.com/ranking/50-active-world-leaders-twitter/>

Twiplomacy. (2019). *50 MOST ACTIVE WORLD LEADERS*. Obtenido de <https://twiplomacy.com/ranking/50-active-world-leaders/>

Twiplomacy. (2019). *50 MOST ACTIVE WORLD LEADERS*. <https://twiplomacy.com/ranking/50-active-world-leaders-2/>.

Twiplomacy. (2019). THE 50 BEST CONNECTED WORLD LEADERS 2018.

<https://twiplomacy.com/ranking/the-50-best-connected-world-leaders-2018/>.

Twiplomacy. (2019). *THE 50 MOST INFLUENTIAL WORLD LEADERS IN*

2018. Obtenido de <https://twiplomacy.com/ranking/the-50-most-influential-world-leaders-in-2018/>

ANEXOS

ANEXO 1:
**CUENTAS OFICIALES EN REDES SOCIALES DE LAS
EMBAJADAS Y CONSULADOS DOMINICANOS**

Consulados dominicanos en Twitter.

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en Praga, República Checa	@consuladoprg
Consulado de la República Dominicana en São Paulo, Brasil	@ConsuladoRD_SP
Consulado de la República Dominicana en Marsella, Francia	@ConsuladoRD_Mar
Consulado de la República Dominicana en Chile	@ConsuladoRDenCL
Consulado de la República Dominicana en California, USA	@ConsuladoRDLA
Consulado de la República Dominicana en Toronto, Canadá	@ConsulRDToronto
Consulado de la República Dominicana en Miami, USA	@ConsuDom_Mia
Consulado de la República Dominicana en Montreal, Canadá:	@consuladordmtl
Consulado de la República Dominicana en Roma, Italia:	@ConsulRDItalia
Consulado de la República Dominicana en Nueva York, USA	@ConsulDom_NY
Consulado de la República Dominicana en Madrid, España	@ConsuladoRDMad
Consulado de la República Dominicana en Florencia, Italia:	@ConsuladoRD
Consulado de la República Dominicana en Alicante, España	@consuladordalc
Consulado de la República Dominicana en Boston, USA	@BostonConsulado
Consulado de la República Dominicana en Frankfurt, Alemania	@consuldomffm
Consulado de la República Dominicana en Valencia, España	@ConsuladoRD_vlc
Consulado de la República Dominicana en Barcelona, España	@ConsuladoRD_BCN
Consulado de la República Dominicana en Chicago, USA	@consuladord_chi

Consulado de la República Dominicana en Aruba	@ConsulRDAruba
Consulado de la República Dominicana en Génova, Italia	@consulGenovaRD
Consulado de la República Dominicana en Ámsterdam, Holanda	@HolandaRd

Embajadas dominicanas en Twitter.

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana en Italia	@EmbajadaRDIT
Embajada de la República Dominicana en Bélgica y Misión ante la Unión Europea	@domembassybe
Embajada de la República Dominicana ante el Reino de España	@EmbRDMadrid
Embajada de la República Dominicana ante la Confederación Suiza	@EmbajadaRDenCH
Embajada de la República Dominicana en Japón	@embadomjp
Embajada de la República Dominicana en El Salvador	@embrdelsalvador
Embajada de la República Dominicana en Panamá	@EmbRDPanama
Embajada de la República Dominicana en Guatemala	@EmbajadaRDenGT
Embajada de la República Dominicana en Paraguay	@embRDParaguay
Embajada de la República Dominicana en Suecia	@EmbRDSuecia
Embajada de la República Dominicana en Colombia	@EmbajadaRDenCOL
Embajada de la República Dominicana en Canadá	@EmbRepDomCanada
Embajada de la República Dominicana en Israel	@embdom
Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos	@DREmbassy
Embajada de la República Dominicana en Perú	@embrdperu
Embajada de la República Dominicana en los Emiratos Árabes Unidos	@DREmbassyUAE

Embajada de la República Dominicana en Jamaica	@embdomjam
Embajada de la República Dominicana en Austria	@EmbRDAustria
Embajada de la República Dominicana en la República Popular China	@embajada_china

Consulados dominicanos en Facebook

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en California	Cristina Alicia Negron Morales
Consulado de la República Dominicana en Canarias, España	Consulado Dominicano Canarias
Consulado de la República Dominicana en Boston	Consulado Dominicano Boston
Consulado de la República Dominicana en Frankfurt, Alemania	Consulado Dominicano Frankfurt
Consulado de la República Dominicana en Marsella, Francia	Consulado Dominicano Marsella Francia
Consulado de la República Dominicana en Barcelona, España	Consulado Dominicano Barcelona
Consulado de la República Dominicana en Valencia, España	Consulado Dominicano En Valencia
Consulado de la República Dominicana en Cabo Haitiano, Haití	Consulado Dominicano Cabo Haitiano
Consulado de la República Dominicana en Aruba	Consuladord Aruba
Consulado de la República Dominicana en San Juan, Puerto Rico	Consulado Dominicano en San Juan, Puerto Rico
Consulado Dominicano en la Costa Oeste, Estados Unidos	Consulado Dominicano Costa Oeste EE.UU.
Consulado Dominicano en Nueva York, Estados Unidos	Consulado Dominicano en NY
Consulado Dominicano en México	Consulado Dominicano en México
Consulado de la República Dominicana en Madrid, España	Consulado General de la República Dominicana en Madrid
Consulado de la República Dominicana en Barcelona, España	Consulado Rep. Dominicana en Barcelona
Consulado Dominicano en Sao Paulo, Brasil	Consulado Dominicano en Sao Paulo

Consulado Dominicano en Japón	Consulado General de la Republica Dominicana en Japón
Consulado Dominicano en Amsterdam, Holanda	Consulado de la República Dominicana en Amsterdam, Holanda
Consulado Dominicana en Praga, República Checa	Consulado Dominicano en Praga
Consulado Dominicano en Guadalupe	Consulado General de la República Dominicana en Guadalupe
Consulado Dominicano en St. Maarten	Consulado General de la República Dominicana en Sint Maarten
Consulado Dominicano en Curazao	Consulado General de la República Dominicana en Curazao
Consulado Dominicano en Cuba	Consulado General de la República Dominicana en Cuba
Consulado Dominicano en Milano, Italia	Consulado General De La República Dominicana en Milano
Consulado Dominicano en Miami, Estados Unidos	Consulado General de la República Dominicana en Miami
Consulado Dominicano en Colombia	Consulado General de la Republica Dominicana en Colombia
Consulado Dominicano en Montreal, Canadá	Consulado General de la República Dominicana en Montreal
Consulado Dominicano en Génova, Italia	Consulado General de la República Dominicana en Génova, Italia
Consulado Dominicano en Hamburgo, Alemania	Consulado de la República Dominicana en Hamburgo, Alemania
Consulado Dominicano en Sevilla, España	Consulado General de la República Dominicana Sevilla
Consulado Dominicano en París, Francia	Consulado General de La República Dominicana - París Francia

Embajadas dominicanas en Facebook

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana en Honduras	Embajada Rep Dom
Embajada de la República Dominicana en Japón	Embajada de República Dominicana en Japón
Embajada de la República Dominicana en El Salvador	Embajada de República Dominicana en El Salvador
Embajada de la República Dominicana en Suiza	Embajada RD Suiza
Embajada de la República Dominicana en Cuba	Embajada RD La Habana Cuba
Embajada de la República Dominicana en Panamá	Embajada Dominicana en Panamá
Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos	Embajada Dominicana en Estados Unidos
Embajada de la República Dominicana en Canadá	Embajada República Dominicana en Canadá
Embajada de la República Dominicana en Egipto	Embajada de República Dominicana en Egipto
Embajada de la República Dominicana en Honduras	Embajada de República Dominicana en Honduras
Embajada de la República Dominicana en Alemania	Embajada de República Dominicana en Alemania
Embajada de la República Dominicana en Austria	Embajada de República Dominicana en Austria
Embajada de la República Dominicana en Israel	Embajada de la República Dominicana en Israel
Embajada de la República Dominicana en España	Embajada de la República Dominicana en España
Embajada de la República Dominicana en Colombia	Embajada de la República Dominicana en Colombia
Embajada de la República Dominicana en Argentina	Embajada de la República Dominicana en Argentina
Embajada de la República Dominicana en Costa Rica	Embajada de la República Dominicana en Costa Rica
Embajada de la República Dominicana en Ecuador	Embajada Dominicana en Ecuador
Embajada de la República Dominicana en Austria	Embajada de la República Dominicana en Austria
Embajada de la República Dominicana en Perú	Embajada de la República Dominicana en Perú

Embajada de la República Dominicana en Uruguay	Embajada de la República Dominicana en Montevideo, Uruguay
Embajada de la República Dominicana en Paraguay	Embajada de la República Dominicana en Paraguay
Embajada de la República Dominicana ante el Reino de los Países Bajos	Embajada de la República Dominicana ante el Reino de los Países Bajos
Embajada de la República Dominicana en Honduras	Embajada de la República Dominicana en Honduras
Embajada de la República Dominicana en Portugal	Embajada de la República Dominicana en Lisboa, Portugal
Embajada de la República Dominicana en Suecia	Embajada de la República Dominicana en Suecia
Embajada de la República Dominicana en Ecuador	Embajada de la República Dominicana en Ecuador

Consulados dominicanos en Instagram

CONSULADO	CUENTA
Consulado de la República Dominicana en París, Francia	consuladodominicanoenparis
Consulado de la República Dominicana en Madrid, España	consuladordmad
Consulado de la República Dominicana en Nueva York, USA	consuldom_ny
Consulado de la República Dominicana Valencia, España	consuladordvalencia
Consulado de la República Dominicana en Chicago, USA	consuladordchicago
Consulado de la República Dominicana en Montreal, Canadá	consuladordmontreal
Consulado de la República Dominicana en Barcelona, España	consuladordbcn
Consulado de la República Dominicana en Guadalupe	consuladord.guadalupe
Consulado de la República Dominicana en Miami, USA	consudom.mia
Consulado de la República Dominicana en Sao Paulo, Brasil	consuladodominicanoensaopaulo
Consulado de la República Dominicana en California, USA	consuladordla

Consulado de la República Dominicana en Chile	consuladordenci
Consulado de la República Dominicana en Toronto, Canadá	consulrdrtoronto
Consulado de la República Dominicana en Milano, Italia	consuladodominicanomilano
Consulado de la República Dominicana en Praga, República Checa	consuladoprg
Consulado de la República Dominicana en Hamburgo, Alemania	consuldomhamburgo
Consulado de la República Dominicana en Sevilla, España	consuladordsevilla
Consulado de la República Dominicana en Boston, USA	consuladord.boston
Consulado de la República Dominicana en Cuba	consudomcuba
Consulado de la República Dominicana en Aruba	consuladordaruba
Consulado de la República Dominicana en Frankfurt, Alemania	consuladofrankfurtrd
Consulado de la República Dominicana en Génova, Italia	consulgenovard
Consulado de la República Dominicana en Marsella, Francia	consuladordmarsella
Consulado de la República Dominicana en Canarias, España	consuladocanarias

Embajadas dominicanas en Instagram

EMBAJADA	CUENTA
Embajada de la República Dominicana en Italia	embajadarditalia
Embajada de la República Dominicana en Estados Unidos	embajadadominicana_usa
Embajada de la República Dominicana en Japón	embadomjp
Embajada de la República Dominicana en Perú	emrdperu
Embajada de la República Dominicana en Costa Rica	embajadadominicanacr
Embajada de la República Dominicana en Canadá	embajard_can

Embajada de la República Dominicana en Honduras	embdomhonduras
Embajada de la República Dominicana en Francia	embajadardenfrancia
Embajada de la República Dominicana en España	embajadardenesp
Embajada de la República Dominicana en Portugal	embajadardenportugal
Embajada de la República Dominicana en la República Popular China	embajadadominicanaenchina
Embajada de la República Dominicana en Chile	embajadardencl
Embajada de la República Dominicana en Alemania	embajadadominicana_alemania
Embajada de la República Dominicana en Brasil	embajadombrasil
Embajada de la República Dominicana en Venezuela	embajadard_ve
Embajada de la República Dominicana en Panamá	embrdpanama
Embajada de la República Dominicana en Israel	embajadadrdenisrael
Embajada de la República Dominicana en Egipto	embajadadominicanaenegipto
Embajada de la República Dominicana en Argentina	embajadadominicanaargentina
Embajada de la República Dominicana en Colombia	embajadardencol
Embajada de la República Dominicana en Paraguay	embrdparaguay
Embajada de la República Dominicana en la India	embajadardnuevadelhi

ANEXO 2

ENTREVISTA:

LIC. ELOY NUÑEZ, DIRECTOR DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y R.R.S.S. DEL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES (MIREX)

- 1. ¿Quién es Eloy Núñez?** Eloy Núñez es un joven inquieto en el ámbito laboral, soy una persona que me gustan los detalles, trabajar lo que son los detalles, que es donde uno puede marcar la diferencia en estas cosas. No soy un gurú de las redes sociales. Estudié comunicación publicitaria, me hice énfasis en lo que es producción audiovisual, y en la parte de las redes sociales, siempre he sido como uno de los primeros, salió un programa de redes, yo soy de los primeros que estoy, y también en mi parte personal.

Entonces ¿Qué me ha dado resultado? El uso y los conocimientos de una carrera publicitaria, de poder saber también la parte audiovisual y un conocedor de las redes sociales, han sido las herramientas que aplicadas a lo que es la diplomacia digital hemos tenido unos buenos resultados.

Diplomacia digital nace inmediatamente Cancillería tiene sus redes sociales.

- 2. ¿Cuándo entras a tener contacto con las redes sociales de la Cancillería?** Entro con el canciller, en agosto del 2016, a la fecha tenemos dos años y algo. Conociendo lo que es la plataforma, tuve la visión de donde quería colocar lo que era el nombre de cancillería. Si te fijas en los registros de Twiplomacy, una cuenta que mide los rankings a nivel mundial de todo lo que son presidencias, cancillerías y líderes mundiales, nos catalogó en los primeros lugares en el 2018: En Instagram estamos en el lugar No. 6, en Twitter estuvimos No. 14 del mundo, pero si lo mides en base a lo que es Latinoamérica somos el No. 2.

Antes la manera habitual de comunicación era con cartas oficiales de embajada a embajada, varios procesos. Pero ahora, tengo el contacto directo, con quien maneja una Cancillería, una presidencia, y ahí se ve la diplomacia digital, que es como le he bautizado la etiqueta #DiplomaciaDigitalRD. Ahí uno va elaborando todo lo que se está haciendo, y en el día a día uno va buscando contenido e información de historia para que la gente conozca.

3. Una de las novedades que trae esta gestión en el manejo de las redes sociales y sus publicaciones es que colocan el perfil del embajador, términos diplomáticos, países que no se necesita visado, entre otros ¿Cómo se maneja eso? Mira, todas esas informaciones que cuando yo arranqué, yo dije, pero aquí hay cosas que yo no conozco de lo que es diplomacia, yo también tengo que aprender, de ahí nace, uno buscando informaciones y plasmándola a través de las redes. Nosotros también nos especializamos en lo que es el servicio del dominicano en el exterior ¿Qué es lo que el dominicano necesita? Uno tiene que plasmarle a través de las redes, los servicios que ofrece, los documentos que necesita y un sin número de servicio que el dominicano necesita en el exterior, ahí entra también la diplomacia digital.

Otro punto en lo que nos especializamos, es en una diplomacia digital personalizada, tu entras a Facebook y haces una pregunta a la cancillería, tenemos un equipo que esta 24/7 listo para responder las inquietudes del usuario.

¿Por qué trabajar así? Esto es un cargo temporal, somos funcionarios públicos y estamos dedicado a servir a nuestro país y dejar un legado, yo estoy trabajando para dejar un legado de lo que es diplomacia digital, marcar la diferencia entre los demás ministerios.

4. Fuera de lo que es MIREX ¿Trabajas las redes de otras instituciones? ¿Embajadas o Consulados? Todo lo que son las embajadas, iniciamos creando un estándar en los logos, en la imagen. Se le envió el logo a cada consulado, embajada y misión para que esté una imagen estándar. Cuando llegamos encontramos que había un logo diferente o un escudo. Diseñamos una estrategia uniforme ¿En qué estoy trabajando ahora? En un manual de procedimiento de redes sociales, para cada consulado y cada embajada.

Lo del manual es para dejarlo físico, pero lo hemos ido trabajando directo con cada embajada y misión. Me gusta trabajar la parte personalizada, un embajador fue nombrado hoy, trato de localizarlo para abrir las redes sociales de esa embajada si no la tiene, se va con su logo, con sus redes sociales abiertas y un breve entrenamiento de cómo utilizar, que hacer y cuáles son las ventajas de tener redes sociales.

Nosotros elaboramos diferentes tipos de publicaciones en las redes sociales, dependiendo de las redes, hacemos live en Instagram, a veces hacemos historias, a veces hacemos un live en Twitter, todo dependiendo el renglón, la actividad como sea, y como desarrollarla. Otra forma es la interacción, cada vez que voy a un país junto al

canciller, yo soy el hago la parte de los videos, la fotografía que va para la prensa, la foto que va para las redes y el manejo de las redes.

- 5. He visto que hacen montaje de imágenes como intros de los videos cuando van al exterior ¿Cómo funciona eso?** A veces usamos intros que grabamos, a veces usamos pietajes de drones, de las mismas redes, todo depende, pero me gusta siempre documentar la parte a donde vamos, con quien nos vamos a reunir, quienes son esas personas en las redes sociales. Cuando tu mencionas a una persona, un presidente, por ejemplo, Emmanuel Macron, de Francia, si tú en las redes sociales, lo tienes que mencionar es con su cuenta de usuario oficial, no es solo poner el nombre de él ¿Por qué? Porque cuando tú pones solo el nombre de él estas al vacío, cuando tu mencionas su cuenta tú tienes un enlace directo hacia él. Sucede otra cosa, cuando tú haces el enlace con ese usuario, el equipo de él ya tiene conocimiento de esa información, llega directo, ¿Que esa persona hace? O nos da un retweet o nos da un like, o nos cita nuestro tweet. Cuando existe ese proceso de ver esa parte de las publicaciones ya hay estás viendo una interacción, entonces estas ganando de que las personas de la cuenta de esa persona, es decir los seguidores, puedan seguirte. Imagína que en Francia nos dieron un retweet por alguna publicación, ya se va haciendo visible. Ahí entra también la diplomacia digital.

6. **¿Y de las tres redes que tiene más presencia el MIREX, Facebook, Instagram y Twitter, cual entiendes que es la que más le genera impacto?** Twitter es más global, en la parte institucional, permite transmitir informaciones institucionales, tienes más contacto directo con un tweet de una embajada, etc. Facebook, aunque es más amplio, pero en cuanto a la parte institucional con Twitter es que hemos generado más impacto, es más directo y más rápido. Instagram es más para fotos y videos, de informaciones puntuales.
7. **¿Y el Snapchat?** El Snapchat lo encontramos abierto cuando llegamos, pero lo estamos utilizando. Snapchat es un público más juvenil, el tema es que a veces no es bueno abarcar tanto, es mejor ser bueno en algo y directo. Esta abierto, pero no se está usando ahora mismo. Fuimos uno de los pioneros en utilizar las historias de Instagram, ahí le llegamos rápido a la gente, porque ahí el usuario siempre va a ver las publicaciones.
8. **¿Hay un registro de cuantas cuentas en redes sociales hay embajadas y consulados dominicanos?** Ahora mismo estamos trabajando en la organización de las embajadas, de las que están en Instagram, pero todavía no es público, porque necesitamos completarla, cuando tengamos el 100% de todas ellas digitalizadas

entonces lo haremos público. Estamos trabajando digitalizar todas las embajadas y consulados. Es un poco cuesta arriba, porque hay embajadas que a veces tienen poco personal, por lo menos las principales todas tienen sus cuentas digitales activas.

9. ¿Qué crees de aquí a lo que resta de gestión que pudiera quedar para hacer? Estoy trabajando en el desarrollo de una aplicación móvil del Ministerio donde cada ciudadano, pueda descargarla, si está en China, por ejemplo, y quiera saber dónde está su embajada con su aplicación tenga un mapa, su embajador, pueda realizar cualquier papeleo a través de la misma aplicación, eso es algo que vamos a trabajar en lo que queda de este año. La otra parte que hemos estado trabajando, fortalecer las embajadas y consulados a nivel digital. De igual forma el manual que comenté anteriormente.

10. ¿Cómo consideras que la diplomacia digital ha ayudado al fortalecimiento de la política exterior de la República Dominicana? Definitivamente la diplomacia digital ha sido un soporte importante en el desarrollo de la política exterior dominicana, y eso es así, precisamente por el impacto que han producido las tecnologías de la comunicación. Hoy en día, la comunicación y sus medios son un gran poder para influenciar y llegar a las personas, y gracias a estas redes,

el país se proyecta, el ministerio se proyecta también, mostrando a una comunidad global de usuarios, lo que hace la diplomacia dominicana.