

# **DIPLOMACIA DIGITAL COMO MECANISMO DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICO-ELECTORAL DE LOS NACIONALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO. ELECCIONES GENERALES DE PERÚ 2021**

Grecia Benayas, Profesora de Relaciones Internacionales de la Universidad Metropolitana, Venezuela. Egresada del CEPC en la promoción 2009-2010.

## **Introducción**

La diplomacia digital, entendida como el uso de Internet y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para ejercer la diplomacia, se ha instalado como práctica en muchos ministerios de relaciones exteriores y sus representaciones en el mundo en los últimos años, impulsada por el auge de las plataformas digitales y la posibilidad de alcanzar cada vez mayores audiencias.

En el contexto de la digitalización que se ha experimentado en prácticamente todos los ámbitos de la vida social y económica, la política y las relaciones internacionales no han permanecido al margen, sino que progresivamente han incorporado en sus prácticas, procesos y formas de relacionamiento elementos propios de dicha transformación digital. Así, vemos como desde las administraciones públicas tanto a nivel estatal, regional y local se adoptan cada vez más un conjunto de herramientas y procedimientos en procura de prestar un servicio más expedito, eficiente y transparente a la ciudadanía. En este sentido, se ha hecho casi cotidiano hablar de gobierno abierto y gobierno electrónico entre otros términos, lo que da cuenta del alcance de las tecnologías en el sector público.

En el plano de las relaciones internacionales también lo digital se hace presente en al menos dos dimensiones: como herramienta para la diplomacia y la política exterior; y como tema que debe ser abordado por la diplomacia y la política exterior en las organizaciones internacionales, en tanto sus implicaciones a nivel mundial son cada día mayores.

En su dimensión de instrumento de la diplomacia se encuadra la llamada diplomacia digital, que es utilizada por las cancillerías, embajadas y consulados en tanto forma de comunicación con el público, para informar sobre sus actividades, servicios y dar a conocer el país que representan, con sus potencialidades en el comercio, turismo, entre otros. En esta labor de difusión se incluye el aspecto consular, concerniente a los trámites que desde el exterior pueden realizar los ciudadanos de ese país. Y también los derechos que pueden ejercer, entre ellos el derecho al voto en las elecciones generales y presidenciales.

Ese es el objeto de interés de la presente comunicación, explorar cómo la diplomacia digital puede contribuir a la promoción de la participación político-electoral de los nacionales residentes en el extranjero, para ello se toma como caso de estudio las elecciones generales de Perú celebradas en 2021.

## **Diplomacia digital**

La diplomacia digital consiste en el uso de Internet en las actividades diplomáticas. Representa un cambio en las prácticas diplomáticas, puesto que la incorporación de estas tecnologías posibilita una mayor interacción con el público extranjero, con audiencias globales, dado el alcance de Internet; al tiempo que aumentan las exigencias de compartir más información y de una mayor transparencia.

A nivel mundial, un gran número de ministerios de relaciones exteriores, cancilleres y presidentes han ido incorporando esta forma de diplomacia pública, creando perfiles en redes sociales a través de los que informan sobre sus actividades y expresan sus opiniones. Desde las cancillerías también se han creado cuentas en varias de estas plataformas digitales, no solamente del propio ministerio sino también de las distintas embajadas y consulados donde los Gobiernos tienen representación.

En este sentido, la diplomacia digital constituye un reto en varias dimensiones: en cuanto a la innovación para incorporar las tecnologías en la actividad cotidiana desde las cancillerías y sus efectos en las funciones tradicionales de la diplomacia como la representación y la comunicación; y a nivel institucional en lo referido a la capacidad e interés de los ministerios de exteriores en adaptarse a estos cambios (Bjola, 2015).

Las tecnologías transforman tanto la forma de comunicación como las prácticas de la diplomacia, amplifican el mensaje y la audiencia, además de las consecuencias en cuanto a la propia estructura organizacional de los ministerios de exteriores e incluso la manera en que se realizan ciertos procesos administrativos, por ejemplo, los de tipo consular. Así, “the use of social media for diplomatic purposes, could change practices of how diplomats engage in information management, public diplomacy, strategy planning, international negotiations or even crisis management” (Ibid, 4).

Por lo general, la diplomacia digital tiene tres componentes: el primero tiene que ver con la forma cómo los actores (Gobiernos/Ministerios) atraen a la audiencia para proyectar un mensaje o imagen (aspecto vinculado a la diplomacia pública); en segundo lugar, la manera cómo los ministerios organizan y estructuran la información para los diplomáticos (acceso a la información) y tercero, la forma en que los actores obtienen los datos que permiten monitorear los cambios en la opinión pública (análisis de datos) (Bjola y Holmes, 2015).

Estos tres componentes, diplomacia pública, acceso a información y análisis de datos, tendrían que ser considerados de cara a la formulación de una estrategia integral de diplomacia digital. Sin embargo, cada uno de estos aspectos implica varios elementos de importancia, por lo que tal vez sería de mayor eficacia que cada uno de ellos se formule por separado. En todo caso, hay un mayor desarrollo de la dimensión de la diplomacia digital como diplomacia pública y su presencia en las redes sociales. Aunque es necesario tener presente que esta no es la única herramienta digital en el ámbito de la diplomacia:

Digital tools are not limited to social media (although these can have value, provided they are used strategically) but should also include web-sourced analysis, Big Data, data mining, digital platforms for scenario generation or conflict simulation and gamification (the use of game play for education and shaping policy environments). (Riordan, 2016).

Los ministerios de relaciones exteriores de todo el mundo han adoptado estas formas de comunicación en mayor o menor medida, con una presencia destacada o discreta en las redes sociales y con estrategias digitales e incluso en algunos casos con departamentos encargados de coordinarlos.

Asimismo, es necesario señalar que en los últimos años con la creciente digitalización de muchos ámbitos de la vida económica y social, se ha incrementado el interés de los gobiernos en estos temas. Por ello, en algunos países las Cancillerías han abordado estos fenómenos, a través de la formulación de estrategias de política exterior digital o de estrategias de política exterior que hacen referencia a la digitalización (DiploFoundation, 2021).

También desde el sector privado se han interesado por la diplomacia digital. La agencia de comunicaciones Burson, Cohn y Wolfe (antes Burson-Marsteller) creó el proyecto Twiplomacy, el cual hace seguimiento y elabora informes sobre la utilización de las redes sociales por parte de gobernantes, ministerios de relaciones exteriores y organizaciones internacionales. Matthias Lüfkens, fundador de esta iniciativa, ha señalado que Twitter es la red social más utilizada en la diplomacia digital, si bien cada vez cobra mayor auge el uso de otras plataformas 2.0 a fin de captar distintas audiencias (Lüfkens, 2016). Así, en los últimos años, redes sociales como Instagram y TikTok se han incorporado dentro de los canales oficiales de autoridades e instituciones para ganar la atención de las nuevas generaciones.

## **Diplomacia digital y participación político-electoral**

En la diplomacia digital que se dedica a la diplomacia pública, una parte importante de los contenidos publicados en las plataformas tienen por objetivo dar a conocer a las audiencias extranjeras la marca país, promover el turismo, el comercio, la cultura, entre otros aspectos. Además de esto, en los canales institucionales se difunden las actividades que realizan la cancillería y sus representaciones en mundo, incluyendo la posición oficial acerca de distintos temas de la agenda global.

Otro elemento presente en los contenidos tiene que ver con los asuntos consulares, es decir, el trabajo que se desarrolla en materia consular para atender a los nacionales residentes en el extranjero. Generalmente se informa sobre los requisitos para la renovación de pasaportes y otros documentos, así como jornadas especiales de atención y otras convocatorias. Asimismo, algunos países utilizan las plataformas digitales para promover la comunicación con su diáspora como una forma de mantener sus vínculos e incluso fomentar que esos sectores participen en la vida económica de su país de origen (Manor y Adiku, 2021).

Dentro de los contenidos dirigidos a sus ciudadanos que viven más allá de sus fronteras de origen, encontramos aquellos referidos a los procesos electorales en los cuales pueden participar a pesar de estar fuera del país. Es necesario señalar que dicha información se corresponde con lo establecido por los órganos encargados de las elecciones, por lo tanto, en este caso los ministerios de exteriores y sus representaciones en el mundo comunican lo concerniente para el ejercicio efectivo de este derecho. De este modo, la diplomacia pública digital se convierte en un mecanismo que promueve la participación político-electoral de aquellos nacionales residentes en el extranjero.

En este sentido, en las cuentas existentes en las distintas plataformas digitales se publican un conjunto de mensajes que comprenden la fase previa a la elección y el momento electoral como tal, con el propósito de dar a conocer los pasos que deben darse para tomar parte de dicho evento.

Respecto a los mensajes de los días previos a la votación, están los que informan sobre el registro o cambio de domicilio electoral y el plazo en que tiene que hacerse para ser incluido en el padrón electoral en el extranjero. También, aquellos que remiten a enlaces para consultar la mesa de votación y los recintos electorales establecidos. Estos últimos, a veces acompañados de videos de menos de 1 minuto de duración donde se explica el paso a paso que debe realizarse. El día de la votación, se reseña el evento como tal, así como el llamado a participar a todos aquellos habilitados para hacerlo. La difusión suele concluir reseñando la entrega de actas a las autoridades electorales.

## **Diplomacia digital y la participación político-electoral en las elecciones generales de Perú en 2021.**

El 11 de abril de 2021 se llevaron a cabo las elecciones generales de Perú. Fuera del país hay casi un millón de ciudadanos peruanos habilitados para votar. Con el propósito de garantizar el derecho al sufragio de sus nacionales residentes en el extranjero, el Ministerio de Relaciones Exteriores trabajó en coordinación con la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) para organizar las votaciones en 79 países<sup>1</sup>.

En el marco de esa tarea, se dio a conocer al público lo concerniente a la elección como forma de incentivar el ejercicio de su derecho. Para ello, desde el 18 de marzo, la Cancillería comenzó a publicar contenidos en su cuenta en la red social Twitter (@CancilleriaPeru<sup>2</sup>) en los que se invitaba a realizar los cursos de capacitación ofrecidos por la ONPE y a comunicarse con el consulado más cercano. Poco después, el 21 de marzo se informó que el Ministerio de Relaciones Exteriores había recibido el material electoral de la ONPE para su distribución a las oficinas consulares.

Otros contenidos se dedicaron al dispositivo sanitario a implementar el día de las elecciones, en los que se explicaban las medidas de bioseguridad en los centros de votación y para los miembros de mesa, personeros y electores. Ya el 10 y 11 de abril se publicaron imágenes de los ciudadanos participando en el proceso electoral en distintos países: Nueva Zelanda, Corea, Filipinas, Emiratos Árabes Unidos, Luxemburgo, Reino Unido, Croacia, Rusia, Portugal, Bolivia, República Dominicana, Uruguay, Colombia, México.

En esta elección de 2021 fue necesario ir a una segunda vuelta, la cual se realizó el 6 de junio. De cara a esa votación, el 16 de mayo el Ministerio de Relaciones Exteriores recibió el material electoral proporcionado por la ONPE para su distribución en las 114 oficinas consulares, encargadas de organizar los comicios en 208 ciudades de 79 países.

El 29 de mayo, la Cancillería publicó en su cuenta de Twitter acerca de la realización de la segunda vuelta de la elección presidencial, señalando lo siguiente: “Son 224 los locales y 3,440 mesas de sufragio en el exterior. Recuerda que puedes capacitarte en ONPEDUCA para la Segunda Elección Presidencial 2021: <https://onpeduca.edu.pe> Para más información comunícate con tu consulado más cercano: <http://consulado.pe>” (Cancillería Perú, 2021).

Los mensajes sobre el proceso electoral continuaron durante los días 30 y 31 de mayo y 1 al 3 de junio, con publicaciones acompañadas de imágenes o videos en las cuales invitaba a los ciudadanos a conocer el centro de votación donde les correspondía ejercer su derecho,

---

<sup>1</sup> Por primera vez los residentes en el extranjero pudieron elegir dos congresistas debido a la creación de la circunscripción electoral Peruanos Residentes en el Extranjero.

<sup>2</sup> Cuenta creada en noviembre de 2009. Tiene 339.657 seguidores para octubre de 2021.

las medidas de bioseguridad a ser implementadas tanto para electores como para los miembros de mesa y datos sobre aquellos países con mayor número de inscritos para participar, a saber: Estados Unidos, España, Argentina, Chile e Italia.

El día 5 de junio comenzó a ejercerse el derecho al sufragio en el exterior y así lo reseñó un *Tuit* del Ministerio de Relaciones Exteriores indicando: “Se da inicio a la Segunda Elección Presidencial 2021 en el exterior con la participación de nuestros connacionales en Wellington, Nueva Zelanda.” (Cancillería Perú, 2021). Cabe destacar que este mensaje recibió 1.100 Retuits, casi 5.000 me gusta y 240 respuestas, una interacción muy por encima de lo que habitualmente reciben las publicaciones de esta cuenta.

Durante el 5 y 6 de junio todos los contenidos hicieron referencia a la participación de los ciudadanos peruanos en las elecciones en ciudades de Japón, Australia, Francia, Italia, Alemania, España, Rumania, Israel, Brasil, Panamá, Estados Unidos, Argentina, Ecuador, Chile, Venezuela, Canadá, en otros países. Cada mensaje tenía dos o más fotografías captadas en la jornada de votación.

Posteriormente, el 8 de junio el Ministerio de Relaciones Exteriores publicó un Comunicado en su página web, en el que se informaba sobre la llegada de 21 cónsules a Perú ese día con las actas para su entrega al organismo electoral y el arribo de 6 funcionarios el día anterior también con actas (Ministerio de Relaciones Exteriores – Gobierno del Perú, 2021). En la cuenta de Twitter se indicó el enlace a dicho Comunicado (Cancillería Perú, 2021).

Durante la primera y segunda vuelta, los contenidos publicados en la red social Twitter se acompañaron de algunas de las siguientes etiquetas: #VotemosPerú #PeruanosEnElExterior #EleccionesBicentenario y #PerúVotaSeguro.

En esta aproximación nos hemos concentrado en la actividad de difusión realizada por el Ministerio de Relaciones Exteriores desde su cuenta en la red social Twitter, sin embargo, para un examen más completo sería pertinente incluir los perfiles de embajadas y consulados, especialmente los de aquellos países donde vivan mayor cantidad de peruanos.

## **Conclusiones**

Entre sus funciones de divulgación de contenidos, la diplomacia digital puede ser una forma de acercar a los ciudadanos que viven en el extranjero con su país de origen, a través de mensajes sobre turismo, cultura, efemérides. Pero también incentivando a que se involucren de una manera más directa, bien sea invirtiendo si está entre sus posibilidades y muy especialmente, impulsando el ejercicio de un derecho político por excelencia como lo es el derecho al voto.

En el marco de la transformación digital que vivimos actualmente, es importante que los gobiernos y las administraciones aprovechen los recursos que brindan las tecnologías para ofrecer cercanía y transparencia a sus ciudadanos. Desde el plano de las relaciones internacionales, esto puede ser utilizado por los Ministerios de Relaciones Exteriores para desarrollar mecanismos más expeditos en sus trámites consulares, en la emisión de pasaportes, legalizaciones, apostillado. Crear aplicaciones que proporcionen información y respuestas automáticas usando Bots, por ejemplo.

Con respecto a las elecciones generales peruanas de 2021, tanto en la primera como segunda vuelta se realizó un trabajo de difusión de información para promover el interés y la participación de sus ciudadanos residentes en el extranjero. Para ello, se publicaron contenidos explicativos del proceso de votación, acompañados de fotos y videos. Además, se hizo hincapié en consultar tanto al organismo encargado de la elección, ONPE, como a los consulados, por su manejo operativo de las condiciones de la votación en cada lugar en particular.

Sin embargo, desde el Ministerio de Exteriores podría reforzarse la promoción de la participación desarrollando una campaña más extensa y organizada que implique la producción de una mayor cantidad de contenidos sobre el derecho al voto en el extranjero. Para un ejercicio comparado, se podría ver la forma en que esta promoción se realiza en las elecciones de Chile a celebrarse en noviembre de 2021.

## **Referencias**

- Bjola, Corneliu y Marcus Holmes (Eds.) Digital Diplomacy: theory and practice. Routledge. London.
- Bjola, Corneliu. (2015). "Introduction". En: Bjola, Corneliu y Marcus Holmes (Eds.) Digital Diplomacy: theory and practice. Routledge. London. Pp. 5-9.
- Cancillería Perú. [@CancilleriaPeru]. (8 de junio de 2021). Comunicado del Ministerio de Relaciones Exteriores. [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/CancilleriaPeru/status/1402363948402348037>
- Cancillería Perú. [@CancilleriaPeru]. (5 de junio de 2021). Se da inicio a la Segunda Elección Presidencial 2021 en el exterior con la participación de nuestros connacionales en Wellington. [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/CancilleriaPeru/status/1401285526687260674>
- Cancillería Perú. [@CancilleriaPeru]. (29 de mayo de 2021). Son 224 los locales y 3,440 mesas de sufragio en el exterior. Recuerda que puedes capacitarte en ONPEDUCA. [Tweet] [Imagen adjunta]. Twitter. <https://twitter.com/CancilleriaPeru/status/1398640450916003840>

- DiploFoundation. (2021). Digital foreign policy. <https://www.diplomacy.edu/topics/foreign-policy/digital-foreign-policy/>
- Lüfkens, Matthias. (2016). Twitter is the preferred network for digital diplomacy. <https://medium.com/@luefkens/twitter-is-the-preferred-network-for-digital-diplomacy-e2c7597adac9>
- Manor, Ilan & Geraldine Asiwome Adiku. (2021). “From ‘traitors’ to ‘saviours’: A longitudinal analysis of Ethiopian, Kenyan and Rwandan embassies’ practice of digital diáspora diplomacy”, *South African Journal of International Affairs*, DOI: 10.1080/10220461.2021.1948915
- Ministerio de Relaciones Exteriores – Gobierno del Perú. (2021). Comunicado del Ministerio de Relaciones Exteriores. <https://www.gob.pe/institucion/rree/noticias/499501-comunicado-del-ministerio-de-relaciones-exteriores>
- Riordan, Shaun. (2016). Cyber Diplomacy vs. Digital Diplomacy: A Terminological Distinction. CDP Blog. <http://uscpublicdiplomacy.org/blog/cyber-diplomacy-vs-digital-diplomacy-terminological-distinction>