

PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



*Twiplomacy* en tiempos de COVID-19: @CancilleriaPeru en el gobierno de transición de Francisco Sagasti

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Ciencia Política y Gobierno presentado por:

Sibille Quesada, Alessia María

Asesor:

Vidarte Arévalo, Oscar


Lima, 2025

## Informe de Similitud

Yo, Vidarte Arevalo, Oscar, docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado Twiplomacy en tiempos de COVID-19: @CancilleriaPeru en el gobierno de transición de Francisco Sagasti del/de la autor (a)/ de los(as) autores(as) Sibille Quesada, Alessia Maria dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 20%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 21/03/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 21 de marzo del 2025

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Vidarte Arevalo, Oscar</u>	
DNI: 07535799	Firma 
ORCID: 0000-0001-7449-1787	

## Agradecimientos

Quiero agradecer a toda mi familia. En especial, a mis padres, Orestes y Rosario, por darme la oportunidad de estudiar y seguir creciendo tanto en lo académico como en lo personal. Gracias por siempre creer en mí, incluso en los momentos más difíciles, y por darme la fortaleza para seguir adelante. Todo lo que he logrado se lo debo a su esfuerzo, apoyo y cariño.

A mi hermana, María Grazia, gracias por ser siempre un ejemplo a seguir y por motivarme a dar lo mejor de mí en cada desafío académico y personal. Pero más allá de eso, gracias por estar a mi lado en cada etapa de este camino, compartiendo mis sueños, mis miedos y mis logros. Tu confianza inquebrantable en mí ha sido mi mayor impulso, y tu capacidad para alcanzar la excelencia en todo lo que te propones, una inspiración constante. No hay palabras suficientes para expresar cuánto valoro el amor y el apoyo infinito que siempre me has brindado.

A mis amigos y amigas de la Facultad, gracias por creer en mí incluso en los momentos en que yo misma dudaba. Su apoyo y compañía hicieron de estos años una experiencia inolvidable. En especial, quiero agradecer a Carla, Alma y Andrea; haber coincidido con ustedes ha sido uno de los mayores regalos de esta etapa universitaria. Gracias a mis queridas amigas Eliane y Andrea, por acompañarme en cada paso del camino, celebrando conmigo en las buenas y brindándome su apoyo incondicional en las malas. Sus palabras de aliento me han impulsado a seguir adelante, y su presencia es y será siempre una fuente infinita de motivación y fortaleza.

Quiero expresar un especial agradecimiento a mi asesor, el Dr. Oscar Vidarte. Gracias por haber estado presente en momentos clave de mi formación, desde aquellos primeros años en Estudios Generales Letras, cuando aún estaba definiendo mi camino. Sus enseñanzas me han marcado no solo académicamente, sino también en lo personal. Su rigor, paciencia y consejos me ayudaron a creer más en mí misma. Aprecio profundamente todo su apoyo.

Finalmente, quisiera agradecer a todos los entrevistados, quienes, con su apoyo, valiosas recomendaciones y tiempo, hicieron posible la realización de esta investigación.

## Resumen

La presente investigación aborda la relevancia de la *Twiplomacy* en la política exterior peruana durante la pandemia de la COVID-19, específicamente bajo el gobierno de transición de Francisco Sagasti, de noviembre del 2020 a julio del 2021. Enfocándose en el rol de la diplomacia pública digital, se propone que la Cancillería utilizó Twitter (hoy, llamado X) para posicionar al Perú en tres objetivos: el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación económica. A pesar de transmitir una imagen de compromiso, la *Twiplomacy* tuvo una relevancia limitada, centrándose en la difusión de información sin generar *engagement*, lo que se entiende como una comunicación bidireccional con el público objetivo mediante las respuestas, interacciones y la generación de una sensación de comunidad a través de la plataforma virtual. En cuanto a la metodología, la investigación se orienta a un análisis cualitativo del contenido en los *tweets* publicados por el usuario de la Cancillería peruana (@CancilleriaPeru) durante el mandato de Sagasti. La evidencia recogida indica que si bien se buscó transmitir el carácter proactivo de la Cancillería peruana en hacer frente a la crisis producto de la COVID-19 a partir de los tres objetivos planteados, esta no generó un mayor nivel de *engagement* entre los usuarios. De la misma forma, se da cuenta que la interacción estaba principalmente centrada en los usuarios nacionales, destacando el carácter local que aún posee el Ministerio de Relaciones Exteriores en lo que refiere a los usuarios con los que interactúa y hacia los que dirige la información. Finalmente, la tesis destaca la importancia de comprender las oportunidades y desafíos de la diplomacia pública digital, así como la importancia de contar con planes de acción orientados a una mejor estrategia comunicativa desde la Cancillería.

Palabras clave: diplomacia pública digital, twiplomacy, Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, Twitter, COVID-19

## Abstract

This study examines the significance of Twiplomacy in Peruvian foreign policy during the COVID-19 pandemic, with particular focus on the transitional government of Francisco Sagasti, spanning from November 2020 to July 2021. The analysis centers on the role of digital public diplomacy and posits that the Ministry of Foreign Affairs employed Twitter (now known as X) to advance Peru's positioning through three principal objectives: securing access to COVID-19 vaccines, fostering international cooperation in health matters, and promoting economic recovery via economic partnerships. While the use of Twiplomacy projected an image of institutional commitment, its overall impact was constrained by a predominant reliance on information dissemination rather than fostering meaningful *engagement*. *Engagement*, conceptualized as bidirectional communication involving responses, interactions, and the cultivation of a sense of community on the digital platform, was notably limited. Methodologically, the research adopts a qualitative content analysis of tweets published by the official account of the Peruvian Ministry of Foreign Affairs (@CancilleriaPeru) during Sagasti's tenure. The findings reveal that, although the Ministry sought to convey a proactive stance in addressing the challenges posed by the COVID-19 pandemic through the outlined objectives, these efforts failed to generate substantial levels of *engagement* among users. Furthermore, the data indicates that interactions were predominantly directed toward domestic audiences, underscoring the Ministry's continued focus on local stakeholders in its communication efforts. The thesis underscores the critical importance of comprehending both the opportunities and constraints associated with digital public diplomacy. It also highlights the necessity of formulating strategic action plans to enhance the effectiveness of the Ministry's communicative practices within the digital domain.

Keywords: digital public diplomacy, twiplomacy, Ministry of Foreign Affairs of Peru, Twitter, COVID-19

## Índice

Introducción	1
Capítulo 1. Acercamientos teóricos a la diplomacia pública digital	7
1.1. La diplomacia digital y su desarrollo conceptual	7
1.2. Diplomacia digital: Debate en torno a un nuevo concepto	8
1.3. Acercamientos a la diplomacia pública digital	12
1.4. El rol de la diplomacia digital doméstica	15
Capítulo 2. Uso de Twiplomacy en el contexto latinoamericano y su importancia en el contexto de la pandemia.	17
2.1. Impacto de Twitter en el Estado y la diplomacia. Estudios de casos	17
2.2. El rol de la Twiplomacy en la política exterior	20
2.3. Diplomacia digital y Twiplomacy en América Latina	22
2.4. Twiplomacy en el contexto de la crisis sanitaria por la COVID-19	23
Capítulo 3. El uso de Twiplomacy para el posicionamiento del Perú durante el periodo del gobierno de transición de Sagasti en materia de la COVID-19	32
3.1. La diplomacia digital pública en el contexto peruano: Casos de estudio	32
3.2. Del Gobierno Digital al Plan de Relaciones Exteriores: Antecedentes	34
3.3. Metodología	42
3.4. Resultados	46
Capítulo 4. Limitaciones en el uso de Twitter por parte de la Cancillería Peruana	61
4.1. Acercamientos teóricos al engagement	61
4.2. El caso peruano: Antecedentes y metodología	64
4.3. Análisis de resultados	67
Conclusiones	70
Referencias bibliográficas	73
Anexos	82

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Una aproximación desde la informática social para entender la relación entre las tecnologías digitales y la diplomacia pública	13
Gráfico 2: Componentes del análisis de contenido	43
Gráfico 3: Porcentaje de Tweets analizados respecto a las temáticas vinculadas a la crisis sanitaria por la COVID-19	46
Gráfico 4: Frecuencia de publicaciones @CancilleriaPeru en el periodo estudiado	48
Gráfico 5: Temas vinculados a la COVID-19 abordados en el Twitter de la Cancillería del Perú por mes (%)	49
Gráfico 6: Uso de enlaces en los tweets de @CancilleriaPeru a partir de los temas vinculados a la crisis sanitaria de la COVID-19	50
Gráfico 7: Uso de contenido audiovisual en los tweets de @CancilleriaPeru a partir de los temas vinculados a la crisis sanitaria de la COVID-19 (%)	52



## Índice de Tablas

Tabla 1: Estadísticos descriptivos a partir de los likes, retweets, y comentarios dentro de cada categoría	47
Tabla 2: Cálculo de engagement ciudadano en Twitter	67
Tabla 3: Cálculo de engagement ciudadano de @CancilleriaPeru (17 de noviembre del 2020 al 28 de julio de 2021) y resultados obtenidos por Romero et al. (15 de marzo al 30 de abril de 2020)	68
Tabla 4: Sistematización de tweets vinculados a los 3 ejes considerados en la hipótesis	82
Tabla 5: Relación de entrevistas realizadas	94



## Índice de Figuras

Figura 1: Ilustración del tweet relacionado con vacunas	51
Figura 2: Tweet con mayor número de likes de @CancilleriaPeru durante el gobierno de Francisco Sagasti	53
Figura 3: Tweet con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru durante el gobierno de Francisco Sagasti	54
Figura 4: Tweet sobre la cooperación en materia sanitaria con el mayor número de likes de @CancilleríaPeru	55
Figura 5: Tweet sobre la cooperación en materia sanitaria con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru	56
Figura 6: Tweet sobre la cooperación en materia económica con el mayor número de likes de @CancilleriaPeru	57
Figura 7: Tweet sobre la cooperación en materia económica con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru	58



## Introducción

Las últimas dos décadas se han caracterizado por una exponencial aceleración de la globalización, lo que implica un aumento masivo en el flujo de comunicación e información alrededor del mundo. En este sentido, la proliferación de tecnologías de la comunicación e información (TICs) ha revolucionado la manera en cómo las instituciones, individuos y organizaciones interactúan, así como también el entendimiento de fenómenos políticos, culturales, sociales y económicos (Adesina, 2017). Es menester considerar que esta tendencia se ha ido acrecentando y, de acuerdo con la última edición del Digital Global Statshot Report, más del 67% de la población mundial es usuario de internet (Meltwater y We Are Social, 2025).

La influencia de estas herramientas ha permeado todos los aspectos de la vida en sociedad y la política exterior no está exenta de estas dinámicas. De acuerdo con Trinadori y Centurion (2020), la masificación del internet y sus implicancias, conllevan a que la diplomacia tal y como se conocía en décadas anteriores responda y se adapte a este nuevo entorno. De este modo, los procesos de digitalización han influido en la diplomacia pública, dando paso a la configuración de la diplomacia pública digital. Este tipo de diplomacia involucra el uso de tecnologías digitales y plataformas de redes sociales por parte de gobiernos y otros actores para interactuar e influir en el público extranjero, con la intención de avanzar en los objetivos de política exterior y mejorar la imagen y reputación de un país (Cull, 2008).

En el contexto del Gobierno peruano, se han registrado avances en la digitalización desde la década de 2000. De acuerdo con un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2019), se han dado pasos significativos para establecer los cimientos de una transformación digital orientada al usuario, capaz de brindar servicios de manera más ágil y eficaz. Ello se manifiesta a través del Decreto Supremo N° 033-2018-PCM estableció las directrices del Gobierno Digital, mientras que la Resolución Ministerial N° 119-2018-PCM instituyó la creación de un Comité de Gobierno Digital adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).

A partir de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, la digitalización como tendencia global se aceleró exponencialmente. El distanciamiento social y las normas establecidas para restringir la movilización y aglomeración con el fin de evitar contagios condujeron a la apuesta por el uso de espacios digitales para paliar estos

impedimentos. Durante los años 2020 y 2021, mientras se buscaba hacer frente a este complejo escenario, el mundo virtual se volvió esencial para continuar las actividades cotidianas y mantener las interacciones sociales. Ello ha tenido como consecuencia un mayor alcance en la aplicación de las herramientas digitales para distintas disciplinas, labores y rubros.

Como respuesta a esta crisis sanitaria, se observó un incremento en las estrategias de gobierno digital implementadas por numerosos países y municipios (Naciones Unidas, 2020). La Cancillería peruana no ha sido la excepción. Desde los inicios de la crisis sanitaria en marzo de 2020, la Cancillería se enfrentó a diversas tareas como la difusión veloz y masiva de información sobre la repatriación de ciudadanos peruanos en medio de las restricciones globales, la organización de elecciones consulares, la gestión de acuerdos de vacunación y suministro de equipos de bioseguridad, y la preservación de relaciones internacionales y participación en foros multilaterales. Tomando en consideración los antecedentes mencionados y la situación generada por la pandemia, el Comité de Gobierno Digital del Ministerio de Relaciones Exteriores aprobó el 29 de diciembre de 2020 el Plan de Gobierno Digital 2020-2022. Este hecho marcó un hito en la implementación de estrategias digitales para la diplomacia pública. De este modo, se reconoció al ámbito digital como crucial para la política exterior peruana.

Al ser las redes sociales uno de los elementos fundamentales del espacio virtual, la participación de Torre Tagle en ellas ha ganado mayor importancia y difusión en años recientes. Esto puede considerarse así desde los últimos 5 años, en la medida en que ha aumentado la presencia de la Cancillería peruana en diversas plataformas sociales (Neyra y Rubio 2018, Coloma 2020). Hasta el momento de la redacción de esta tesis, la Cancillería del Perú cuenta con presencia en Facebook, X (Antes llamado Twitter), Instagram, TikTok y Youtube.

A partir de ello, la presente investigación considera que la cuenta institucional administrada por el Ministerio de Relaciones Exteriores en Twitter, @CancilleriaPeru, constituye un objeto de estudio relevante. Esto se debe no solo a que es la plataforma que cuenta con el mayor número de seguidores en comparación con otros medios sociales equivalentes, sino también a que ha percibido un aumento significativo de presencia y repercusión en los dos últimos años, en el marco de la crisis sanitaria producto de la COVID-19 y la inestabilidad política que ha afectado al país. La cuenta creada en noviembre del 2009 contaba con un aproximado de 21 000 seguidores de

acuerdo con cifras recogidas en el año 2018 (Neyra y Rubio, 2018). Para agosto del 2020, el número de seguidores registrados era de 266 391 (Coloma, 2020). En el año 2021, la Cancillería contaba con 334 365 seguidores en Twitter (@CancilleriaPeru, 2021) y, hasta febrero del 2025, tenía 411 382 seguidores (@CancilleriaPeru, 2025). Este incremento vino acompañado, además, de un reconocido desempeño. Evidencia de ello es su posición en el ranking de las cancillerías más conectadas en América Latina y el mundo, de acuerdo con el portal Twiplomacy.com (Novak y Namihás, 2020).

Entre los temas que suele abordar la cuenta de Twitter de la Cancillería Peruana se encuentran la difusión de sus actividades, las cumbres multilaterales a las que asiste el Jefe de Estado de turno, actividades de las distintas embajadas peruanas alrededor del mundo y reuniones que se llevan a cabo con representantes diplomáticos en el Perú. Asimismo, la plataforma comparte información de interés para los ciudadanos que residen en el extranjero, especialmente con respecto a las circunstancias de emergencia que se estén viviendo en algún Estado. De igual forma, se pronuncia respecto a sucesos en los países que mantienen relaciones diplomáticas con el Perú, sea frente a eventos festivos o acontecimientos coyunturales. La tarea de promoción cultural y turística también se da a través de esta plataforma, con el fin de publicitar y dar a conocer las actividades que se realizan desde Cancillería a usuarios en el ámbito nacional e internacional.

En el marco de las investigaciones sobre diplomacia latinoamericana, es necesario preguntarse acerca de la importancia del uso del Twitter en la política exterior peruana, en particular durante un periodo en el cual las herramientas virtuales se consideran esenciales y son eje central de transformaciones relevantes a nivel internacional y nacional. Por ello, la presente investigación se plantea como pregunta cuál fue la importancia de la *Twiplomacy* para el cumplimiento de los objetivos de política exterior peruana respecto a la pandemia de la COVID-19, durante el gobierno de transición de Francisco Sagasti.

A partir de ello, se plantea la hipótesis de que, durante el gobierno de transición de Francisco Sagasti, la Cancillería Peruana utilizó la *Twiplomacy* para posicionar al Perú como un país comprometido con (1) el acceso a vacunas para hacer frente a la pandemia de la COVID19, (2) la recepción de cooperación bilateral y multilateral en materia sanitaria, y (3) la reactivación económica a través de la cooperación internacional.

Sin embargo, pese a que se logró difundir entre el público nacional una imagen de compromiso y responsabilidad frente a las obligaciones que planteó la pandemia de la COVID-19, la relevancia de esta herramienta de diplomacia pública digital fue muy limitada, dado que se circunscribió exclusivamente a la difusión de información, sin lograr generar *engagement* alguno entre los usuarios nacionales en la plataforma y la entidad pública. Esta falta de *engagement* corresponde a la ausencia de una comunicación bidireccional con el público objetivo mediante las respuestas, interacciones y la generación de una sensación de comunidad a través de la plataforma virtual. Más bien, la comunicación fue predominantemente unidireccional, sin generar interacciones significativas que fomentaran una comunidad activa en la plataforma. Esta carencia refleja un área de oportunidad para mejorar las estrategias de comunicación digital y diplomática el gobierno peruano.

La relevancia de esta investigación radica, en primer lugar, en su análisis de la diplomacia pública digital, un ámbito emergente de la diplomacia con un gran potencial de desarrollo en un futuro marcado por una creciente digitalización. Al centrarse en “la diplomacia adaptada a los tiempos modernos” (Figuroa, 2020, p. 62), el estudio contribuirá a profundizar en la comprensión de las transformaciones actuales en la política exterior.

Asimismo, es pertinente aproximarnos a este proceso contemporáneo y en rápido crecimiento a partir de la pandemia de la COVID-19, pues es el contexto de la mayor crisis sanitaria global del último siglo y marca un antes y un después en la digitalización global. Además, la crisis sanitaria ha cambiado la manera en cómo se entienden las relaciones entre actores a nivel internacional. Figuroa (2020) señala que la pandemia evidenció la necesidad de desarrollar mecanismos más eficaces para promover los intereses nacionales a través del entorno virtual. De manera complementaria, Manor y Pamment (2022) destacan que las crisis, como la pandemia, aceleran los procesos de digitalización, lo que genera tanto nuevas oportunidades como desafíos en la práctica diplomática. Ambos enfoques subrayan la importancia de estudiar el impacto de las herramientas digitales en estos contextos, con el fin de aprovecharlas de manera eficiente en escenarios de alta incertidumbre.

Cabe recalcar que el caso del Twitter de la Cancillería Peruana es de gran relevancia debido a que, como menciona Chhabra (2020), Twitter ha tenido un rol decisivo en las funciones diplomáticas, puesto que genera un vínculo más directo con los ciudadanos, así como permite la rápida difusión de información y la interacción con

otros organismos internacionales y cancillerías a nivel mundial. En esta línea, el estudio de la diplomacia pública digital en un contexto donde el uso de medios virtuales cobra aún más urgencia e importancia, resulta crucial para comprender cómo estas herramientas pueden fortalecer la comunicación estratégica, mejorar la transparencia y promover los intereses nacionales en el escenario global. Así, el análisis del caso peruano aporta una visión valiosa sobre las dinámicas actuales de la diplomacia digital y su capacidad para adaptarse a situaciones de crisis.

Respecto al caso específico a analizar, el gobierno de transición de Francisco Sagasti supone un marco temporal de interés frente a los sucesos que acontecían en aquel periodo. Tras la crisis política generada en noviembre del 2020, el hasta entonces congresista del Partido Morado, el ingeniero Francisco Sagasti Hochhausler, asumió el cargo de Presidente del Congreso y, por sucesión constitucional, el de Presidente de la República. A lo largo de un gobierno que se autodenominó “gobierno de transición y emergencia”, los principales desafíos se orientaron a adquirir las vacunas e impulsar la inoculación a nivel nacional, garantizar una transición democrática libre, ordenada y transparente, y continuar con la reactivación económica. Específicamente, la Cancillería peruana —que estuvo bajo el liderazgo de dos diplomáticos de carrera durante este periodo, Elizabeth Astete y Allan Wagner— planteó una serie de objetivos específicos del sector, en línea con los del gobierno y con los pilares de la política exterior manifestados en la Sexta Política del Acuerdo Nacional (2002). En este sentido, tanto Astete como Wagner mencionaron en sus presentaciones ante Torre Tagle que era crucial que la Cancillería Peruana pudiera adaptarse a las nuevas tendencias globales, tales como el surgimiento de una sociedad y diplomacia digitales. Adicionalmente, la Resolución Ministerial 0707-2020-RE, que aprobó el Plan de Gobierno Digital del Ministerio de Relaciones Exteriores 2020-2022, fue publicada durante la gestión de Astete.

Frente a los retos que enfrentaba Sagasti en el contexto de la pandemia y la inclusión y valoración de la diplomacia digital en la agenda gubernamental, el tema de la presente investigación cobra mayor relevancia. De esta forma, el caso elegido permite evaluar el uso de las herramientas digitales en la consecución de los objetivos de la política exterior de un país en un contexto de cambio político y crisis sanitaria global.

La investigación se estructura en cuatro capítulos. El primero se centra en la discusión teórica sobre la diplomacia pública digital, organizándose en cuatro

secciones temáticas que abordan los primeros acercamientos a la definición de diplomacia digital, el debate conceptual asociado, la relación con la diplomacia pública y la incorporación del factor doméstico.

Por su parte, el segundo capítulo explora la noción de *Twiplomacy*, específicamente en el contexto latinoamericano y durante la crisis de la COVID-19. Este capítulo incluye la revisión de la literatura sobre la diplomacia de Twitter, el desarrollo de conceptos teóricos relacionados con la *Twiplomacy*, y su aplicación en la región y durante la pandemia.

El tercer capítulo se enfoca en el uso de la *Twiplomacy* para posicionar al Perú durante la gestión de transición de Sagasti frente a la COVID-19. Analiza la evidencia a través de tres ejes desarrollados por la Cancillería: el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación económica, utilizando documentos oficiales, resoluciones ministeriales y memorias de gestión. Adicionalmente, examina los *tweets* de @CancilleriaPeru y realiza entrevistas para comprender el papel de Twitter en la consecución de objetivos.

Finalmente, el cuarto capítulo aborda las limitaciones del uso de Twitter por parte de la Cancillería. En el aspecto teórico, explora el concepto de *engagement* y, basándose en la evidencia recopilada, analiza las restricciones y desafíos que enfrenta la Cancillería peruana en el uso de Twitter con fines diplomáticos y de comunicación pública. El objetivo es identificar barreras que puedan afectar la eficacia en la interacción y promoción del mensaje. Estas limitaciones afectan la eficacia comunicativa y la percepción de la Cancillería como un actor cercano y receptivo en el ámbito digital. El capítulo concluye proponiendo estrategias para superar estas barreras y fortalecer el impacto de la diplomacia pública digital en la promoción de los objetivos estratégicos del Perú.

Es necesario recalcar que durante el período analizado en esta investigación, durante los meses del gobierno de transición de Francisco Sagasti, la plataforma actualmente conocida como X se denominaba Twitter. Por tanto, se empleará el término Twitter para mantener la precisión histórica en relación con el marco temporal estudiado.

## Capítulo 1: Acercamientos teóricos a la diplomacia pública digital

### 1.1. La diplomacia digital y su desarrollo conceptual

En el mundo contemporáneo, la conectividad y la interacción en la esfera virtual han adquirido una creciente relevancia, impulsadas por el desarrollo de las tecnologías de la información (TIC). Estas tecnologías se han expandido a todos los ámbitos de la interacción humana, creando un entorno donde las redes facilitan y promueven la conexión entre individuos. Al respecto, Castells (2009) entiende las redes como estructuras complejas de comunicación que se construyen en torno a un conjunto de objetivos que, a la par de asegurar su unidad ante un objetivo, son flexibles respecto a la ejecución en tanto se adapta a su entorno. En *Communication Power*, Castells afirma que las redes se benefician del entorno tecnológico en tanto este proporciona flexibilidad, entendida como la capacidad de reconfiguración frente a entornos cambiantes y la preservación de sus objetivos frente a dichos cambios; escalabilidad (*scalability*), vista como la capacidad de dichas redes de expandirse o contraerse con poca interrupción; y supervivencia, en la medida en que las redes no tienen un solo centro y pueden operar en una amplia gama de configuraciones sociales. Así, el autor arguye que las nuevas redes de comunicación que surgen en la era digital traen consigo una comunicación más horizontal que reconfigura la manera en la que se ha concebido el poder, así como las relaciones entre el Estado y la sociedad.

En esta misma línea, para autores como Rubio (2014), Femenía (2016), Adesina (2017) Bjoła y Manor (2018), Centurión y Trinadori (2019) y Castells (2020), la sociedad digital y el impacto de las denominadas “tecnologías de la información” (TICs) han permeado no solo la manera en cómo las personas se comunican, sino también en cómo se aproximan al mundo, acceden a información y generan comunidades en la esfera virtual. Para estos investigadores y teóricos, la tecnología ha tenido una repercusión en todos los ámbitos de la vida y la sociedad, incluyendo en la política exterior.

En este contexto, la política exterior de los Estados no ha permanecido ajena a la reconfiguración social ni al establecimiento de redes impulsado por el desarrollo tecnológico. Así, la diplomacia digital se ha consolidado tanto en el plano teórico como en el práctico, convirtiéndose en una manifestación clave de la diplomacia contemporánea. De acuerdo con Booth y Wheeler (2008), ello se enmarca en la mayor

relevancia que empiezan a adquirir los estudios y la teoría en torno a la diplomacia dentro de la disciplina de las relaciones internacionales. Actualmente, la diplomacia se posiciona como un elemento que puede generar mayor empatía, desarrollar confianza y, finalmente, transformar la naturaleza conflictiva con la que se ha concebido las relaciones internacionales. A ello se le añade que, según Seib (2012), la sociedad contemporánea —caracterizada por una constante interconexión y descentralización de los medios—, ha evolucionado hacia una dinámica de “tiempo real”, donde el acceso inmediato a la información es una premisa fundamental. Este cambio se refleja en lo que el autor denomina “diplomacia de tiempo real”, es decir, una práctica diplomática adaptada al entorno del internet y la inmediatez de la información.

Ahora bien, es durante el inicio del siglo XXI que la literatura en materia de diplomacia digital ha cobrado mayor relevancia. Kuźniar y Filimoniuk (2017) señalan que esta práctica ha sido denominada de diversas maneras, como *e-diplomacy*, ciberdiplomacia o diplomacia 2.0. Sin embargo, autores como Sotiriu (2015) y Mazumdar (2021) destacan que la aproximación a este concepto es ambigua, pues varía según la disciplina y el marco teórico empleado.

## 1.2. Diplomacia digital: Debate en torno a un nuevo concepto

A partir de la mayor relevancia en los estudios de diplomacia y la proliferación de herramientas tecnológicas, se han propuesto enfoques teóricos que conciben la diplomacia digital de formas múltiples y, en ocasiones, disímiles. En este campo de tensiones, surge un debate con respecto a si la diplomacia digital es una expresión más de la diplomacia pública o si representa una nueva expresión de la diplomacia. En defensa de la primera de estas perspectivas teóricas, Melissen (2005) considera que la presencia de medios virtuales en la práctica diplomática puede ser entendida a través de la noción de “nueva diplomacia pública”. Esto se debe a que se concibe la diplomacia pública como el proceso mediante el cual se llevan a cabo relaciones directas con las personas de un Estado, a fin de promover los intereses y extender los valores de quienes buscan representar estos. Así, la autora considera que el uso de las herramientas tecnológicas de la información sirve como un mecanismo para establecer relaciones con actores de la sociedad civil en otros países y de facilitar redes entre partes no gubernamentales en el país y en el extranjero. En esta misma línea, Glassman (2008) indica que la diplomacia pública debe apuntar a un tejido social

más densamente poblado porque es allí donde su comunicación tiene el impacto más significativo. En esta línea, el uso de las redes sociales constituye el lugar de encuentro para que las personas se informen y puedan discutir acerca de temas coyunturales. De esta forma, las plataformas virtuales se convierten en un catalizador de la diplomacia pública y una interfaz para interactuar con las audiencias nacionales y extranjeras. En síntesis, esta aproximación resulta relevante para la presente investigación, en la medida en que supone el entendimiento de la diplomacia digital como el surgimiento de una “nueva” diplomacia pública que debe hacer frente a un nuevo entorno mediático global, caracterizado por redes de audiencias selectivas y la fragmentación del discurso mediático.

Por otro lado, una concepción compartida por diversos autores se basa en el entendimiento de la diplomacia digital como aquella que incorpora el uso de las TICs y la esfera virtual para la consecución de los objetivos y metas en materia de política exterior que no solo se circunscriben al ámbito de la diplomacia pública (Bassante, 2014; Lewis, 2014; Manfredi-Sánchez, 2014; Grüll, 2016). En esta línea, Hanson (2012) considera que las ocho metas de política de la diplomacia digital se basan en la administración de la información y el conocimiento, la diplomacia pública, comunicaciones y respuestas consulares, respuesta ante desastres, recursos externos y planificación de políticas. A partir de esta perspectiva, se plantea que la diplomacia digital no implica una sustitución de la diplomacia tradicional, sino que sigue la misma línea trazada por esta (Owen, 2015).

Continuando con esta perspectiva, Bjola y Holmes (2015), argumentan que entender la diplomacia digital solo como una expresión de la diplomacia pública implica perder gran parte del poder y la capacidad que las TIC brindan a los Estados y otros actores. Así, consideran que la diplomacia digital supone una gestión del cambio (*change management*) en la política internacional. En este sentido, ofrecen un entendimiento teórico de la diplomacia digital que busca explicar cómo los diplomáticos abordan y lidian con las presiones estructurales. Por ello, se considera que diferentes fuentes de cambio requieren diversas herramientas diplomáticas para que sean gestionadas de forma eficaz. Así, se toma en consideración que los cambios pueden ser incrementales, en tanto se caracterizan por variaciones sutiles en la práctica cotidiana que pueden ser difíciles de detectar debido a la gran cantidad de datos e información generados en la vida política diaria. Por otro lado, los choques exógenos se detectan más fácilmente cuando ocurren, pero manejarlos es un desafío,

pues suponen cambios importantes en la estructura política internacional que exigen una atención significativa a la reputación, las negociaciones, los entendimientos compartidos y la construcción de relaciones. En estos escenarios, la diplomacia digital tiene el potencial de revolucionar la práctica de la diplomacia al cambiar la forma en que los diplomáticos se involucran en la gestión de la información, la diplomacia pública, la planificación de estrategias, las negociaciones internacionales o incluso la gestión de crisis.

De esta manera, Bjola y Holmes (2015) proponen comprender la diplomacia digital a partir de tres componentes. En primer lugar, consideran que la diplomacia digital se refiere a las formas en que los actores se relacionan con audiencias externas para proyectar un mensaje o imagen en particular. Este elemento se encuentra asociado al componente de *diplomacia pública*. En segundo lugar, hace referencia a las formas en que los Ministerios de Relaciones Exteriores y otras agencias, tanto públicas como privadas, estructuran y organizan los recursos de información para las redes de individuos. Los autores entienden esto como el componente de *accesibilidad a la información*. En tercer lugar, para esta perspectiva, la diplomacia digital también implica las formas en que los actores adquieren data, a fin de monitorear cambios endógenos en las estructuras políticas y la opinión pública. Los autores se refieren a este proceso como el *análisis de datos*.

Bjola y Holmes (2015) concluyen, a partir de la revisión teórica, que la diplomacia digital se consolida como una forma de diplomacia que desempeña un papel cada vez más importante en los resultados políticos. Los autores destacan dos cambios significativos asociados con la proliferación de herramientas digitales en este ámbito. En primer lugar, las redes sociales influyen en la manera en que los diplomáticos y otros líderes realizan su labor, afectando procesos como la recopilación de datos, la negociación y la toma de decisiones. Las herramientas digitales no solo moldean las prácticas cotidianas de cancillerías y organismos internacionales, sino que también abren nuevas posibilidades para futuras estrategias diplomáticas. Estas tecnologías permiten anticipar respuestas a escenarios potenciales y responder en tiempo real a eventos en contextos dinámicos. En segundo lugar, a nivel institucional, la revolución tecnológica está impulsando la reestructuración de diversas entidades, como cancillerías, ONGs y organizaciones internacionales. Esto se refleja en el aumento de planes orientados a la modernización y adaptación de dichas instituciones.

En esta misma línea, Manor (2019) arguye que las tecnologías digitales influyen en los valores, rutinas de trabajo, la institucionalidad y narrativas que los diplomáticos utilizan para definir sus tareas y funciones. A partir de ello, se considera que hay un cambio en tanto la digitalización tiene un impacto en el modo en que se entienden las relaciones entre actores internacionales y actores internacionales no estatales, lo que supone un nuevo modelo de aproximación a la diplomacia (Westcott, 2008; Rodríguez Gómez, 2015).

Las aproximaciones recientes a la diplomacia digital consideran la constante transformación tecnológica de los últimos años. En este sentido, Bjola (2018) identifica nuevas tendencias y desafíos derivados de estas tecnologías, con implicaciones directas para la práctica diplomática. Entre las tendencias más relevantes se encuentra el uso de inteligencia artificial en los servicios y procedimientos consulares, el empleo de algoritmos para difundir narrativas alineadas con los objetivos de política exterior y la capacidad para combatir la desinformación. Además, Bjola resalta la importancia del análisis de *big data*, que permite un conocimiento más preciso de las preferencias de la audiencia, la percepción de los mensajes emitidos por las cancillerías y la optimización de la influencia digital, evaluada en términos de 'rendimiento de inversión' (2018, p. 42). Por otro lado, uno de los principales retos señalados es el creciente impacto de la desinformación y las noticias falsas. Al respecto, Khan et al. (2021) subrayan que los representantes diplomáticos de un país desempeñan un papel clave en la promoción activa de las narrativas oficiales a través de los medios sociales, lo cual es esencial para contrarrestar la difusión de información errónea.

En cuanto a la forma de abordar la diplomacia digital, una revisión sistemática realizada por Almuftah, Weerakkody y Sivarajah (2016), basada en 26 estudios sobre el tema, revela que la mayor parte de la literatura en esta área se concentra en América del Norte y Europa. Los autores destacan la necesidad de contar con más evidencia empírica que respalde estos trabajos, lo que permitiría obtener resultados generalizables y fortalecer el desarrollo teórico. También enfatizan la importancia de ampliar el debate sobre las múltiples dimensiones de la diplomacia digital, incluyendo el uso de herramientas tecnológicas, redes sociales y plataformas de comunicación, así como de incorporar una mayor diversidad de enfoques teóricos para enriquecer la comprensión de esta práctica.

### 1.3. Acercamientos a la diplomacia pública digital

La perspectiva que asumiremos para el desarrollo del presente trabajo sostiene que la aproximación a la diplomacia digital debe conllevar la perspectiva de la diplomacia pública digital. Algunos autores que favorecen este enfoque lo denominan *internet-based public diplomacy* (Cull, 2011; Su y Xu, 2015). Así, Mazumdar (2021) arguye que este entendimiento de la diplomacia digital supone definirla como el uso de plataformas en Internet por parte de actores internacionales para transmitir información y mantener una comunicación con el público, en tanto esto tenga como fin alcanzar los objetivos de la política exterior. Por otro lado, Cull (2019) indica que el desarrollo en materia de herramientas de análisis de datos y *data-mining* también tiene incidencia en el alcance y la velocidad de respuesta y escucha por parte de quienes se dedican al rubro de la diplomacia pública. Es menester destacar que, dentro de la conceptualización de la diplomacia pública, existe una tensión con relación a la pregunta de si es más conveniente entender la diplomacia digital a partir de una perspectiva tradicional de la diplomacia pública, con la inclusión de medios sociales *online*, o desde una aproximación de “diplomacia pública 2.0”. Esta última, desarrollada por autores como Kampf et al. (2015), se comprende como un nuevo enfoque —en reemplazo de la perspectiva *top-down*—, el cual supone mayor inclusión y horizontalidad a partir de las posibilidades que inauguran medios digitales de interacción como Facebook, Twitter e Instagram.

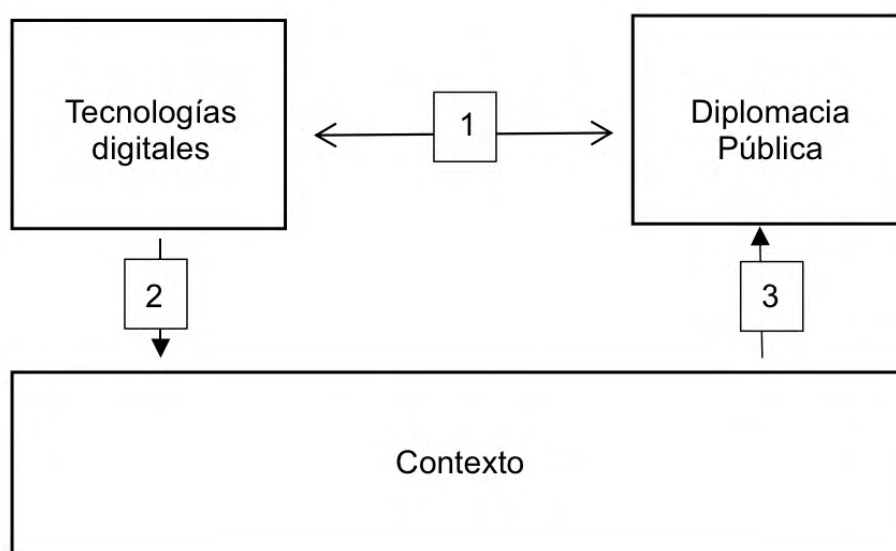
Asimismo, parte de la literatura plantea la vinculación de la diplomacia digital con la noción de *soft power* (Pelling, 2015). De acuerdo con Nye (2004), el *soft power* consiste en la capacidad de generar influencia en el sistema internacional a través de las políticas, ideas, valores, creencias y cultura. Desde esta perspectiva, se considera a la diplomacia digital como un campo de oportunidad para incrementar el *soft power* de una nación, dado que los medios en línea pueden ser usados para comunicar dichos discursos con un mayor alcance. Así, de acuerdo con Figueroa (2020), la diplomacia digital permite a los servicios exteriores promover, de manera efectiva y económica, su prestigio y presencia en el escenario internacional, factores esenciales para la proyección del poder blando (*soft power*) (p. 53). En este sentido, podemos afirmar que la diplomacia digital se ha convertido en una herramienta clave del *soft power*, al permitir que los servicios exteriores promuevan su imagen, valores e intereses a nivel internacional de forma rápida y a un bajo costo. A través de plataformas digitales, los Estados pueden fortalecer su presencia global, generar

relaciones estratégicas y ganar influencia. No obstante, persisten desafíos como la competencia por la atención y la amenaza de la desinformación. Sin embargo, ello se podría enfrentar con la adopción de estrategias que integren tecnología, análisis de datos y una narrativa coherente para maximizar su impacto positivo en un entorno digital cada vez más complejo.

En tanto la presente investigación se orienta a abordar el vínculo entre la diplomacia pública y el uso de Twitter como herramienta de diplomacia digital, es pertinente resaltar la intensidad con que la tecnología está transformando el terreno en el que se desenvuelve la diplomacia pública (Bjola et al., 2019). Esto sucede en tanto, al cambiar la manera en que los individuos y entidades se comunican, se difumina la línea entre los asuntos de índole interna y los externos, y se da voz a nuevos actores. Por ello, Bjola et al. (2019) proponen una aproximación al tema desde la informática social (Gráfico 1), en la medida en que se plantea una interrelación entre las tecnologías digitales y la diplomacia pública (Flecha 1, Gráfico 1). En esta interacción, los avances tecnológicos moldean el contexto en el que el cuerpo diplomático trabaja (Flecha 2, Gráfico 1) y generando un entorno digital que presenta tanto oportunidades como limitaciones para la participación en la diplomacia pública (Flecha 3, Gráfico 1).

Gráfico 1

Una aproximación desde la informática social para entender la relación entre las tecnologías digitales y la diplomacia pública



Fuente: Elaboración propia. Esquema de Bjola et al. (2019)

Respecto a la primera interrelación, los autores indican que la introducción de tecnologías digitales ha añadido nuevos elementos a la esfera pública donde se desenvuelve la diplomacia. Esto, a su vez, transforma la manera en que se llevan a cabo funciones que competen a la diplomacia pública. Algunos de estos elementos ya son evidentes, tales como la sobrecarga de información, la mejora visual y la participación impulsada por algoritmos. Por otra parte, elementos como la interacción no física y la conectividad empática a través de la realidad aumentada y virtual, se encuentran en sus primeras etapas de implementación. Asimismo, tecnologías como la inteligencia artificial (IA), *blockchain* y la impresión 3D, que en 2019 todavía estaban en fases iniciales de diseño en el ámbito de la diplomacia pública, han progresado significativamente en la actualidad, mostrando un mayor potencial para transformar las estrategias de comunicación y política exterior. En este sentido, los autores consideran que el impacto de las transformaciones en la diplomacia pública depende de cómo los diplomáticos interactúen con las nuevas características de comunicación digitales. Si estas son reconocidas como útiles para mejorar la efectividad del trabajo diplomático y avanzar en los objetivos de política exterior, es más probable que sean aceptadas y apoyadas por las instituciones y actores diplomáticos emergentes. Esto ocurriría en la medida en que los mensajes de diplomacia pública sean “mejor escuchados, atendidos y seguidos por las audiencias relevantes” (2019, p. 85).

Con respecto a los cambios que provoca la digitalización en el contexto donde se desempeña la labor diplomática, Bjola et al. (2019) afirman que este proceso difumina la línea trazada entre los asuntos domésticos y extranjeros. En este sentido, la utilización de plataformas digitales por parte de los ciudadanos presenta nuevas oportunidades para que los diplomáticos involucren al público nacional en el apoyo a los logros de la política exterior o para persuadir a la opinión pública a favor de una política en particular. Así, los autores arguyen que, en la medida en que las tecnologías digitales permitan a actores nacionales y extranjeros influir en cómo el público percibe las políticas y estrategias exteriores de los gobiernos, las cancillerías deberían involucrarse cada vez más en la conversación pública, tanto a nivel nacional como internacional.

Por ello, se considera que la noción de diplomacia digital doméstica (DDD) captura el rol que cumplen las herramientas digitales en un espacio cada vez menos diferenciado entre la política interna y externa. De acuerdo con Bjola & Holmes (2018), se puede entender esta noción como el “uso orientado a nivel nacional de plataformas

digitales por parte de los gobiernos en apoyo de su política exterior” (p. 9). Este concepto será desarrollado en mayor profundidad en el siguiente apartado.

Finalmente, el esquema presentado por Bjola et al. (2019) hace referencia al hecho de que los procesos de digitalización traerán consigo nuevas oportunidades para transmitir y alcanzar los objetivos en materia de política exterior, pero también supondrán nuevos retos. En esta línea, los autores afirman que es probable que las Cancillerías tengan que mantener una constante vigilancia de los posibles opositores a sus objetivos dentro del ámbito público nacional, con el fin de identificar sus argumentos y refutarlos, todo en periodos de tiempo muy acotados y con respuesta que deberán ser casi inmediatas.

#### 1.4. El rol de la diplomacia digital doméstica

En los últimos años, ha surgido un mayor interés por la diplomacia digital doméstica, que supone el uso de tecnologías digitales por parte de los Ministerios de Relaciones Exteriores con el propósito de interactuar con el público nacional. De acuerdo con Manor (2023), la distinción entre lo que se entendía como esfera “doméstica” e “internacional” se ha ido desdibujando debido a los procesos vinculados con la aceleración de la globalización.

Desde una perspectiva asociada a la “nueva” diplomacia pública, siguiendo lo planteado por Sharp (2016), la diplomacia pública digital surge como una forma de reconocer aquellas prácticas que se llevan a cabo por los gobiernos, Ministerios de Relaciones Exteriores y funcionarios de esta área, y están dirigidas hacia los ciudadanos y sectores nacionales. De acuerdo con el autor, esto involucra continuar con una tradición liberal del pensamiento político, en el que el valor de los Estados se circunscribe a aspectos instrumentales, tales como su eficiencia en términos económicos, de responsabilidad política y de libertades individuales asociadas al liberalismo económico y político. De igual forma, se considera que la relevancia de estudiar el ámbito doméstico de la diplomacia pública yace en la utilización de conocimientos y herramientas provenientes de las comunicaciones, administración y el marketing. Ello implica el diseño estratégico de técnicas provenientes de otras disciplinas para la consecución de objetivos específicos.

En lo que respecta a la irrupción de la tecnología en esta esfera de la diplomacia pública doméstica, Manor (2023) considera que esto conlleva que las instituciones gubernamentales, como el Ministerio de Relaciones Exteriores, busquen competir por

la atención del público digital, frente a otros líderes de opinión pública, instituciones mediáticas, entre otros. Asimismo, ello permitiría que haya mayor transparencia y una necesidad de responder de manera veloz a las controversias que puedan surgir.

En esta línea, Bjola & Holmes (2018) sostienen que la diplomacia digital doméstica se diferencia de la comunicación gubernamental, ya que es gestionada por instituciones responsables de la política exterior, como los Ministerios de Relaciones Exteriores. Su objetivo principal es promover y consolidar la agenda de política exterior del gobierno dentro de la población nacional. Para ello, se utilizan tecnologías digitales, que permiten alcanzar de manera más efectiva dicho propósito.

De acuerdo con Huang y Wang (2022) —quienes abordan el aspecto interméstico con relación a la diplomacia pública digital— esto permite el desarrollo de relaciones entre los gobiernos y la sociedad civil tanto en el plano interno como internacional. Así, ambos autores consideran que el factor interméstico refleja lo que es denominado por Pisarska (2016) como la “democratización de la política exterior” (p.50).

En síntesis, la presente investigación vincula el concepto de diplomacia digital con las perspectivas teóricas de la diplomacia pública, abordando lo que se denomina "diplomacia digital pública". Además, se considera relevante analizar cómo esta forma de diplomacia se manifiesta en el ámbito doméstico. Como se detallará más adelante, durante el gobierno de Sagasti, en el contexto de la crisis por la COVID-19 y la inestabilidad política derivada de la vacancia de Martín Vizcarra, el accionar de la Cancillería estuvo orientado principalmente hacia el público interno. Esta estrategia respondió a las prioridades establecidas en las acciones del Ministerio de Relaciones Exteriores durante dicho periodo.

Capítulo 2: Uso de la *Twiplomacy* en el contexto latinoamericano y su importancia en el contexto de la pandemia.

### 2.1. Impacto de Twitter en el Estado y la diplomacia. Estudios de casos.

Autores como Sandre (2013), Deltell y Martínez (2015), Soares Arrosa (2015) y Centurión y Trinadori (2019) consideran fundamental el estudio de Twitter dado que es la red social por excelencia para la publicación de comunicados por parte de jefes de Estado, así como por parte de instituciones estatales. Tal como indica el estudio *Twiplomacy*, elaborado por la empresa Burson-Marteller, la gran mayoría de los miembros de las Naciones Unidas (83% de estos) tienen presencia en esta red social. Asimismo, alrededor del 70% de los jefes de Estado y de Gobierno tienen plataformas personales en Twitter (citado en Soares Arrosa, 2015).

De la misma forma, consideran que la participación en Twitter es clave para la democracia y la interacción con la ciudadanía. Como sostiene Soares Arrosa (2015):

El principal atractivo de Twitter es que ofrece un servicio interactivo de información, ofreciendo además un sistema para crear vínculos entre los usuarios que permite, a su vez, formar grupos multidisciplinarios, cuyos miembros comparten una misma preferencia o punto de vista sobre algún tema en específico, y en donde los usuarios están en contacto directo con personas de su interés, como políticos y celebridades mundiales (p. 163).

En esta línea, Chhabra (2020) arguye que desde su origen, Twitter tiene un papel fundamental en las relaciones diplomáticas. Esto se debe a que permite la comunicación fluida con la diáspora y que favorece la rápida respuesta ante escenarios de crisis. Además, es importante resaltar que las relaciones que se generan en esta red, sea con organismos sin fines de lucro, organismos internacionales o diplomáticos de otros países, promueven la consolidación de relaciones de carácter bilateral o multilateral. Asimismo, la posibilidad de que la relación entre entidades y usuarios se dé en ambas direcciones promueve el crecimiento de esta red como una herramienta para la diplomacia (Duncombe, 2018).

A partir de la década del 2010, se comenzó a explorar académicamente las posibilidades del uso de Twitter por parte de los ministerios de política exterior y la incidencia de las publicaciones de actores políticos en el posicionamiento internacional de los países. En este contexto, la llamada *Twiplomacy* o “diplomacia de 280 caracteres” comenzó a adquirir relevancia en el estudio de la política exterior y las relaciones internacionales. Diversos trabajos, como los de Manor y Crilley (2018), Erlandsen (2017), Centurión y Trinadori (2019), Šimunjak y Caliandro (2019), y

Valencia y Moscato (2021), analizan Twitter como herramienta diplomática. En el caso de Manor y Crilley, los autores examinan 795 *tweets* del Ministerio de Relaciones Exteriores de Israel durante el conflicto entre Gaza e Israel en 2014, identificando 14 marcos narrativos diseñados para influir en la percepción pública y legitimar las acciones israelíes. Estos marcos definieron problemas, asignaron culpabilidades y ofrecieron evaluaciones morales que justificaban iniciativas como la invasión terrestre de Gaza, retratando a Hamas como una amenaza comparable a ISIS. Las imágenes jugaron un rol clave al reforzar estos marcos, conectando los eventos actuales con narrativas estratégicas sobre la identidad de Israel, como su posición de “única democracia en Medio Oriente” y de “nación innovadora”. Los autores concluyen que el objetivo fue construir una identidad compartida con otras democracias y resaltar un contraste moral con sus adversarios.

Por su parte, Erlandsen (2017) analiza la “crisis diplomática” chilena generada por las demandas de Bolivia y Perú ante la Corte Internacional de Justicia de La Haya, así como la respuesta gubernamental mediante la adopción de Twitter como canal de comunicación en política exterior. El autor concluye que, aunque estas crisis pudieron influir en la decisión, el factor determinante fue la voluntad política de los tomadores de decisiones. En este sentido, las crisis se consideraron más bien oportunidades para consolidar el uso de Twitter, en lugar de ser la causa directa de su adopción. Asimismo, se resalta la importancia de contar con directrices formales, como las instrucciones presidenciales, en un entorno institucional donde prevalece un fuerte apego a la legalidad. De este modo, el autor sostiene que, aunque exista intención política, la implementación de herramientas digitales como Twitter requiere un respaldo normativo que legitime y regule su uso.

Desde una perspectiva comparativa, Centurión y Trinadori (2019) concentran su atención en las estrategias diplomáticas empleadas en el Twitter de Cristina Fernández durante su segundo periodo y de Mauricio Macri durante sus tres primeros años de gobierno. Los autores identifican tres transformaciones principales tras el cambio de administración: un mayor esfuerzo en la comunicación exterior, la adopción de nuevas herramientas digitales y una redefinición de las prioridades diplomáticas. Mientras Fernández centró su estrategia en temas como la Cuestión de las Malvinas, la deuda soberana y el Mercosur, Macri priorizó las relaciones multilaterales, el G20 y la cooperación económica. No obstante, los autores concluyen que ambos líderes utilizaron Twitter principalmente como una herramienta de diplomacia pública,

orientada a la difusión de mensajes hacia audiencias nacionales e internacionales, más que como parte de una estrategia integral y planificada de diplomacia digital.

Por su lado, Šimunjak y Caliandro (2019) analizan el uso de Twitter por parte de Donald Trump en el ámbito diplomático, empleando herramientas digitales y análisis del discurso. Los autores afirman que, aunque Trump rompe con los códigos tradicionales de la comunicación diplomática —basados en cortesía, moderación y ambigüedad— mediante un estilo directo, confrontacional e impulsivo, este estilo no fue replicado por otras entidades diplomáticas. Por el contrario, la mayoría de los actores internacionales estadounidenses mantuvieron un lenguaje diplomático convencional, evitando confrontaciones y respondiendo de manera estratégica. Por ende, a pesar del impacto mediático de las prácticas de Trump, los autores concluyen que hay evidencia insuficiente como para afirmar que estén emergiendo nuevos códigos de comunicación diplomática en las redes sociales.

Finalmente, Valencia y Moscato (2021) emplean teorías del *framing* y la diplomacia pública mediada para estudiar cómo se percibió la visita de Obama a Cuba en 2016, a partir del análisis del hashtag #ObamainCuba, promovido por el gobierno estadounidense. Concluyen que Twitter facilitó un espacio de interacción entre ciudadanos, élites políticas y medios de comunicación, donde se desarrollaron narrativas tanto colaborativas como conflictivas. Los ciudadanos jugaron un rol importante al amplificar mensajes a través de *retweets*, aunque el contenido y el encuadre de las conversaciones siguieron siendo dominados por los medios tradicionales. El estudio resalta que, a pesar del potencial de las redes sociales para generar participación global, los mensajes diplomáticos siguen estando marcados por tensiones históricas y narrativas mediáticas tradicionales.

Por su parte, Alanka y Çimen (2022) analizan cómo el gobierno turco utiliza la diplomacia pública para crear opinión pública extranjera y alcanzar sus intereses nacionales. Los autores identifican que este gobierno utilizó activamente los valores culturales y las redes sociales como herramientas de diplomacia pública. De igual forma, se hace referencia al impacto de la diplomacia digital en el proceso histórico. El estudio analiza las prácticas de diplomacia pública de cuatro páginas de Twitter turcas a través del análisis de contenido para investigar cómo Turquía utiliza la diplomacia pública como poder blando. Los autores encuentran que la plataforma se ha convertido en un canal estratégico para fortalecer el poder blando de Turquía. Los resultados destacan que la difusión de mensajes positivos sobre cultura, educación y

diplomacia ha generado un alto nivel de participación global, consolidando la imagen internacional del país y demostrando que las redes sociales permiten una comunicación directa, continua y eficaz en el ámbito diplomático.

En otro estudio relevante, Kiraz (2023) discute el impacto de las tecnologías de internet y la digitalización en la gestión de crisis en la política internacional. El autor sostiene que la diplomacia pública digital ahora forma parte de los procesos de gestión de crisis, lo que conduce a diferencias en los métodos tradicionales. Así, explora la relación entre las motivaciones del estado y las expectativas del público, y destaca que las redes sociales tienen un efecto transformador en la gestión de crisis. Finalmente, concluye que si bien esta transformación proporciona ventajas y desventajas, es esencial mantenerse al día con las nuevas tendencias y adaptar las estrategias de gestión de crisis en consecuencia.

A partir de los trabajos examinados, se evidencia una diversidad de enfoques sobre la diplomacia digital y un creciente interés por analizar casos concretos mediante el estudio de cuentas de Twitter. Cabe destacar que estos trabajos utilizan una metodología cuantitativa, ya que proporcionan evidencia empírica a partir del análisis de los datos recopilados en esta plataforma.

## 2.2. El rol de la *Twiplomacy* en la política exterior

Dumčiuvienė (2016) examina las oportunidades y limitaciones en el uso de la *Twiplomacy*. En esta línea, arguye que hay dos dimensiones de las planteadas por Nye en torno a la diplomacia pública que pueden ser atribuidas a la diplomacia de Twitter: la comunicación diaria y la comunicación estratégica. La primera se refiere a las respuestas inmediatas alineadas con los objetivos estratégicos. Por otro lado, la comunicación estratégica implica un enfoque estructurado orientado a alcanzar metas de política exterior a largo plazo. Ello requiere una comprensión más profunda de la audiencia y la adopción de métodos eficaces para conectar con ella, con el propósito de influir en sus actitudes y comportamientos.

Otras ventajas del uso de redes sociales en la diplomacia pública resaltadas por la autora son la capacidad de generar diálogo, recibir *feedback*, y reducir la brecha entre autoridades de gobierno y la población. Asimismo, la *Twiplomacy* facilita la evaluación de la efectividad de las acciones de un Estado o líder, así como la medición de la respuesta de las audiencias extranjeras. De igual forma, como se ha mencionado anteriormente, permite mayor rapidez, alcance y eficacia en la comunicación directa

con las audiencias objetivas en comparación con los medios de comunicación tradicionales.

En lo que refiere a las desventajas, Dumčiuvienė indica que los líderes y los gobiernos no necesariamente comprenden la importancia que puede tener Twitter, por lo que pueden perjudicar la implementación de la política exterior o la imagen que se tiene respecto a un Estado. Es decir, en ocasiones cometen el error asumen que las redes sociales son una herramienta únicamente orientada a la difusión de información, noticias y mensajes, mas no un medio de comunicación con los usuarios.

Por su parte, Schmitt (2021) hace mención de dos modos principales en los que opera la *Twiplomacy*: como comunicación estratégica y como comunicación de alto riesgo u orientada a responder a medidas urgentes. Ello, en línea con lo planteado por Wang (2019), significa que la comunicación en Twitter de líderes mundiales, diplomáticos y agencias gubernamentales tiene un potencial impacto diplomático inmediato y significativo, lo que puede ser de gran valor o de alto riesgo dependiendo de la situación. Esto implica que la rapidez y la falta de filtro en las interacciones en Twitter pueden tener un impacto negativo dentro de la burocracia gubernamental, lo que permite un enfoque *top-down* y a menudo errático en la formulación de políticas exteriores.

En lo que respecta a las aproximaciones al estudio de *Twiplomacy*, el presente trabajo tomará en cuenta lo planteado por autores como Bjola y Holmes (2015), quienes entienden este concepto como una forma de diplomacia pública en línea por parte de diplomáticos, políticos, Ministerios de Relaciones Exteriores y otras figuras públicas y partes interesadas. En este sentido, su uso está destinado a aumentar la eficiencia, la inclusión y el compromiso, a través de *tweets* específicos, difusión de posturas oficiales, compromisos con las partes interesadas y miembros de la audiencia a través del “seguimiento” o la mensajería directa o privada. Así, arguyen que su uso es clave para aumentar la audiencia de los mensajes de un país y cerrar la brecha entre las cancillerías y ciudadanos, puesto que los usuarios de la plataforma pueden ser seguidos por cualquier persona, en cualquier lugar del mundo y de forma instantánea.

En este contexto, el rol de la *Twiplomacy* en la diplomacia pública digital se comprende a partir de la capacidad de las redes sociales para permitir que los gobiernos y Ministerios de Relaciones Exteriores interactúen directamente con el público, sin la intermediación ni filtrado de los medios de comunicación tradicionales

(Bjola y Manor, 2018). En esta línea, un punto de gran relevancia es que, de acuerdo con los autores, la naturaleza dialógica de las redes sociales exige que los Ministerios de Relaciones Exteriores no solo transmitan mensajes, sino que también se mantenga al tanto de la retroalimentación proporcionada por el público en línea.

### 2.3. Diplomacia digital y *Twiplomacy* en América Latina

En los últimos años, ha surgido un especial interés por investigar la diplomacia digital en el contexto latinoamericano. Autores como Aguirre y Erlandsen (2018) buscan analizar las implicancias que trae consigo la presencia en internet de los gobiernos y las cancillerías para los países del continente. En su investigación, los autores encuentran que las herramientas TICs permiten un acercamiento directo, multidireccional y rápido con la ciudadanía. Así, en contextos en los que se somete a cuestionamiento la legitimidad de la democracia, los gobiernos pueden encontrar maneras más efectivas de construir una mayor confianza y mejorar la percepción sobre la democracia a partir de plataformas de fácil acceso para la población. Asimismo, consideran que, si bien los gobiernos latinoamericanos se encuentran en los primeros pasos de la incorporación de estos nuevos canales de comunicación y tecnologías, se han dado algunos avances en la difusión de comunicados respecto a temas de interés nacional, en la promoción de la diplomacia cultural vinculada a la imagen del país y, en cierta medida, respecto a intercambios académicos.

En esta área, es menester tomar en consideración el trabajo de Soares Arrosa (2015) denominado “Twiplomacia en América Latina”. La autora se centra en el estudio en torno a la presencia y alcance de los líderes y cancillerías latinoamericanas en Twitter. En este sentido, proporciona información acerca de los mandatarios con mayor número de seguidores, cuyo primer lugar en 2017 fue ocupado por el expresidente mexicano Enrique Peña Nieto. Por otra parte, se menciona que los ministerios de relaciones exteriores mejor conectados son los de Perú y Brasil.

De igual manera, la autora enfatiza el crecimiento que han tenido las cuentas de Twitter de los gobiernos del continente estudiado, en tanto son las que cuentan con mayor actividad. No obstante, esto no se refleja en el número de seguidores, puesto que aún distan de ser las más seguidas a nivel global. Finalmente, considera que aún falta mucho por hacer en materia de diplomacia digital, puesto que en América Latina todavía persiste una mirada de la diplomacia más tradicional, exclusiva y con una reducida interacción con la opinión pública. De la mano con lo que Lüfkens (2012),

autor del estudio *Twiplomacy* de Burson-Marsteller (hoy en día Burson), agencia global de relaciones públicas y comunicaciones, menciona, es clave tomar en cuenta que aquellos gobiernos cuyas cuentas de Twitter tienen resultados más exitosos son los que dedican mayores recursos humanos y económicos a las áreas de comunicación digital. De esta manera, los gobiernos con resultados más favorables son los que tienen equipos que se dedican exclusivamente al uso de las redes sociales.

#### 2.4. *Twiplomacy* en el contexto de la crisis sanitaria por la COVID-19

De acuerdo con el estudio elaborado por Burson Cohn & Wolfe (hoy Burson), para el año 2020 la pandemia había obligado a la diplomacia a funcionar en un plano verdaderamente virtual, debido a que las restricciones de movilización impidieron que los encuentros presenciales se puedan desenvolver con normalidad. Es en este escenario donde “la tecnología en red permite la comunicación a distancia sin necesidad de que los interlocutores se encuentren en el mismo tiempo y espacio” (Contreras, 2021, p.288). De este modo, la función diplomática, afectada por la crisis sanitaria y los nuevos desafíos que la acompañan, encontró formas de seguir en marcha en el espacio que brindan las tecnologías.

En el escenario de la pandemia también se digitalizó la política exterior de diversos países. Este fenómeno es explorado por los trabajos de Mboya (2021), y Romero et al. (2021). El primero busca analizar el uso, tácticas y estrategias de las plataformas de Facebook y Twitter por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores de Kenia durante la crisis sanitaria. Asimismo, busca dar cuenta de los cambios o continuidades en esta materia. Los resultados indican que no hubo un cambio significativo en el número de conexiones en redes sociales en comparación con el periodo previo a la COVID-19. Esto sugiere que, aunque el Ministerio de Relaciones Exteriores puede utilizar las redes sociales con fines diplomáticos, sus tácticas y estrategias pueden no ser completamente efectivas. En vista de estos hallazgos, el artículo recomienda explorar enfoques alternativos, como la creación de redes y la formación de coaliciones con otras partes interesadas para mejorar la capacidad del Ministerio de Relaciones Exteriores de lograr los objetivos más amplios de la política exterior de Kenia.

Por su parte, Sharma y Sisodia (2021) consideran que la red social sirve como una herramienta indispensable para la diplomacia digital, en particular cuando se

requiere de diálogo y promoción en materia de cooperación regional. En este sentido, destacan que, en el espacio virtual, plataformas como Twitter facilitan la construcción de puentes de diálogo entre naciones, diplomáticos y funcionarios públicos, permitiendo una comunicación directa y efectiva. Las autoras identifican que, durante este periodo de pandemia, el uso de Twitter por parte de instancias gubernamentales se centró en tres aspectos clave: combatir la desinformación, mantener a los ciudadanos informados sobre los esfuerzos para enfrentar la pandemia y crear espacios de coordinación para la cooperación internacional.

Con respecto al estudio cuantitativo presentado por Wu y Sevin (2022), los autores abordan el uso de Twitter de distintos aparatos estatales de cinco países (Estados Unidos, China, Australia, Noruega y Canadá) en el marco de la crisis sanitaria producto de la COVID-19, durante los meses de enero y octubre del 2020. Así, analizaron mediante el lenguaje de programación *R* el uso de *hashtags* y palabras clave que permitan entender cómo y de qué forma se comunicaron los Estados analizados en Twitter durante la pandemia. A partir de esto, se pueden identificar dos tendencias. En primer lugar, se observa que los Estados emplean principalmente este medio como un instrumento para la comunicación interna, en lugar de utilizarlo como una herramienta para interactuar con otros Estados o actores internacionales. En segundo lugar, en consonancia con lo mencionado anteriormente, si se establece contacto en diferentes niveles, este ocurre principalmente a nivel bilateral y entre Estados.

En esta línea de investigación, Azpíroz (2023) examinó si las embajadas de países del MENA (Middle East and North of Africa) con presencia en España hacen uso de herramientas de diplomacia digital. Se realizó un análisis exploratorio y detallado de las páginas web de Arabia Saudita, Israel, Marruecos y Qatar, seleccionados por ser los primeros en utilizar Twitter como instrumento de diplomacia digital y presentar páginas funcionales en español. El análisis se enfocó en los temas tratados en lo *tweets* y las interpretaciones ofrecidas en las notas de prensa publicadas en las webs de las embajadas, clasificando estas notas en cuatro tipos de diplomacia pública: diplomacia mediática, diplomacia cultural, diplomacia de nicho y diplomacia de marca-país. El estudio concluyó que las embajadas presentan una diplomacia digital descuidada, desaprovechando las oportunidades que esta plataforma presenta. Por ejemplo, las embajadas más digitalizadas se limitan a publicar mensajes de las cancillerías, centrándose en cuestiones regionales e internas

y en la relación bilateral con España, especialmente en los casos de Arabia Saudita y Qatar.

Un punto importante para tomar en consideración al buscar entender el rol de la *Twiplomacy* involucra el análisis de estrategias clave de comunicación. Cull (2022) identifica cuatro de ellas en el ámbito de la diplomacia pública y cultural durante el primer año de la crisis sanitaria de la COVID-19. Estas estrategias, adoptadas por diversos Estados, reflejan tanto la promoción de sus propias capacidades como sus relaciones con otros países, en un contexto de competencia, cooperación y manejo de la información. A continuación, se describen dichas estrategias: autoelogio, crítica al otro, involucramiento a través de obsequios y cooperación multilateral.

Con respecto al *autoelogio*, se considera que esta retórica fue utilizada por China al destacar la competencia de su gobierno central y el heroísmo de su equipo médico. Por su parte, fueron diversos los Estados que se posicionaron como “competentes” en el manejo de la pandemia, con el rápido establecimiento de cuarentenas, el desarrollo de tecnología que permitiera el monitoreo de los casos, entre otras acciones. Sin embargo, la estrategia de autoelogio puede traer consecuencias negativas para la imagen de un Estado si atrae la atención hacia un desastre en proceso (entendido como el posterior colapso de los sistemas de salud o respecto al control de los casos). Además, otros países pueden resaltar los aspectos negativos de la respuesta de otro país a la pandemia.

En lo que supone la *crítica al otro*, Cull explora cómo algunos líderes políticos y actores internacionales utilizaron la pandemia para destacar los fracasos de otros países y difundir desinformación y teorías de conspiración. En esta línea, se encuentra la vinculación del virus a China, el desprestigio de las vacunas de ciertos laboratorios y el énfasis en el mal manejo de la situación en otros Estados. La tercera estrategia, denominada *involucrar a otros a través de obsequios*, incluye los mensajes que buscaron comunicar algunos Estados a otros Estados a través de las donaciones de dinero o suministros. El autor destaca que estos regalos también suponen diferentes maneras de entender las dinámicas de poder entre los Estados.

Finalmente, la estrategia de cooperación multilateral se orientó a la creciente necesidad de colaboración transnacional para hacer frente al problema colectivo. En esta línea, destacaron las contribuciones de los Estados a la Organización Mundial de la Salud (OMS), a la Conferencia Internacional de Compromisos de Respuesta Global al Coronavirus de la Comisión Europea, y el trabajo conjunto de diferentes Estados y

otros actores internacionales para la distribución global de la vacuna a través del programa del Fondo de Acceso Global para Vacunas COVID-19 (COVAX).

Otra investigación que examina la diplomacia de Twitter en el contexto de la crisis sanitaria es el trabajo de Moral (2023). El autor indaga con respecto al uso de la diplomacia digital por parte de la Unión Europea (UE) para gestionar su reputación durante la pandemia de la COVID-19, utilizando métodos computacionales y análisis cualitativos. La investigación se centra en dos aspectos clave de la diplomacia digital: las narrativas comunicadas y las dinámicas en las redes sociales. Moral aborda la evolución de las narrativas a lo largo de las diversas fases de la crisis y examina la dinámica en las cuentas de Twitter vinculadas a la Unión Europea.

Los hallazgos revelan que, a lo largo de la pandemia, la UE adoptó narrativas de crisis estratégicamente más estandarizadas, transitando desde un enfoque inicialmente ambiguo en las fases iniciales de la crisis, hacia una aproximación más coherente y cohesionada hacia el final del año. Además, la estrategia de comunicación de la UE incorporó narrativas de identidad, resaltando los valores y la historia de la UE en diversas etapas de la crisis, incluyendo las fases aguda y postcrisis. El análisis de redes sociales reveló que el flujo de información en Twitter durante la primera etapa crítica adoptaba patrones de gestión de crisis más inflexibles, acordes con las expectativas de una organización. En este período, se observó una proporción relativamente menor de adaptación del contenido para audiencias específicas y una disminución de la espontaneidad. Sin embargo, la segunda fase reveló un comportamiento distinto. Tanto en el análisis narrativo como en el de la red, la segunda ola exhibió más características propias de una fase posterior a una crisis que propias de una crisis aguda, lo que podría explicarse por su mayor previsibilidad y la focalización en la resolución de la crisis en lugar de sus consecuencias.

Con respecto a los casos de América Latina, Romero et al. (2021) estudiaron el grado de *engagement* e interacción de siete Cancillerías de diversos países con los ciudadanos que solicitaban ayuda a través de Twitter durante los primeros meses de la crisis sanitaria. Los autores tomaron en consideración las cancillerías de Estados Unidos, México, El Salvador, Ecuador, Brasil, Perú y Chile. A partir de un análisis cuantitativo, los resultados subrayan el potencial de la diplomacia digital en situaciones de crisis. En consecuencia, se considera que Twitter es una herramienta eficaz para iniciar la comunicación entre los usuarios y los servicios provistos por los Ministerios de Relaciones Exteriores.

Este estudio presenta notables diferencias en comparación con investigaciones previas, especialmente en lo que respecta a la Teoría de la Comunicación Dialógica en la diplomacia digital. A diferencia de las conclusiones anteriores que sugerían que los Ministerios de Asuntos Exteriores a menudo infrautilizaban las redes sociales para el diálogo, Romero et al. (2021) identifican una mayor interacción, especialmente durante crisis, por parte de algunos Ministerios de Asuntos Exteriores (Brasil y El Salvador) con sus ciudadanos. Se atribuye esta desviación de la norma al contexto internacional de la pandemia y su impacto en las interacciones en línea.

A pesar de no haber aplicado un análisis de contenido, el enfoque centrado en la pandemia permitió identificar una respuesta favorable por parte de los usuarios, lo que evidencia la presencia de elementos propios de la comunicación dialógica. En este sentido, se observó que cuatro de las siete Cancillerías analizadas ofrecieron información de gran utilidad, destacando particularmente las de Estados Unidos, Chile y México. Asimismo, las visitas de retorno a las cuentas oficiales señalaron a Chile como el país con mayor recurrencia de los usuarios. Finalmente, el análisis del bucle dialógico mostró distintos niveles de interacción, siendo Brasil y El Salvador los países que evidenciaron una mayor disposición a responder a los usuarios, con tasas de respuesta superiores al 60%, lo que sugiere una actitud más activa y orientada al diálogo.

En el caso de Colombia, la pandemia de la COVID-19 tuvo un impacto significativo en su política exterior (Bravo Tello, 2022). La cuarentena forzó un cambio en la forma en que trabaja su Cancillería, fomentando la digitalización y el uso de tecnología en la ejecución de funciones diplomáticas y relaciones internacionales. La digitalización se convirtió en un aliado crucial tanto para el sector privado como para el sector público durante la crisis. Como las instituciones privadas, las instituciones públicas también pudieron desempeñar sus funciones de manera eficaz. Por ejemplo, la Embajada de Colombia en Brasil logró llevar a cabo proyectos y acciones sin perjudicar los intereses de la contraparte, además de reducir los gastos públicos.

Sin embargo, también hay que resaltar que la transición a la digitalización ha presentado desafíos para la diplomacia, lo que requiere capacitación para los diplomáticos en el uso de nuevas herramientas tecnológicas y una mayor atención a la ciberseguridad. A pesar de los beneficios económicos y organizativos, algunos procesos aún son lentos y no respetuosos con el medio ambiente.

A pesar de los obstáculos presentados, la autora concluye que la pandemia ha demostrado las ventajas de la digitalización en la política exterior colombiana. Finalmente, sugiere que las instituciones públicas sigan aprovechando estos beneficios, incluso al regresar a la presencialidad, mediante estrategias híbridas y la inversión en capacitación y desarrollo de herramientas y programas como plataformas de videoconferencia (Microsoft Teams), servicios de trabajo colaborativo y almacenamiento en la nube (Google Drive) y el manejo de redes sociales para la difusión de información.

En cuanto a Costa Rica, el uso de nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) —como las plataformas de videoconferencia—, ha fortalecido las relaciones diplomáticas de este Estado, especialmente durante la pandemia de 2019-2021 (Calvo, 2023). Estas plataformas son esenciales para la diplomacia digital, pues contribuyen en la construcción de relaciones y promoción de la imagen del país en el ámbito internacional.

En 2020, la acción exterior promovió la comunicación y la transparencia mediante más de 300 videoconferencias y diálogos virtuales. Las restricciones sanitarias durante los primeros meses de 2020 obligaron a usar herramientas virtuales para mantener la comunicación y realizar labores. Plataformas como Zoom, WebEx y Microsoft Teams se convirtieron en herramientas valiosas, permitiendo la continuidad de la función pública. Así, hubo un aumento significativo en reuniones virtuales en comparación con las presenciales. La virtualidad redujo costos operativos y logísticos, pero la efectividad de las reuniones depende de la preparación, planificación, tecnología y conocimiento de las herramientas. En síntesis, las reuniones virtuales demostraron ser efectivas para la comunicación y colaboración, especialmente en situaciones de distancia física o distanciamiento social.

El estudio de Calvo se enfocó en evaluar el papel de las plataformas virtuales de comunicación en la política exterior de Costa Rica en términos de ahorro de recursos. Se compararon los informes de ejecución presupuestaria de los años 2019, 2020 y 2021. Como resultado, se observó que el uso de estas plataformas resultó en ahorros significativos en rubros como servicios básicos, gastos de viaje y transporte, y capacitación y protocolo. Se encontró que la pandemia de la COVID-19 influyó en la reducción de gastos en la gestión de la política exterior. Asimismo, las plataformas de videoconferencia permitieron mayor participación en reuniones y eventos internacionales, aunque también presentaron desafíos en términos de transparencia

y ciberseguridad. Como conclusión, Calvo (2023) recomienda fortalecer la diplomacia digital, promover la capacitación en herramientas virtuales y ciberseguridad, y colaborar con el Ministerio de Ciencia y Tecnología para mejorar la posición de Costa Rica en el ciberespacio. De este modo, se resalta que la seguridad en la comunicación virtual es crítica para proteger la integridad de la nación y la toma de decisiones políticas.

La pandemia de la COVID-19 ha subrayado la importancia de la planificación estratégica para el futuro en la política exterior. Es esencial considerar que crisis similares pueden ocurrir en el futuro, lo que requiere programas de seguridad, políticas y procedimientos para proteger a los ciudadanos, la integridad de la información y las comunicaciones, y asegurar la continuidad del desarrollo y los objetivos de la política exterior. El uso de plataformas virtuales en la política exterior ha presentado desafíos, especialmente en términos de ciberseguridad. En este contexto, la falta de capacitación adecuada y la ausencia de reglas internacionales claras sobre el uso de estas herramientas digitales pueden comprometer tanto la seguridad del país como la imagen proyectada en el ámbito internacional.

A pesar de los desafíos, las plataformas de videoconferencia son herramientas oficiales que han mejorado la comunicación internacional, democratizado el proceso de toma de decisiones y permitido una mayor participación ciudadana. Sin embargo, el uso excesivo de estas plataformas puede debilitar las relaciones interpersonales y la interacción presencial sigue siendo esencial para establecer conexiones significativas y tomar decisiones políticas sólidas. Así, se considera que la gestión de la política exterior debe equilibrar la interacción presencial y virtual, estableciendo límites adecuados y estrategias para mejorar la efectividad y seguridad de las comunicaciones en el ciberespacio.

En el caso de Brasil, Silva Santos (2022) afirma que las plataformas digitales se han vuelto esenciales para la comunicación política y se utilizan tanto para la promoción del trabajo gubernamental como para la interacción directa con la población. Este estudio examinó la relación entre la diplomacia digital y la situación en Brasil. Se observó que Brasil utiliza medios digitales para promover su imagen y conectarse con diversas audiencias, incluso en otros idiomas. Además, se notó que la pandemia de la COVID-19 ilustró cómo la diplomacia digital puede adaptarse a crisis y cambios en la política internacional. El entonces canciller, Ernesto Araújo, enfocó sus publicaciones en temas relacionados con la libertad, democracia y economía. Su

enfoque varió en diferentes plataformas digitales, siendo más crítico y conspirativo en su blog, centrado en cuestiones económicas en el sitio web de Itamaraty y destacando la libertad en Twitter y YouTube. El sitio web reflejó un tono más institucional debido a las declaraciones formales, mientras que otras plataformas permitieron un contacto más directo con seguidores y una audiencia más diversa.

El análisis de las plataformas digitales utilizadas por Araújo reveló que sus críticas más frecuentes no estaban dirigidas a China, a pesar de las tensiones previas entre Brasil y China. En su lugar, las críticas se centraron en el multilateralismo y la Organización Mundial de la Salud (OMS). Araújo mostró una postura desafiante hacia el sistema multilateral y abogó por el nacionalismo en contraposición al multilateralismo. Esto fue especialmente evidente durante la pandemia de la COVID-19. El estudio resaltó que Araújo asumió dos roles distintos en sus plataformas digitales, a veces destacando la cooperación y otras veces adoptando una postura confrontativa hacia el orden internacional. Por último, este aporte académico al debate sobre la diplomacia en el entorno digital destaca la importancia de profundizar en los estudios sobre este tema en Brasil y en el campo de las Relaciones Internacionales en general. Silva Santos (2022) contribuye al entendimiento de la *Twiplomacy* en América Latina, al demostrar cómo los mensajes diplomáticos pueden variar en tono y contenido según la plataforma utilizada, adaptándose a diferentes públicos y objetivos estratégicos. Además, evidencia que, aunque estas herramientas permiten mantener la función diplomática en tiempos de crisis, presentan limitaciones como la fragmentación de narrativas y la exposición a riesgos de seguridad.

En síntesis, este segundo capítulo profundizó en el concepto de *Twiplomacy*, con un enfoque en su aplicación en el contexto latinoamericano y durante la crisis de la COVID-19. Se analiza el impacto de Twitter en la política exterior y las relaciones internacionales, destacando su papel fundamental como plataforma clave para los comunicados de líderes estatales y su importancia en situaciones de crisis. Este concepto, acuñado en la década de 2010, ha suscitado un creciente interés académico, con una variedad de enfoques y metodologías aplicadas a su estudio. Además, en el capítulo se exploró el papel de la *Twiplomacy* en la política exterior, abordando tanto las ventajas —como el diálogo y el *feedback* inherentes a la utilización de plataformas como Twitter—, como sus limitaciones, subrayando la necesidad de una comunicación bidireccional por parte de los Ministerios de Relaciones Exteriores. En el caso de América Latina, se observa un avance en la

difusión digital de comunicados y en la promoción de la diplomacia cultural, aunque persiste una visión tradicional de la diplomacia en la región. Asimismo, se examina la *Twiplomacy* en el contexto de la crisis sanitaria por la COVID-19, evidenciando el traslado de la diplomacia al ámbito virtual. Finalmente, se destacan los avances en la incorporación de tecnologías para mejorar la percepción de la democracia en América Latina, con estudios que exploran estrategias, impactos y desafíos en la adaptación de países de la región a la digitalización en la política exterior durante este periodo.

En el siguiente capítulo, se examinará a detalle la aplicación de la diplomacia pública digital y la *Twiplomacy* en el contexto peruano. Posteriormente, se procederá a exponer los resultados derivados del caso de estudio en el cual se enfoca la presente investigación.



## Capítulo 3: El uso de *Twiplomacy* para el posicionamiento del Perú durante el periodo del gobierno de transición de Sagasti en materia de la COVID-19

### 3.1. La diplomacia digital pública en el contexto peruano: Casos de estudio

Las investigaciones sobre diplomacia digital en el Perú aún son bastante limitadas. En el presente capítulo, se dará cuenta de las investigaciones que se enmarcan y relacionan con la diplomacia pública digital en el contexto nacional. Neyra y Rubio (2018) y Aguirre y Erlandsen (2018), se enfocan en la oportunidad de la Cancillería peruana de adoptar una comunicación estratégica durante el proceso de la demanda del Perú a Chile ante la Corte Internacional de Justicia (CIJ) de La Haya. Neyra y Rubio (2018) alegan que este fue un punto de partida para la modernización de la Cancillería en materia de comunicaciones, frente a la crisis comunicacional ocurrida durante el conflicto de Bagua en el 2009. En su diagnóstico, consideran que el problema radicó principalmente en la ausencia de una estrategia en materia de diplomacia pública, pero también observan que la digitalización resultaba fundamental en un contexto cambiante en el que la tecnología adquiere cada vez mayor importancia. La adopción de un nuevo plan por parte de la Cancillería supuso un cambio en la manera en cómo se comunicó y se configuró una narrativa para los medios y la opinión pública durante la controversia de delimitación marítima entre Chile y Perú.

Por su parte, Aguirre y Erlandsen (2018) afirman que, durante esta controversia, no solo se priorizó la inclusión de entrevistas al expresidente Humala y la ministra de Relaciones Exteriores durante la fase oral, sino que también se elaboró una plataforma web dedicada a abordar el proceso. Así, este estudio resalta el uso de herramientas digitales y la interfaz web para la construcción de una imagen deseada y la difusión de información.

Por otra parte, Paredes Moreno (2019) desarrolla una investigación relevante desde una perspectiva teórica que concibe la diplomacia pública como herramienta de política exterior peruana. Perú lleva a cabo de forma constante actividades y esfuerzos enfocados en la política exterior y la proyección internacional, empleando diversos instrumentos de política y gestión exterior con el objetivo de proyectar una imagen positiva en el ámbito internacional. Ello, en línea con la Sexta Política del Acuerdo Nacional, el Plan Bicentenario, el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Ministerio de Relaciones Exteriores 2015-2021, el Plan Estratégico Institucional de

PromPerú 2016-2018, y el Plan Operativo Institucional del Ministerio de Relaciones Exteriores. Con el propósito de elaborar una estrategia más efectiva en materia de diplomacia pública, el autor plantea la creación de un departamento en Cancillería especializado en este tema, que ponga énfasis en el uso de herramientas digitales para la construcción y consolidación de la imagen del Perú en el ámbito internacional.

Asimismo, es importante dar atención a los beneficios de las redes sociales en la consecución de los objetivos en materia de política exterior, tarea que emprende Coloma (2020). La autora analiza, a partir del sitio en línea *FanPage Karma*, la actividad de las cuentas de Facebook, Instagram y Twitter de la Cancillería. A partir de sus resultados, apunta a una serie de consideraciones que favorezcan un uso efectivo de las redes sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores, enfatizando la importancia de fortalecer la Oficina General de Comunicación (OGC). La presente investigación sigue una línea similar al trabajo presentado por Coloma (2020), en la medida en la que se analiza el contenido compartido en redes, específicamente en Twitter, y aborda la noción de diplomacia digital vinculada a la diplomacia pública.

Así como en el caso de Coloma (2020), un trabajo que se aproxima al uso de las herramientas de diplomacia digital por parte de la Cancillería peruana durante el periodo de la crisis sanitaria es el de Figueroa (2020). Este autor también busca brindar elementos clave para desarrollar una estrategia en materia de diplomacia digital para la Cancillería del Perú. En síntesis, ambos autores consideran que es vital tener guías institucionales y planes estratégicos que permitan hacer un uso eficiente y óptimo de las redes sociales de la Cancillería.

Hasta el momento, el estudio de lo que ha venido ocurriendo durante el periodo de la COVID-19 ha sido abordado como uno de los casos que recogen Romero et al. (2021), durante los primeros meses de la pandemia por la COVID-19. Como se desarrollará más adelante, los resultados recogidos por los autores en el caso peruano serán un punto de referencia para el desarrollo del *engagement* con la población desde el Twitter del Ministerio de Relaciones Exteriores. En lo que respecta a las investigaciones en el contexto peruano, no hay estudio alguno que profundice en el uso de Twitter como herramienta de diplomacia digital por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores en el marco de la crisis sanitaria. En esta línea, la presente investigación busca llenar parte del vacío académico existente en esta materia.

### 3.2. Del Gobierno Digital al Plan de Relaciones Exteriores: Antecedentes

El 22 de diciembre de 2018, la Secretaría de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros publicó la resolución N° 005-2018-PCM/SEGDI, en la que presentaba los lineamientos para la formulación del Plan de Gobierno Digital de cada entidad de la Administración Pública.

De acuerdo con el Portal de Transparencia del Ministerio de Relaciones Exteriores, la primera normativa dentro del Ministerio que fue publicada en materia de Estado digital fue la Resolución Ministerial N° 0196-2019-RE, que resuelve la creación del Comité de Gobierno Digital. Esta resolución fue firmada, registrada y publicada cuando el Ministerio de Relaciones Exteriores se encontraba bajo el liderazgo de Néstor Popolizio, durante la gestión de Martín Vizcarra. Al respecto, la resolución indica que el Comité de Gobierno Digital estaría compuesto por el ministro o ministra de la cartera (quien tenía el encargo de presidirla), el líder del Gobierno Digital (asumido por quien estuviera bajo el liderazgo de la Oficina de Apoyo de Gestión Institucional), y un representante de la Secretaria General, así como los jefes o representantes de las siguientes oficinas: Oficina de Tecnologías de la Información, Oficina General de Recursos Humanos, Dirección General de Comunidades Peruanas en el Exterior y Asuntos Consulares, Oficina de la Gestión Documental y Archivo y la Oficina General de Comunicación. Asimismo, este comité estaría conformado por el Oficial de Seguridad de la Información (N° 0196-2019-RE).

La normativa establece que las funciones de este comité se enfocarán en la elaboración de un plan integral de Gobierno Digital para la Cancillería. Sus responsabilidades abarcarían el liderazgo y la dirección del proceso de transformación digital, la evaluación del uso actual y las posibilidades de las tecnologías digitales, así como la asignación de personal y recursos necesarios para la implementación del Plan de Gobierno Digital en los planes institucionales.

Además, el comité se encargará de generar informes anuales que evalúen el progreso de la implementación, el cumplimiento de la normativa, y que fomenten el intercambio de información y la colaboración en proyectos de digitalización entre entidades. Entre sus atribuciones se incluye la promoción de la colaboración en el desarrollo de proyectos de digitalización entre diferentes entidades. Finalmente, en el documento se señala que, en adelante, dicho comité estará facultado para asumir otras funciones que se le asignen dentro de su ámbito de competencia.

A partir de ello, el 29 de diciembre del 2020 fue publicada la Resolución Ministerial N° 0707-2020-RE en la que se aprobaba el Plan de Gobierno Digital del Ministerio de Relaciones Exteriores 2020-2022, elaborado por el Comité de Gobierno Digital y en concordancia con lo dispuesto en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (N° 29158), la Ley Marco de Modernización de la Gestión Pública (N° 27658), Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Relaciones Exteriores (N.º 29357) y su Reglamento (DS N.º 135-2010-RE). El Plan de Gobierno Digital del Ministerio de Relaciones Exteriores 2020-2022 hace un recuento de la normativa existente en esta materia, presenta los objetivos estratégicos de la entidad y aquellas políticas que están vinculadas a la implementación del Gobierno Digital. Asimismo, emprende un diagnóstico de la situación del Gobierno Digital dentro de la Cancillería, refiriéndose a la organización, los procesos, el cumplimiento de la regulación digital, la infraestructura tecnológica en la entidad, los procesos digitalizados, los servicios digitales, la seguridad de la información y el presupuesto destinado.

Por otra parte, en lo que respecta a los servicios digitales, el Plan de Gobierno Digital cita el Decreto Legislativo N°1414, el cual estipula que un servicio digital es aquel que es provisto de manera total o parcial a través de la interfaz web y que cuenta con las siguientes características: ser automático, ser no presencial y hacer uso intensivo de las tecnologías digitales, con el objetivo de producir y brindar acceso a datos y contenidos que generen valor público para los ciudadanos. A partir de ello, el Ministerio de Relaciones Exteriores presenta su catálogo de Servicios Digitales, entre los que se encuentran las redes sociales. Al respecto, se indica que su uso se orienta a “comunicar y relacionarse con las personas o instituciones” (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2020, p. 18). Asimismo, se indica que las redes sociales utilizadas por parte de Cancillería son Facebook, X (Twitter), Youtube y Flickr. Con respecto al horario de atención, consideran que la respuesta suele tardar un día, y que, frente a las características de los servicios digitales, las redes sociales son automáticas, no requieren de presencialidad, son escalables, usables y accesibles. Finalmente, se menciona que la dependencia a cargo de este servicio es la Oficina General de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores.

El Plan de Gobierno Digital identifica los desafíos para su implementación dentro del Ministerio de Relaciones Exteriores, entre los que se encuentran los siguientes: gestionar el cambio de la transformación digital, generar beneficios en la gestión institucional con base a la inversión de tecnologías digitales, mejorar la

experiencia del usuario con servicios digitales de fácil uso y accesibles, digitalizar los servicios institucionales, garantizar la seguridad de la información, asegurar que el personal tenga las competencias digitales necesarias para aprovechar las ventajas de las tecnologías digitales, y asegurar que la infraestructura tecnológica brinde flexibilidad, escalabilidad e interoperabilidad a los procesos y servicios institucionales.

En respuesta a estos desafíos, se desagregan 7 objetivos estratégicos institucionales. El primero busca “incentivar las competencias digitales en materia de transformación digital, gobierno digital y seguridad digital a los funcionarios y/o servidores de la Institución” (p. 24). El segundo se orienta a “fortalecer la infraestructura tecnológica de la Cancillería con tecnología vigente, para garantizar la continuidad operativa de los servicios y trámites que se brinda a nivel nacional e internacionalmente” (p. 24). El tercero se enfoca en “incrementar el fortalecimiento de los recursos tecnológicos y de información para la gestión consular en beneficio de los servicios y trámites al ciudadano” (p. 25). El cuarto se orienta a “proteger, mantener y garantizar la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información del Ministerio por ser un activo primordial en el proceso de toma de decisiones” (p.25). El quinto apunta a “fomentar la digitalización de procesos, datos, contenidos y servicios para fortalecer la toma de decisiones del Ministerio” (p. 25). El sexto tiene como enfoque “implementar y fortalecer los sistemas de información de soporte a los procesos principales y relevantes de la institución para mejorar la capacidad y modernizar la gestión institucional” (p. 25). Por último, el séptimo se centra en “brindar servicios digitales a través de canales digitales para mejorar la gestión institucional y generar valor a la ciudadanía” (p.25).

A partir de los objetivos planteados, se presentan una serie de proyectos destinados al cumplimiento de las metas propuestas. En este sentido, la única actividad que se encuentra bajo responsabilidad de la Oficina General de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores es la estandarización de las páginas web de los Órganos del Servicio Exterior (OSE) y las Oficinas Desconcentradas (ODE). Esta actividad estaría acorde con el séptimo objetivo del Gobierno Digital presentado anteriormente. Con respecto al uso de sus redes sociales, no se hace mención de una actividad concreta.

Siguiendo esta línea, es importante tomar en consideración los Planes Estratégicos Sectoriales Multianuales (PESEM) del Ministerio de Relaciones Exteriores. El PESEM 2015- 2021 (2015) recoge cuatro objetivos estratégicos:

1. Posicionar al Perú a nivel regional y global, como potencia regional emergente en los ámbitos bilateral y multilateral (p.26).
2. Contribuir al fortalecimiento de la competitividad e imagen del país en el exterior a través de la promoción económica y cultural, y de la protección del patrimonio cultural (p.28).
3. Proteger los derechos, fomentar la vinculación con el Perú y promover la inserción en el país de destino de los peruanos en el exterior (p.29).
4. Crear, ampliar y fortalecer lazos de intercambio, asociación y cooperación internacional a nivel regional y global para el desarrollo sostenible e inclusivo del país (p.30).

En lo que respecta a los objetivos directamente vinculados al Plan de Gobierno Digital, se dará particular atención al objetivo estratégico número 7: “Brindar servicios digitales a través de canales digitales para mejorar la gestión institucional y generar valor a la ciudadanía” (RM N° 0707-2020-RE, 2020, p.25).

Aterrizando en el caso concreto de la coyuntura de la crisis sanitaria por el COVID-19, se conformó la Comisión Multisectorial encargada de “realizar el seguimiento de las acciones orientadas al desarrollo, producción, adquisición, donación y distribución de las vacunas y/o tratamientos contra la COVID-19” (RS N°079-2020-RE, 10 de agosto de 2020). Así, se le adjudicó al titular del Ministerio de Relaciones Exteriores realizar las coordinaciones respectivas con las entidades de otros Estados, organizaciones internacionales multilaterales y el sector privado, tanto a nivel nacional e internacional.

En comunicaciones con Wagner y Neyra, se hizo mención expresa de que, en lo que concierne a los objetivos de política exterior planteados durante el gobierno de transición de Francisco Sagasti, fueron 4 los objetivos prioritarios a lo largo de las gestiones de Astete y Wagner. En primer lugar, y siguiendo lo establecido para la Comisión Multisectorial, se buscó asegurar el acceso a las vacunas y la promoción de la vacunación. Asimismo, también se buscó impulsar la cooperación bilateral y multilateral en torno a temas sanitarios y seguir fomentando la reactivación económica, haciendo énfasis en la relación con los vecinos y socios estratégicos. Finalmente, la Cancillería también se orientó a gestionar las elecciones generales del 2021, llevadas a cabo fuera del Perú, a fin de asegurar un proceso transparente, ordenado y libre de transición democrática. Cabe señalar que este último objetivo no será abordado en la investigación, ya que se encuentra fuera del alcance temático

definido: los objetivos de la Cancillería para hacer frente a las consecuencias derivadas de la crisis sanitaria de la COVID-19.

Es fundamental considerar que, en ambas gestiones, los objetivos se plantearon en función de la coyuntura del momento. En el caso de Elizabeth Astete, su designación como ministra de Relaciones Exteriores ocurrió tras la vacancia presidencial de Martín Vizcarra por incapacidad moral y los cinco días de gobierno de Manuel Merino, eventos que desencadenaron una serie de protestas en noviembre de 2020. En este contexto, Astete definió como uno de sus objetivos prioritarios mejorar la imagen del país y de sus instituciones, severamente afectadas por la crisis sanitaria de la COVID-19 y los acontecimientos políticos que antecedieron su llegada al Ministerio de Relaciones Exteriores.

En el caso de Wagner, su nombramiento al frente de la Cancillería se dio posterior a la renuncia de Astete el 14 de febrero de 2021, después de que se hiciera pública la vacunación irregular de funcionarios públicos, denominada en los medios de comunicación como *Vacunagate*. Entre los altos funcionarios que se aplicaron las dosis de Sinopharm de manera “clandestina” se encontraba el expresidente Martín Vizcarra, la entonces ministra de Salud, Pilar Mazzetti y la Ministra de Relaciones Exteriores, Elizabeth Astete. Frente a ello, Wagner consideró que una prioridad para su sector sería contribuir al restablecimiento de la confianza ciudadana y el prestigio de la institución, así como también realizar las investigaciones correspondientes a los funcionarios de la Cancillería que se vieron implicados en la vacunación irregular.

Por otro lado, acerca de la continuación de la agenda permanente de la Cancillería, tanto Astete como Wagner hicieron mención del asumir sus gestiones de los siguientes objetivos: fortalecimiento del diálogo con los países vecinos, desarrollo de la agenda de promoción cultural y la captación de cooperación y conocimientos que permitan que el Perú pueda aportar a las nuevas tendencias y problemas globales. En esta línea, ambos ministros hicieron mención explícita de la transformación digital y el surgimiento y desarrollo de una “sociedad y diplomacia digital” (Cancillería del Perú, 2 de marzo del 2021).

Como parte de las entrevistas, es importante mencionar que, de acuerdo con Wagner (2023), el accionar de la Cancillería durante este periodo fue particular en comparación a años anteriores. Ello se debió a una gestión que consideraba distinta dado el contexto de la pandemia y el carácter del gobierno. En esta coyuntura, la Cancillería se centró principalmente en la obtención de la vacuna, junto con el

Ministerio de Salud y los consulados en los Estados donde se encontraban los principales laboratorios. Asimismo, se enfocó en la supervisión de las elecciones generales que tuvieron lugar el 2021 y, finalmente, en la realización de las investigaciones correspondientes debido a la vacunación irregular de funcionarios del sector.

Los documentos examinados provenientes del gobierno de Francisco Sagasti se centran en las acciones llevadas a cabo en la Cancillería durante los mandatos de los dos ministros de Relaciones Exteriores que ejercieron su cargo en este periodo. En relación con el informe de transferencia de gestión de la ministra de Relaciones Exteriores, S.D.R Elizabeth Astete Rodríguez (febrero de 2021), la Oficina General de Comunicación destaca que desde que asumió el cargo el 19 de noviembre de 2020, la Cancillería ya estaba enfocada en la cobertura de prensa nacional e internacional y en la difusión de las gestiones ministeriales para obtener cooperación técnica internacional en respuesta a la COVID-19. Además, las acciones durante el año 2020 se dirigieron a impulsar la reactivación económica del Perú en colaboración con otras misiones en el exterior. Por último, se señala que la gestión durante el periodo de la Canciller Astete estuvo centrada en las negociaciones para acceder a la vacuna.

En cuanto a las oficinas de la Cancillería peruana, se encontró que la Oficina General de Comunicación siguió los objetivos establecidos por el Ministerio, continuando con la priorización de tres aspectos fundamentales en su campo: fortalecimiento de las interacciones con la prensa, modernización comunicacional de la Cancillería, y atención al ciudadano. Estos aspectos se tradujeron en 4 acciones concretas realizadas desde la Oficina General de Comunicación:

- Fortalecimiento de las redes sociales institucionales.
- Implementación de las páginas web estandarizadas para las Embajadas del Perú en el exterior y para programas específicos promovidos por la Cancillería.
- Inclusión del enfoque de género en las publicaciones en redes sociales del Ministerio.
- Elaboración de productos comunicacionales institucionales que presenten los beneficios de los programas ejecutados por el Ministerio y participación en eventos multisectoriales de alcance masivo. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2021, pp. 104-105).

En lo que respecta al fortalecimiento de las redes sociales institucionales, las acciones de la Cancillería se centraron en cuatro temas de alta relevancia: el trabajo de la comisión multisectorial encargada del acceso a la vacuna, las elecciones generales del año 2021, la cooperación técnica internacional y la reactivación

económica. Es crucial destacar que, para fines de 2020, se registraron récords en el crecimiento del número de seguidores de la Cancillería en sus redes sociales. Además, alcanzaron estadísticas máximas en términos de interacción con los usuarios a través de comentarios, publicaciones visualizadas y compartidas, y reacciones, así como en el uso de la mensajería interna.

Además, de acuerdo con lo expuesto en este documento, se señala que la Oficina de Comunicación puso especial énfasis en incorporar la política comunicacional de manera transversal, al momento de ejecutar lineamientos y objetivos específicos. El propósito de ello fue lograr que la opinión pública pueda comprender de manera clara y acertada las decisiones tomadas en materia de política exterior. Esto terminaría por construir una imagen favorable de la Cancillería. Asimismo, se consideró fundamental consolidar una cultura comunicacional dentro de Cancillería que fomente el cumplimiento de los objetivos en materia de política exterior.

En lo que atañe a los resultados obtenidos al finalizar la gestión, la Oficina de Comunicación realizó cambios que alcanzaron los objetivos propuestos para el uso de su sitio web, en búsqueda de su mejora continua y mantenimiento eficiente. Asimismo, se estandarizaron los sitios web de las Embajadas del Perú. Otro aspecto importante fue la elaboración de contenido audiovisual en torno a los trámites consulares. En lo que concierne al uso de las redes sociales, se diseñaron y difundieron campañas con motivo de las donaciones de carácter sanitario, la cooperación técnica, atención al ciudadano y las campañas multisectoriales que se encontraban bajo dirección de la Presidencia del Consejo de Ministros y la Presidencia de la República. Además, se difundió contenido de las acciones de la Cancillería principalmente orientadas a la negociación para acceder a vacunas, las elecciones de 2021 y la reactivación económica, así como las diferentes actividades que han sido realizadas por las misiones peruanas en el extranjero, a partir del producto comunicacional “Cancillería 360” (Ministerio de Relaciones Exteriores, 19 de febrero de 2021).

Por último, se alude a la actividad en redes sociales y se enfatiza el carácter que han tenido estas para un intercambio veloz y efectivo con los ciudadanos, especialmente en tiempos de la COVID-19. En esta línea, se menciona el crecimiento en el número de seguidores durante el año 2020. En el caso de Twitter, se dio un crecimiento anual del 25.73%, llegando a los 289 683 seguidores en dicha red. En

relación con ello, se resalta el aumento del *engagement* con los usuarios. Es importante indicar que en dicho informe se hace una mención especial al aumento de publicaciones y contenido en la cuenta de Instagram de la Cancillería, la cual fue creada a fines del 2019 y, durante el 2020, creció en un 573.12%.

En cuanto a las acciones urgentes presentadas en el informe de la Oficina de Comunicación de la Cancillería se encuentra la elaboración de una guía de redes sociales para capacitar al personal en las misiones del exterior. Asimismo, se propone continuar con la estandarización de los sitios web y, finalmente, establecer una mayor colaboración con los sectores pertinentes para preparar futuros eventos en los que el Ministerio de RREE esté presente.

Por su parte, el documento de Transferencia de gestión del titular del ministerio por término del mandato Presidente de la República (julio del 2021), firmado por el entonces canciller Allan Wagner, aborda temas más generales, como el proceso de digitalización dentro de la Cancillería, especialmente en lo que comprende los servicios consulares. Así, en los resultados obtenidos en el ámbito institucional, se incluye el desarrollo y avance de la renovación de las plataformas digitales, centro de datos y la estandarización de las páginas web.

A manera de recuento, esta sección se enfocó en examinar documentos y entrevistas que abordan la implementación del Gobierno Digital en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. La documentación considerada abarcó desde la creación del Comité de Gobierno Digital hasta la aprobación del Plan 2020-2022. Durante la ejecución de estos planes, se resaltaron los desafíos y objetivos estratégicos, siendo el más importante fortalecer el papel de las plataformas virtuales y la comunicación institucional desde la Cancillería. En los documentos relacionados con la crisis sanitaria de la COVID-19, se vincularon los objetivos de política exterior y salud, destacando la participación activa de la Cancillería en procesos de integración y promoción de la salud. Expresión de ello fue la resolución ministerial que estableció la creación de una Comisión Multisectorial, en la cual se destacó el rol del Ministerio de Relaciones Exteriores en las coordinaciones internacionales para acceder a las vacunas.

Tras revisar memorias de gestión (Ministerio de Relaciones Exteriores, 19 de febrero de 2021, julio de 2021), declaraciones brindadas por Astete y Wagner, así como entrevistas a diversos funcionarios de la Cancillería, se concluye que durante el gobierno de Sagasti se priorizaron tres objetivos clave: acceso a vacunas,

cooperación sanitaria y reactivación económica a través de la cooperación internacional. Para lograrlos, ambos ministros dedicaron esfuerzos a fortalecer la imagen institucional y consolidar la diplomacia digital. Como parte de esta investigación, se analizan las acciones comunicacionales, resaltando sus éxitos en redes sociales, estandarización web y campañas. Además, se enfatiza la importancia de comunicar decisiones para construir una percepción positiva y fomentar la cultura comunicacional dentro de la Cancillería.

El siguiente apartado examinará en detalle, mediante análisis de contenido, los *tweets* publicados por la Cancillería en Twitter durante el gobierno de Sagasti. Este análisis será crucial para comprender cómo se llevó a cabo la comunicación desde la Cancillería hacia los usuarios, así como para evaluar el impacto que tuvo entre quienes tenían acceso a este contenido.

### 3.3. Metodología

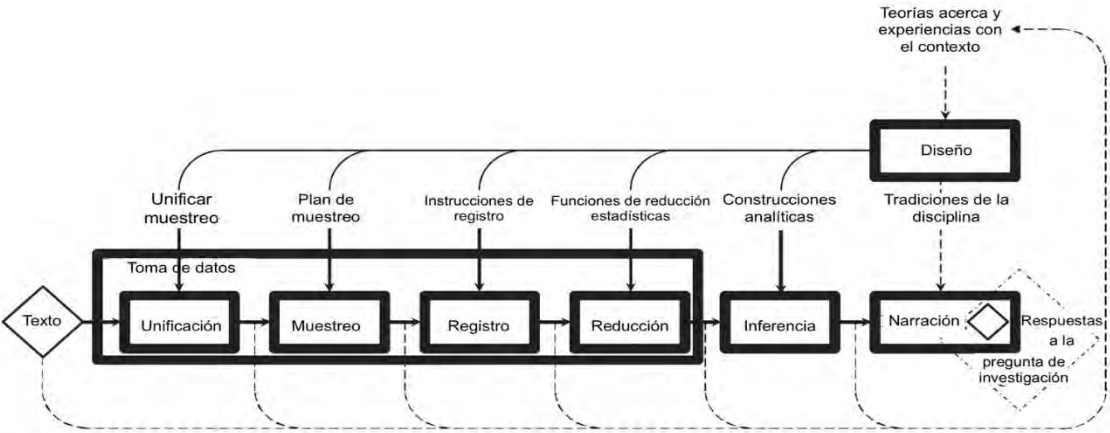
La presente investigación hace uso de una metodología cualitativa y orientada al análisis de un caso, siendo este la diplomacia del Twitter de la Cancillería Peruana durante el gobierno de transición de Francisco Sagasti. Específicamente, el diseño de investigación se centra en el análisis de contenido.

La relevancia de emplear este diseño de investigación radica en su utilidad para examinar cómo se abordan temáticas de interés relacionadas con la diplomacia pública digital en internet y las redes sociales, así como para evaluar posteriormente el nivel de participación del público en la plataforma. Asimismo, posibilita la creación de categorías y patrones que facilitan la organización del contenido analizado. En este sentido, Krippendorff (2018) sostiene que el análisis de contenido es crucial para comprender cómo los medios y la tecnología influyen en la atención de las personas hacia temas específicos, qué significa esta información para ellas y qué se está comunicando.

Este enfoque resulta especialmente beneficioso para analizar material textual que, en un sentido amplio, incluye tanto el texto como las imágenes y otros elementos propios de la comunicación en línea. Asimismo, esta aproximación considera el entorno actual, caracterizado por una comunicación cada vez más mediada por plataformas digitales, donde el consumo constante y masivo de contenido en línea influye en la forma en que las personas reciben, interpretan y procesan la información. Este contexto transforma tanto las prácticas comunicativas como la comprensión del

material textual y audiovisual en el ámbito digital. A partir de esta premisa, Krippendorff (2018) propone un diseño que organiza sistemáticamente los pasos para abordar la información del objeto de estudio (Ver Gráfico 2). Estas etapas han sido tomadas en consideración al momento de recolectar los *tweets* y establecer criterios para poder agruparlos en los tres grandes temas de la investigación, alineados con los objetivos de la Cancillería: el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación en este aspecto.

Gráfico 2  
Componentes del análisis de contenido



Fuente: Elaboración propia. Esquema de Krippendorff (2018, p. 90)

A fin de poder dar cuenta de los temas abordados en los *tweets* durante el periodo presidencial de Francisco Sagasti, se realizó una unificación del contenido a través de la búsqueda avanzada de la plataforma, en la que se identificó minuciosamente cada publicación realizada entre el 17 de noviembre de 2020 y el 28 de julio de 2021. La búsqueda y posterior sistematización reunió un total de 513 *tweets* publicados por la Cancillería peruana durante este periodo. Es menester indicar que la investigación no toma en consideración el contenido *tweeteado* por otras agencias del Estado u organismos internacionales que haya sido *retweeteado* por la Cancillería.

Al momento de realizar la selección de la muestra a analizar, estas fueron ordenadas por fecha, contenido del *tweet*, número de *likes*, *retweets* (RT), respuestas a la publicación, si esta contaba con algún enlace que derive a otro sitio web y si presentaba o no contenido audiovisual. En lo que concierne a las respuestas, no se incluyeron las respuestas de la propia Cancillería, a manera de hilo, sino únicamente las que otros usuarios realizaran. Aquellos *tweets* de respuesta de la propia Cancillería

han sido considerados como *tweets* de manera independiente. De igual forma, se ha tomado en consideración el contenido audiovisual presentado en los *tweets*. Específicamente, se ha tomado en consideración aquellos que se vinculan al rol de la Cancillería en acciones realizadas por el Ministerio de Relaciones Exteriores que buscaran alcanzar los objetivos trazados, en coordinación con la Presidencia del Consejo de Ministros y otros ministerios, para hacer frente a la crisis sanitaria de la COVID-19.

Después de sistematizar la información, la determinación de la muestra se dio a partir una serie de conceptos clave que facilitarían la identificación de los tres principales objetivos propuestos por la Cancillería y recogidos en la hipótesis: el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación económica. Los términos seleccionados para la búsqueda incluyeron "vacuna", "reactivación" y "cooperación", entre otros. Tomando estas términos en consideración, se realizó la selección de aquellos *tweets* que incluyeran los conceptos a través de la librería *tidyverse* en RStudio. El empleo de esta librería se basa en su capacidad para agilizar y mejorar el proceso de selección de *tweets*, centrándose en los conceptos clave recopilados. Gracias a las funciones incorporadas de *tidyverse*, como *dplyr* y *tidytex*, se facilita el uso eficiente de datos y la identificación de patrones específicos. Ello contribuyó no solo a una mayor precisión en la selección de la muestra, sino también a la sistematización del análisis de contenido. Posteriormente, los *tweets* seleccionados fueron revisados de manera manual para garantizar que todos los mensajes relacionados con los tres temas estuvieran debidamente incluidos en el análisis final.

Hay que precisar que la búsqueda de *hashtags* al momento de categorizar la información fue limitada, puesto que temas como las reuniones bilaterales en las que se discutieron aspectos que involucraban la reactivación económica y el trabajo coordinado entre Estados e instituciones para lograrlo, no incluían este tipo de elementos que permitieran la categorización del contenido a través de un tema específico. En el caso del acceso a las vacunas, #LasVacunasLleganAlPerú fue el *hashtag* que se utilizó para hacer referencia al proceso de la llegada de las vacunas al país. Uno de los casos resaltantes en la presente utilización y seguimiento de las tendencias en línea fue el del *hashtag* #PongoElHombro, campaña comunicacional organizada desde la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) que buscó incentivar la vacunación de la población. La publicación de este contenido fue constante desde

todos los ministerios y, tal como mencionaron Wagner (comunicación personal, 20 de junio 2023) y Neyra (comunicación personal, 5 de julio de 2023), había una articulación en torno al contenido audiovisual y los mensajes compartidos, que eran elaborados desde el equipo de comunicaciones de la PCM. La presente investigación no contempla el análisis de estos *tweets*, puesto que no involucraban tareas que le competían al Ministerio de Relaciones Exteriores y presentan principalmente las medidas sanitarias y la vacunación de la población local.

A partir de la sistematización realizada, la muestra de *tweets* que tratan los ejes vinculados al acceso a las vacunas, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica incluye un total de 62 *tweets*, que se publicaron entre las fechas del 20 de noviembre de 2020 al 7 de julio de 2021. En lo que respecta a cada categoría, se hace mención expresa de la adquisición de vacunas en 16 *tweets*, mientras que la cooperación en materia sanitaria se menciona en 27 y la cooperación económica en 14 (Véase Tabla 4).

Siguiendo la línea de la metodología a utilizar, se propuso el recojo de entrevistas semi-estructuradas a funcionarios de la Oficina General de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores. Ello debido a que, de acuerdo con el Catálogo de Servicios Digitales del Plan de Gobierno Digital 2020-2022 (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2020), el manejo de las redes sociales de Cancillería se encuentra a cargo de dicha oficina. De igual forma, las entrevistas semiestructuradas dirigidas a otros funcionarios de alto nivel de la Cancillería permiten un mayor entendimiento sobre cómo se percibe el uso de Twitter por parte de la Cancillería Peruana con relación a los objetivos planteados en la hipótesis. De esta forma, se contó con la participación de cuatro entrevistados, todos ellos funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores: Allan Wagner, quien ocupó el cargo de Ministro de Relaciones Exteriores entre febrero y julio de 2021; Evelyn Coloma, funcionaria de la Oficina General de Comunicación; Alejandro Neyra, jefe de la Oficina General de Comunicación de marzo de 2013 a agosto de 2014; y Álvaro de Los Ríos, exjefe de la Unidad de Relaciones con la Prensa y de la Oficina General de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores (Véase Tabla 5).

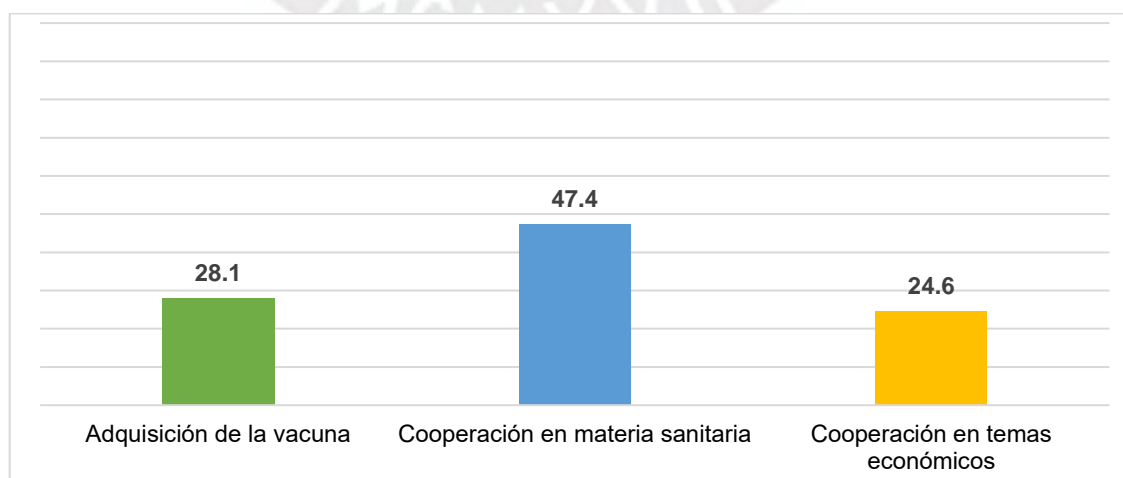
### 3.4. Resultados

Este apartado presenta un análisis del contenido recopilado a través de los *tweets* compartidos por la Cancillería durante el gobierno de Francisco Sagasti. En primer lugar, se examina el porcentaje de *tweets* que abordaron los tres ejes identificados: adquisición de vacunas, cooperación en materia sanitaria y cooperación en temas económicos, considerando los 513 *tweets* publicados durante el período de interés en esta investigación. A continuación, se desagregan los datos según temáticas y aspectos de relevancia para la investigación, tales como la frecuencia de interacciones con el contenido, su distribución a lo largo del tiempo y el tipo de contenido compartido. Además, se destaca la mención de los cinco *tweets* que obtuvieron un rendimiento destacado entre los usuarios de la red.

A partir de la sistematización de *tweets*, es importante considerar que aquellos que abordan las tres temáticas planteadas en la hipótesis representan el 12,08% del contenido publicado por la propia Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado. La razón de ello es que gran parte de las publicaciones se orientaron a aspectos de carácter protocolar, como lo sería la entrega de credenciales a embajadores que representan a sus Estados en el Perú, el saludo por el aniversario de una fecha relevante para otro Estado, entre otros. En lo que respecta a los *tweets* publicados que estuvieron orientados a temas vinculados a la pandemia producto de la COVID-19, casi la mitad de los *tweets* analizados giran en torno a la cooperación bilateral o multilateral en materia sanitaria (Ver Gráfico 3).

Gráfico 3

Porcentaje de tweets analizados respecto a las temáticas vinculadas a la crisis sanitaria por la COVID-19



Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de *tweets* (62).

Por su parte, los estadísticos descriptivos de cada categoría (Ver Tabla 1), indican que, aunque el contenido que buscaba posicionar al Perú como un país comprometido con el acceso a vacunas no fue publicado con tanta frecuencia como el vinculado a la cooperación bilateral y multilateral en materia sanitaria, este último tuvo mayor popularidad entre los usuarios, con una mediana de 56 *likes* por *tweet*, 14 *retweets* y alrededor de 4 respuestas. Por su parte, el contenido vinculado a la cooperación en aras de reactivar la economía en el Perú tuvo un mejor desempeño en cuanto a *likes*, *retweets* y respuestas que el contenido vinculado a la cooperación en materia sanitaria. En todos los casos, los *likes* son la forma predilecta en la que los usuarios han interactuado con las publicaciones.

Tabla 1  
Estadísticos descriptivos a partir de los likes, retweets y comentarios dentro de cada categoría.

	<i>Likes</i>			<i>Retweets</i>			<i>Respuestas</i>		
	$\bar{x}$	Mín.	Máy.	$\bar{x}$	Mín.	Máy.	$\bar{x}$	Mín.	Máy.
<i>País comprometido con el acceso a las vacunas.</i>	56	4	8800	14	-	1800	4	-	419
<i>País comprometido con la cooperación bilateral y multilateral en materia sanitaria.</i>	16	2	461	3	-	81	1	-	20
<i>País que prioriza la reactivación económica mediante la cooperación</i>	20	9	39	4	1	9	2	-	8

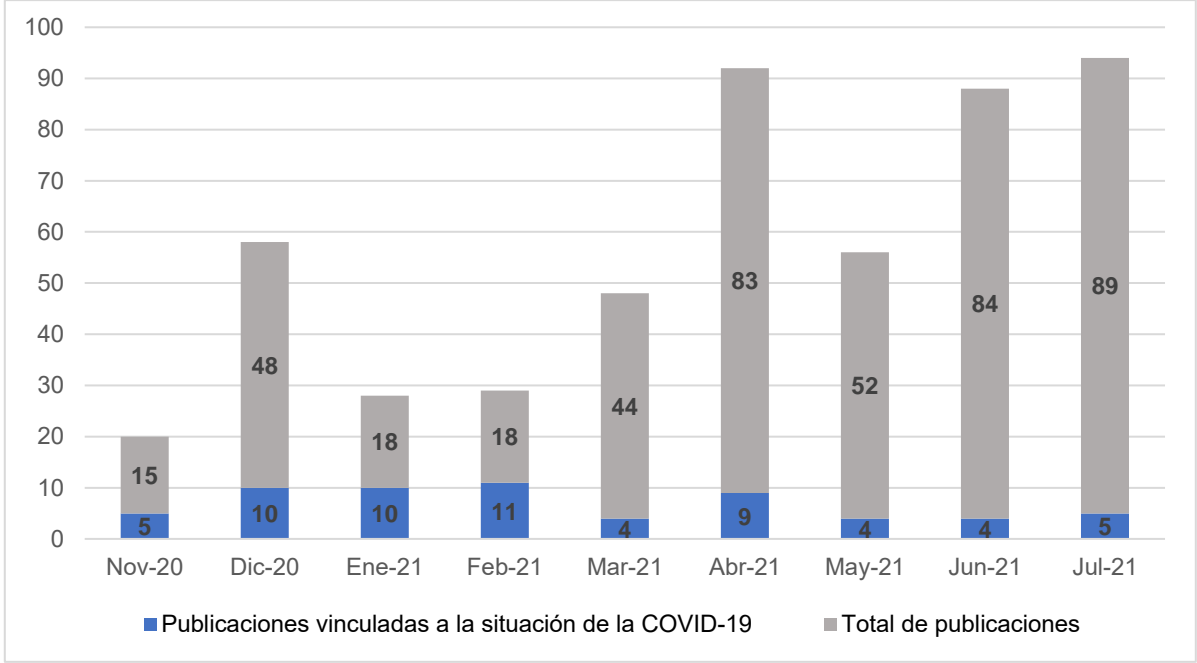
Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de tweets (62)

En cuanto a la frecuencia de publicación de *tweets* durante el periodo de gobierno de Francisco Sagasti (Ver Gráfico 4), se observa que los meses de abril y julio de 2021 registraron la mayor cantidad de publicaciones. Un análisis del contenido compartido durante estos meses revela que esto se relaciona con la primera vuelta electoral de las Elecciones Generales del 2021 en el caso de abril. En lo que respecta a julio, la mayor parte de las publicaciones se vinculan a las actividades llevadas a cabo desde la Cancillería en conmemoración del Bicentenario del Perú. En ambos

casos, el contenido compartido provenía, en la mayoría de las ocasiones, de los diversos Consulados alrededor del mundo, que estaban llevando a cabo las votaciones para los peruanos en el exterior o realizando actividades vinculadas a la celebración de los 200 años de la independencia del Perú.

En cuanto a la publicación de *tweets* sobre temas relacionados con la Cancillería y la COVID-19, se observa un aumento significativo durante los meses de diciembre a febrero de 2021. coincide con los esfuerzos del Gobierno de Sagasti por hacer frente al inicio de la segunda ola de la pandemia y gestionar la llegada de las primeras vacunas al Perú. Por el contrario, los meses de marzo, mayo y junio de 2021 muestran una disminución en la publicación de contenido sobre el acceso a las vacunas, las negociaciones en curso para obtenerlas, la cooperación en asuntos sanitarios y la reactivación económica.

Gráfico 4  
Frecuencia de publicaciones de @CancilleriaPeru en el periodo estudiado

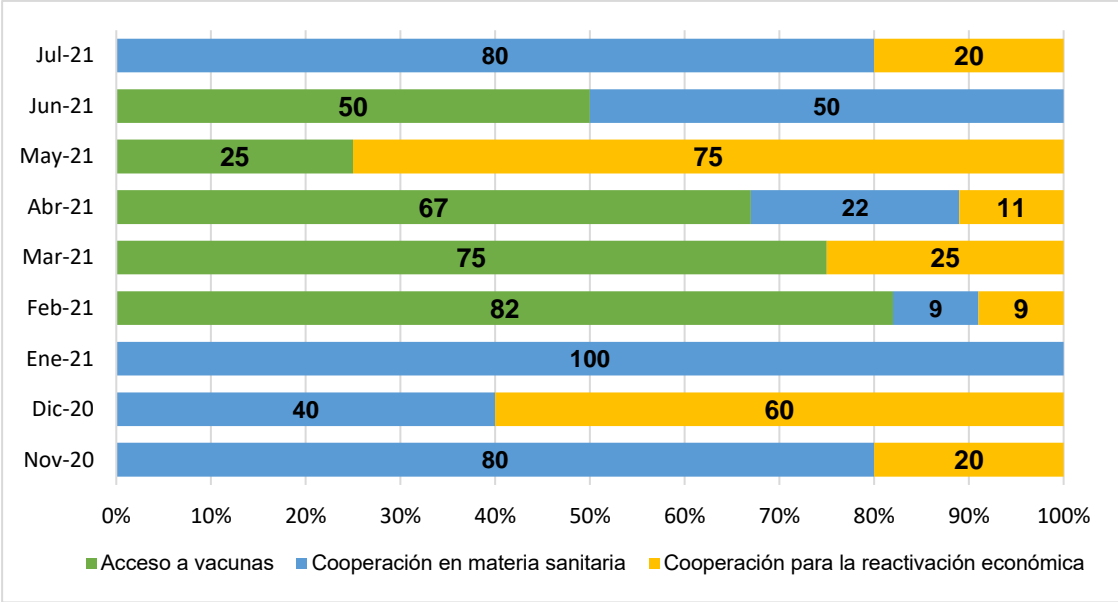


Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de *tweets*.

Al momento de desagregar los 62 *tweets* vinculados a los temas planteados en la hipótesis, el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación económica, se obtienen los siguientes resultados (Ver Gráfico 5). El tema de la cooperación en materia sanitaria estuvo presente durante todos los meses del periodo estudiado, ocupando un menor porcentaje durante los meses de enero y febrero del 2021,

específicamente cuando había un mayor énfasis e interés por parte de la opinión pública sobre el acceso de vacunas, así como las negociaciones que se estaban llevando a cabo. Por su parte, la frecuencia de publicaciones sobre cooperación para afrontar la situación económica y su reactivación fue menor en casi todos los meses. En consecuencia, se puede afirmar que el acceso a las vacunas fue un tema coyuntural, pese a que durante todo el periodo de gobierno se firmaron acuerdos y se recibieron dosis de diversos laboratorios, en coordinación con los consulados del Perú en los países donde se encontraban sus sedes. Por su parte, la cooperación en materia sanitaria estuvo presente durante todo el gobierno de transición. En lo que respecta a los temas de índole económica, estuvieron presentes durante los 8 meses de gobierno, pero en menor grado.

Gráfico 5  
Temas vinculados a la COVID-19 abordados en el Twitter de la Cancillería del Perú por mes (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de *tweets* (62).

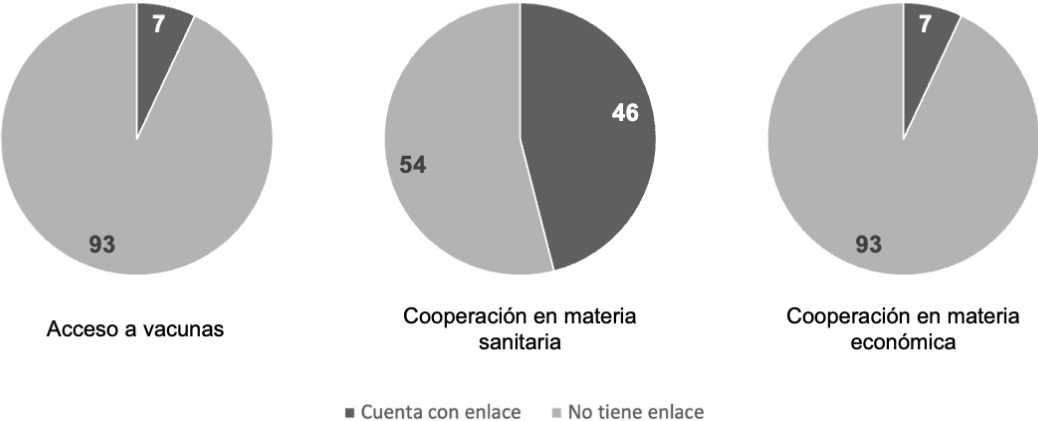
En cuanto a la incorporación de elementos adicionales al mensaje escrito, tales como enlaces a notas de prensa en la página oficial de la Cancillería o la inserción de fotografías, infografías u otro contenido audiovisual, se identifican los siguientes patrones (Ver Gráfico 6). La frecuencia de publicación de notas de prensa que profundizan en la noticia de manera detallada es considerablemente mayor en el contexto de la cooperación sanitaria.

Por su lado, al analizar los *tweets* que contiene un enlace en su redacción, la mayoría adopta la forma de una nota de prensa donde el título de la noticia sirve como

el mensaje principal en Twitter, seguido por el enlace que redirige a la información detallada sobre la noticia en cuestión.

En lo que respecta a los *tweets* relacionados con el acceso a vacunas y la reactivación económica desde la cooperación, la inclusión de enlaces es aún menos frecuente. En los casos en los que se ha compartido un *tweet*, en particular en el tema del acceso a vacunas, se trata de la noticia sobre la llegada de un millón de dosis (@CancilleriaPeru, 7 de febrero de 2021).

Gráfico 6  
Uso de enlaces en los tweets de @CancilleriaPeru a partir de los temas vinculados a la crisis sanitaria de la COVID-19 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de *tweets* (62).

En relación con el uso de contenido audiovisual, se destaca que el 53% de los casos analizados incorporan fotografías, videos, infografías u otro tipo de material visual añadido al *tweet*. Esta evaluación se desagrega por temas (ver Gráfico 7), evidenciando que los *tweets* que abordaron asuntos relacionados con la reactivación económica a través de la cooperación bilateral y multilateral fueron los que mayormente recurrieron a este tipo de contenido.

En lo que respecta al acceso a vacunas, prevalece el uso de imágenes producidas por el Gobierno del Perú, que presentan la ilustración de una vacuna junto con un mensaje similar al contenido del *tweet*, sin añadir información adicional (Ver Figura 1). Por otro lado, el porcentaje de *tweets* vinculados a temas de cooperación en materia sanitaria que incorporaron contenido audiovisual, lo hicieron por medio de

la publicación de fotografías de las reuniones donde se llevaron a cabo estas negociaciones. No obstante, la mayoría de los *tweets* sobre esta temática incluyeron únicamente un enlace a una nota de prensa, sin emplear otros recursos audiovisuales que pudieran reforzar la comunicación del mensaje.

Figura 1  
Ilustración del tweet relacionado con vacunas

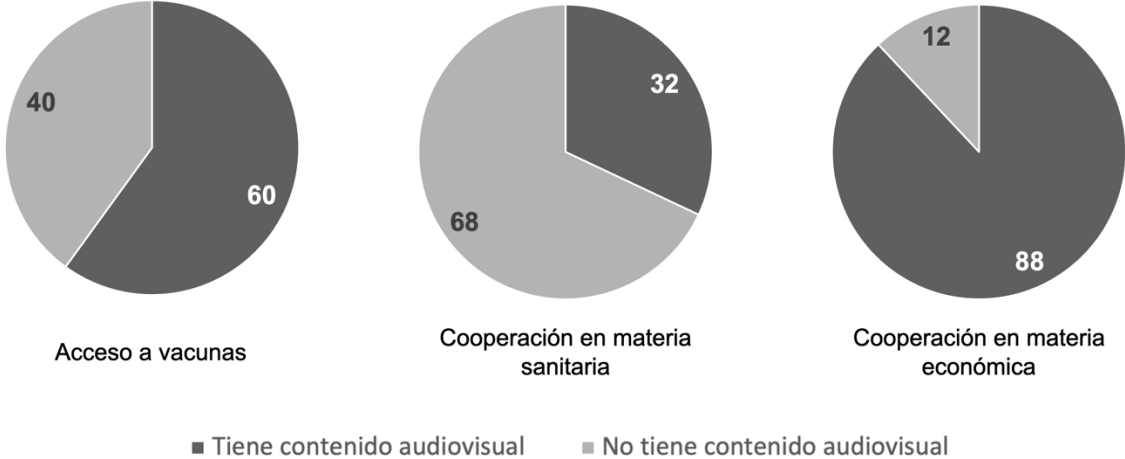


Fuente: @CancilleriaPeru, 9 de febrero de 2021

En este sentido, resulta relevante considerar el impacto que la inclusión de contenido audiovisual tiene en el *engagement* de los usuarios con las publicaciones de Twitter. Diversas investigaciones han abordado esta cuestión, destacando los estudios de Palash (2021) y de Alkashri et al.(2021). El primero, se centra en las cuentas de Twitter de embajadas de 27 países en Estados Unidos, mientras que el segundo se enfoca en las cuentas de las agencias gubernamentales de Emiratos Árabes Unidos. Ambos estudios identifican una correlación positiva entre la inclusión de recursos audiovisuales y la interacción de los usuarios, especialmente cuando se emplean videos. Esta relación sugiere que el limitado uso de recursos audiovisuales en los *tweets* vinculados a la cooperación sanitaria podría haber afectado la capacidad de estas publicaciones para captar la atención y fomentar la participación de la audiencia. Por ello, se vuelve pertinente reflexionar sobre la necesidad de diversificar los recursos visuales empleados, ya que, según la evidencia, su uso estratégico

podría incrementar significativamente el alcance y la interacción de los usuarios con este tipo de contenido.

Gráfico 7  
Uso de contenido audiovisual en los tweets de @CancilleriaPeru a partir de los temas vinculados a la crisis sanitaria de la COVID-19 (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de la sistematización de tweets (62).

Al examinar el contenido que generó la mayor interacción por parte de los usuarios, ya sea en términos de *likes*, *retweets* o respuestas, se observa que los tres tweets principales de la muestra estuvieron específicamente vinculados al acceso a vacunas. El tweet publicado el 28 de junio de 2021 (Ver Figura 2), que hacía expresa mención del acceso a las vacunas del laboratorio Pfizer gracias a las negociaciones llevadas a cabo con el Gobierno de Estados Unidos, tuvo el mayor número de *likes* (8800), *retweets* (1800) y respuestas (419). Cabe mencionar que, durante el tiempo que duró la gestión de Francisco Sagasti, este fue el tweet con mayor número de *likes* de todos los tweets publicados por la cuenta de @CancilleriaPeru.

Figura 2

Tweet con mayor número de likes de @CancilleriaPeru durante el gobierno de Francisco Sagasti



Fuente: @CancilleriaPeru (28 de junio de 2021)

Aunque el foco de la presente investigación no está dirigido a llevar a cabo un análisis de sentimientos sobre el contenido compartido durante este periodo, se observa que parte significativa de los comentarios asociados a estas publicaciones son de índole positiva, expresando agradecimiento a la Cancillería peruana y al Gobierno estadounidense por la donación. Otro segmento de comentarios hace alusión al entonces candidato para las elecciones generales del 2021, Rafael López Aliaga, quien afirmó que obtendría vacunas provenientes de Estados Unidos en caso de resultar elegido. En ese momento, varios de sus seguidores destacaron que López Aliaga había mostrado una visión acertada al proponer esta iniciativa y que no se equivocaba al comprometerse con una medida de tal envergadura. Ello, a pesar de que ninguna de las negociaciones llevadas a cabo por el gobierno del entonces presidente Sagasti involucraba al candidato de Renovación Popular.

En menor medida, algunos usuarios solicitaron detalles adicionales sobre el acuerdo entre el Gobierno peruano y el estadounidense. Otros adoptaron un tono cauteloso respecto al uso final de estas vacunas, haciendo referencia a la controversia ocurrida en febrero del 2021 debido a la vacunación irregular que llevó a la renuncia de la entonces Ministra de Relaciones Exteriores, Elizabeth Astete, y la de otros altos funcionarios.

La segunda publicación con mayor interacción aludía al entonces candidato presidencial y, al momento de redactar esta investigación, alcalde de Lima Metropolitana, Rafael López Aliaga (Ver Figura 3). Con fecha del 24 de marzo de 2021,

este *tweet* desmentía las afirmaciones realizadas por López Aliaga el 21 de marzo en un noticiero local. En dichas declaraciones, señaló que el presidente de Estados Unidos, Joe Biden, había ofrecido un "excedente" de vacunas "al mundo" y que estas habían sido rechazadas por el Gobierno de Sagasti (El Comercio, 24 de marzo de 2021). La respuesta de la Cancillería a estas declaraciones acumuló más de 4000 *likes*, 1300 *retweets* y 303 respuestas.

Figura 3

Tweet con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru durante el gobierno de Francisco Sagasti



Fuente: @CancilleriaPeru, 24 de marzo de 2021

Una parte significativa de los comentarios expresaba críticas negativas hacia la Cancillería y respaldo al entonces candidato. Otros señalaban que la Cancillería tardó varios días en brindar esta aclaración, mientras que algunos usuarios dirigían críticas hacia López Aliaga en sus comentarios.

A manera de síntesis, los *tweets* con mayor interacción en la cuenta de @CancilleriaPeru durante el gobierno de Sagasti estuvieron relacionados con el acceso a vacunas. El más destacado, del 28 de junio de 2021, sobre negociaciones con el Gobierno de EE. UU. para adquirir vacunas Pfizer, con comentarios mayormente positivos. El segundo, del 24 de marzo de 2021, desmentía declaraciones de Rafael López Aliaga sobre un supuesto rechazo de vacunas por parte del gobierno peruano, con reacciones divididas entre críticas y apoyo.

En lo que concierne al siguiente tema, la difusión de información sobre la cooperación en materia sanitaria, el *tweet* con mayor número de interacciones

corresponde al realizado por la Cancillería el 10 de junio de 2021. Este contó con 461 *likes*, 81 *retweets* y 20 comentarios (Ver Figura 4). El *tweet* incluye tres fotografías del entonces Canciller, Allan Wagner, junto al Embajador de Corea del Sur en el Perú, Yungjoon Jo. Entre los comentarios, predominan expresiones de agradecimiento al gobierno coreano por la donación. Se observa el *retweet* del propio Embajador Yungjoon Jo, quien afirmó que, en nombre del gobierno coreano, suscribió el memorándum de entendimiento como “señal de nuestra solidaridad con el Perú y pueblo peruano en la lucha contra la pandemia” (Jo, Y. 10 de junio de 2021).

Figura 4

Tweet sobre la cooperación en materia sanitaria con el mayor número de likes de @CancilleriaPeru



Fuente: @CancilleriaPeru, 10 de junio de 2021

Siguiendo los temas de cooperación en materia sanitaria, el segundo *tweet* que tuvo mayor número de interacciones fue publicado el 4 de julio de 2021, en el marco de las felicitaciones por la Independencia de Estados Unidos (Ver Figura 5). Este *tweet* es parte del hilo publicado por la Cancillería peruana, conmemorando la celebración, y hace mención expresa de la cooperación otorgada por el gobierno estadounidense durante la crisis sanitaria por la COVID-19. Este cuenta con 64 *likes*, 6 *retweets* y 1 respuesta. En este caso, no se observó *retweet* o *like* alguno de la Embajada de Estados Unidos en el Perú, pese a haber sido etiquetada en la publicación. Asimismo, la mayoría de los usuarios que interactuaron con el contenido a través de *likes* o *retweets* fueron ciudadanos peruanos.

Figura 5

Tweet sobre la cooperación en materia sanitaria con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru



Fuente: @CancilleriaPeru, 4 de julio de 2021

En tercer lugar, en lo que respecta a la cooperación en temas económicos, principalmente vinculada a la reactivación de la economía nacional luego del periodo más crítico de la pandemia, el *tweet* con mayor número de *likes* y *retweets* corresponde al 29 de abril de 2021 (Ver Figura 6). Esta publicación cuenta con 39 *likes*, 9 *retweets* y un comentario que hace referencia a la posibilidad de que el Perú adopte las prácticas llevadas a cabo en Nueva Zelanda a lo largo de la pandemia. En la publicación figuran como etiquetados el Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio de Nueva Zelanda y la Embajada de Perú en Nueva Zelanda. En lo que respecta a los *retweets*, figura el de la Embajada de Nueva Zelanda en Chile, acreditada a Perú y Bolivia. El *retweet* está acompañado por el mensaje: “Las consultas políticas celebradas entre PE y NZ reconocieron la cercana relación bilateral, nuestros valores compartidos incluyendo la importancia de un sistema multilateral basado en normas, y nuestro trabajo conjunto en foros multilaterales como APEC.” (NZ Embassy Santiago, 30 de abril de 2021).

Figura 6

Tweet sobre la cooperación en materia económica con el mayor número de likes de @CancilleriaPeru



Fuente: @CancilleriaPeru, 29 de abril de 2021

El segundo *tweet* con más *likes* vinculado al aspecto económico también involucra cooperación con otro país de Oceanía (Ver Figura 7). El *tweet*, compartido el 17 de mayo de 2021, tiene 28 *likes*, 6 *retweets* y un comentario que consulta acerca de convenios con Australia para jóvenes peruanos interesados en migrar a dicho país. El *tweet* publicado por la Cancillería fue *retwitteado* por la Embajada de Perú en Australia y *likeado* por las cuentas oficiales de Paul Garnier, embajador de Suiza en Perú y de Maree Ringland, Embajadora de Australia para Perú y Bolivia.

Figura 7

Tweet sobre la cooperación en materia económica con el segundo mayor número de likes de @CancilleriaPeru



Fuente: @CancilleriaPeru, 17 de mayo de 2021.

En resumen, el presente apartado dio cuenta del contenido analizado durante el periodo de gobierno de Francisco Sagasti, del 17 de noviembre de 2020 al 28 de julio de 2021. Al profundizar, se destaca que el tema de mayor interés para los usuarios de Twitter que interactuaron con la cuenta de la Cancillería fue el acceso a vacunas. Aunque este contenido se difundió principalmente en los meses de enero y febrero de 2021, los tweets más con mayor impacto estuvieron relacionados con la llegada de vacunas desde Estados Unidos. Es importante señalar que este tema no estuvo exento de controversias, ya que el segundo *tweet* con mayor cantidad de *likes* en este periodo refutó declaraciones de uno de los candidatos presidenciales. Además, una revisión más detallada de los *tweets* relacionados con la llegada de dosis para la población peruana revela que algunos usuarios cuestionaron o mencionaron en los comentarios la vacunación irregular ocurrida en febrero de 2021. Sin embargo, a lo largo de este período, no se observó en la cuenta de Twitter de la Cancillería la publicación de contenido destinado a refutar o abordar la vacunación irregular que implicó a funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores. A pesar de que la restauración de la legitimidad y el prestigio de la Cancillería se percibía como una de

las principales prioridades de la gestión de Allan Wagner después de este evento, no se compartió información al respecto en la plataforma.

Los *tweets* que abordaron la cooperación en materia sanitaria se mantuvieron durante todo el periodo del gobierno de Sagasti, generando un número menor de *likes* en comparación con los vinculados a la adquisición de vacunas, aunque mantuvieron un número aún considerable. La mayoría de este contenido compartido incluía enlaces y, en algunas instancias, fotografías de los encuentros entre los representantes de las partes. Sin embargo, se observa que los *tweets* que solo consistían en notas de prensa no alcanzaron la misma popularidad que aquellos que incorporaban contenido audiovisual. La Cancillería priorizó etiquetar a agencias gubernamentales, ONGs y Embajadas del Perú en el exterior que proporcionaban donaciones al país. En cuanto a la cooperación en temas económicos, la frecuencia fue menor que en el caso de las vacunas o la cooperación sanitaria, y las referencias al respecto fueron menciones sin detalles específicos sobre la concreción de este tema.

En los tres casos, la mayoría de las interacciones ya sea a través de *likes*, *retweets* o respuestas, provinieron de peruanos que aún residen en el país o viven en el extranjero. Ello refuerza la idea planteada en la hipótesis de que el contenido que el Ministerio de Relaciones Exteriores compartía estaba orientado a un público local. Por lo tanto, la aproximación al caso de estudio desde la diplomacia digital doméstica es más adecuada, en la medida en que los resultados no han arrojado mayores indicios de un intento de compartir y comunicar esta información a públicos internacionales. De acuerdo con De Los Ríos (comunicación personal, 10 de noviembre de 2023) y Coloma (2020), la consolidación de una diplomacia pública a partir de herramientas digitales como las redes sociales se vería favorecida si hubiera una mayor estandarización y coordinación entre las redes del Ministerio de Relaciones Exteriores y las de las embajadas, consulados y misiones diplomáticas del Perú en el mundo. Finalmente, como De Los Ríos y Coloma mencionaron, la frecuencia de publicación, los tipos de contenido, el manejo de recursos audiovisuales y la interacción con los usuarios, quedan a discrecionalidad de cada una de estas entidades, más allá de una suerte de estrategia comunicativa que se promueva desde el Ministerio de Relaciones Exteriores.

En este sentido, a partir de los resultados obtenidos, se podría afirmar que sí existió un interés desde la Cancillería de posicionar entre la opinión pública y los usuarios nacionales la imagen de un Estado peruano orientado a hacer frente a la

crisis sanitaria a través del acceso a las vacunas, a la cooperación con otros Estados y actores internacionales para el acceso a cooperación sanitaria, y a las negociaciones que realizaba con el fin de reactivar la economía a través de la cooperación. En primer lugar, en lo que respecta a las vacunas, este posicionamiento se refuerza a través de las aclaraciones brindadas por la Cancillería en torno a las noticias falsas sobre las adquisiciones y el proceso de negociación. En segundo lugar, en lo que a la crisis sanitaria se refiere, los resultados demuestran este fue el tema que resultó de mayor interés para la Cancillería durante el Gobierno de Francisco Sagasti. En tercer lugar, aunque fueron temas presentes a lo largo de todo el gobierno, la cooperación bilateral o multilateral en materia sanitaria o en torno a la reactivación económica no contó con el mismo grado de interacciones por parte de los usuarios. Pese a ello, la mayoría de los usuarios que sí interactuaban con este contenido presentaron actitudes positivas hacia este tipo de *tweets* y, en algunas ocasiones, preguntaron por más información sobre las donaciones, negociaciones o acuerdos firmados que estuvieran orientados en ambos objetivos.

En conclusión, aunque durante el gobierno de Sagasti se difundió —mediante documentos oficiales, entrevistas a funcionarios y el contenido compartido— información que reflejaba el interés y compromiso del Perú con el acceso a vacunas, y la cooperación en los ámbitos sanitario y económico, estos temas solo constituyeron un 12% del total de los *tweets* compartidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores durante el gobierno de Sagasti. En el siguiente apartado se analizará la limitación principal del uso de Twitter por parte de la Cancillería Peruana: no generar una comunicación bidireccional con los usuarios, en tanto no se logró un *engagement* con los usuarios nacionales de las redes. Asimismo, se dará cuenta de la ausencia de un público internacional que pudo haber tenido acceso a e interacciones con el contenido compartido.

## Capítulo 4: Limitaciones en el uso de Twitter por parte de la Cancillería peruana

### 4.1. Acercamientos teóricos al *engagement*

Según Johnston (2018), el *engagement*, conceptualizado como un enfoque multidimensional y dinámico en la comunicación organizacional, implica atributos psicológicos y conductuales relacionados con la conexión, interacción y participación. Este concepto se asocia con la obtención de diferentes resultados según el nivel en el que se analice. A nivel individual, puede traducirse en una mayor lealtad hacia una marca o proyecto; a nivel organizacional, en el fortalecimiento de relaciones con los públicos o una mejor reputación; y, a nivel social, en la movilización de personas alrededor de una causa o en la creación de redes colaborativas. La comprensión del *engagement* depende, por tanto, del nivel de análisis, considerándose a nivel individual una relación directa y, a nivel social, un proceso dinámico de influencias mutuas entre los receptores y la organización emisora.

Cuando se aborda desde un carácter instrumental, el *engagement* se percibe como una estrategia para alcanzar los objetivos de la organización, ya sea mejorando la eficiencia de los trabajadores o fomentando el apoyo de los consumidores del contenido. A nivel organizativo, el *engagement* de las partes interesadas se utiliza como una herramienta para conectar objetivos relacionales con metas financieras, sociales o reputacionales.

Desde una perspectiva interpretativa, se hace referencia al *engagement* cívico, concepto desarrollado por Putnam (2002), quien sostiene que desempeña un papel fundamental en las democracias. Según el autor, el *engagement* cívico permite que las voces y demandas de la sociedad sean escuchadas, teniendo una influencia en la toma de decisiones gubernamentales.

En relación con la aplicación del concepto de *engagement* en los estudios sobre diplomacia, las aproximaciones han estado mayormente centradas en trabajos que abordan la diplomacia pública. Según Dolea (2018), este concepto ha ganado gradual importancia en la investigación de este campo de estudio. Asimismo, autores como Gilboa (2015) sostienen que la nueva diplomacia pública refleja el *engagement* con la opinión pública, tanto en el ámbito de intereses nacionales como globales, ya sean estos compartidos o en conflicto.

Dolea (2018) señala que el estudio del *engagement* en el contexto de la diplomacia pública ha estado limitado principalmente debido a su enfoque estado-

céntrico, en el que el Estado es el actor principal que establece una comunicación unidireccional. Sin embargo, la autora afirma que la adopción de un enfoque más crítico hacia las relaciones públicas y el *nation-branding* ha abierto un campo de estudio que considera a otros actores y procesos que contribuyen e influyen en un proceso más complejo de comunicación.

En cuanto a la importancia de abordar el *engagement* en la diplomacia pública, Dolea (2018) argumenta que va más allá de ser simplemente un punto de referencia para evaluar programas o iniciativas provenientes del Estado. Aunque reconoce la utilidad de esta perspectiva, la autora sostiene que resulta insuficiente. Así, argumenta que la diplomacia pública exitosa no solo requiere una planificación estratégica y eficiente, y un desarrollo profesional continuo, sino también un análisis profundo del papel en evolución de la diplomacia pública y de los diplomáticos en contextos dinámicos, ya sean globales, regionales o nacionales. En este contexto, el *engagement* entre varios públicos no debe ser concebido únicamente como el resultado de una minuciosa secuencia de comunicación estratégica, sino como un continuo, propio del proceso comunicativo.

En esta línea, la autora sostiene que la diplomacia pública puede entenderse como un conjunto de discursos de *engagement*, que se despliegan en tres niveles: participación (los actores forman parte activa en el proceso dinámico de diálogo), interacción (los actores interactúan e influyen mutuamente), y co-creación (los actores buscan imponer discursos específicos que, en última instancia, son creados de manera conjunta). De este modo, la perspectiva de Dolea (2018) resalta la importancia de diversos entornos y condiciones internas que generan, moldean o influyen en los discursos existentes. De este modo, es claro que este proceso no es estático, sino más bien fluido y cambiante.

En este marco, se señala que la concepción común asume que las acciones y programas de un Estado reflejan la orientación de su diplomacia pública. No obstante, se pasa por alto el hecho de que las organizaciones intergubernamentales pueden tener perspectivas diversas, llegando incluso a competir por establecer un discurso dominante. Además, cuando la perspectiva de la diplomacia pública evoluciona dentro de estas instituciones, es posible comprender la reconstrucción interna que se da en esta materia, es decir, en los procesos discursivos y de competencia por el dominio de una visión o narrativa en la diplomacia pública.

Este aspecto cobra una relevancia fundamental para la presente investigación, ya que se reconoce el papel crucial que desempeña la organización interna del Ministerio de Relaciones Exteriores en la forma en que se comunica la información, se comparte el contenido y se define la estrategia dirigida a las audiencias objetivo.

Aterrizándolo en el contexto de la diplomacia pública digital, el concepto de *engagement* puede entenderse, desde la mirada de Vivek, Beatty y Morgan (2012), como la intensidad de la participación y la conexión de un individuo con las actividades de una organización. Este concepto, al formar parte del proceso comunicacional, se define como una comunicación bidireccional y simétrica que no exige necesariamente que la organización responda a todos los mensajes o comentarios de los usuarios. Sin embargo, sí implica un enfoque democrático y participativo, en el cual el público dispone de un espacio para expresarse y hacer oír su voz.

En consecuencia, las redes sociales funcionan como un espacio en el que, por excelencia, los usuarios pueden interactuar con el contenido de diversas organizaciones, figuras públicas u otros usuarios. En esta línea y tomando en cuenta su vínculo con la “nueva diplomacia pública”, Hayden (2013) afirma que la irrupción de las redes sociales supone un cambio significativo respecto al modelo de difusión unidireccional de la diplomacia pública, al utilizarlas para fomentar una comunicación bidireccional con las audiencias.

De acuerdo con Khan et al. (2021), Sundtrom y Levenshus (2017), Kornprobst y Ricarda, (2017), y Mercea y Guille (2016), Twitter es, por excelencia, una plataforma que ha permitido a los usuarios involucrarse activamente con el contenido a través de *likes*, respuestas y comentarios. De esta manera, la plataforma ofrece un espacio que facilita el acceso a la información, el debate y la promoción de agendas de gobierno a través de la comunicación bidireccional.

Se puede argüir, entonces, que el *engagement* en el uso de las redes sociales de los Ministerios de Relaciones Exteriores refiere al proceso de establecer y mantener una comunicación bidireccional con el público a través de la solicitud activa de retroalimentación, la respuesta a comentarios o dudas, y la creación de una sensación de comunidad. En este punto, resulta particularmente relevante la aproximación teórica de Dolea (2018), quien considera que el análisis crítico del contenido compartido permite entender cómo las entidades del Estado influyen en la elaboración y difusión de información. Esta aproximación se enmarca en la importancia de considerar los factores internos de las entidades gubernamentales al

analizar cómo se desarrollan los discursos de *engagement*. Estos procesos comunicativos tienen como objetivo crear espacios de interacción, diálogo y negociación en torno a mensajes estratégicos. Sin embargo, dichos discursos no están exentos de tensiones internas ni de dinámicas de poder, las cuales determinan tanto sus limitaciones como sus potencialidades para generar *engagement* con los usuarios de la red. A partir de esta definición, se presentarán las diferentes aproximaciones teóricas elaboradas sobre el *engagement* en el caso de la Cancillería peruana, así como la metodología adoptada para el estudio.

#### 4.2. El caso peruano: Antecedentes y metodología

Autores como Kampf et al. (2015), consideran que —a diferencia de otras ramas del gobierno— los Ministerios de Relaciones Exteriores son “relativamente nuevos con relación a su presencia en las redes sociales” (p.7). Por ello, se considera que la experiencia de estos Ministerios en el uso de redes sociales es más limitada que el de otras entidades gubernamentales y eso implica un reciente interés por establecer una comunicación de carácter bidireccional con los usuarios. No obstante, el caso peruano resulta de interés, puesto que la cuenta de Twitter de la Cancillería fue una de las primeras en ser creadas a nivel del Ejecutivo. De acuerdo con el diplomático Álvaro de los Ríos, quien ha trabajado en la Oficina de Prensa de la Cancillería del Perú, la creación de esta plataforma en un inicio fue impulsada por aquellos funcionarios de la Cancillería que se desempeñaban en el rubro de las comunicaciones, más que una iniciativa que surgiera del mismo ministro o de los cargos superiores (comunicación personal, 10 de noviembre de 2023).

En lo que respecta a estudios en el contexto peruano, es importante considerar los hallazgos de Romero et al. (2021) en materia de la interacción y asistencia consular a través de Twitter brindada por distintas Cancillerías del continente americano durante los primeros meses de la pandemia producto de la COVID-19 (del 15 de marzo al 30 de abril del 2020). Entre los casos de estudio, consideraron a 7 cancillerías de Chile, Brasil, Ecuador, Estados Unidos, El Salvador, México y Perú. En el caso peruano, se analizó una muestra de 205 *tweets*. Para ello, utilizaron las métricas de popularidad, compromiso y viralidad, que finalmente brindaron un valor para medir el *engagement* de cada una de las instituciones analizadas (Ver Tabla 2). Estos resultados son útiles para la presente investigación, ya que proporcionan cifras comparativas para determinar si el nivel de *engagement* de la Cancillería peruana

aumentó con el paso del tiempo. Además, la metodología resulta relevante porque ambos estudios se desarrollaron en el marco de la crisis sanitaria.

Romero et al. (2021) se centró en los primeros meses de la pandemia, mientras que la presente investigación analiza el periodo de gobierno de Francisco Sagasti. De acuerdo con los hallazgos de los autores, el Perú ocupó el tercer lugar entre los siete Ministerios de Relaciones Exteriores analizados, obteniendo un 25.90% en términos de *likes* (interpretados como popularidad), después de El Salvador y Chile. Cabe destacar que los autores señalan que ninguno de estos tres países examinados lideró en términos de seguidores o número de publicaciones. En el contexto peruano, la Cancillería se posicionó como la cuarta con más seguidores y la segunda con el menor número de *tweets* publicados, superada únicamente por la Cancillería chilena en este segundo aspecto. De forma transversal a casi todos los ministerios evaluados, el indicador de compromiso mostró los valores más bajos, con un promedio del 4.20% de *tweets* que recibieron alguna respuesta. Destaca específicamente Chile, que alcanzó un mayor compromiso con 19.90%. Finalmente, en cuanto a la viralidad del contenido, en el caso chileno se registró el valor más alto con un 20.60%, mientras que el Perú se situó junto con México como la segunda cancillería con mayor viralidad, alcanzando un valor de solo el 7.60%.

Para abordar la comunicación dialógica, definida como el intercambio entre dos o más actores, los autores recurren a la teoría de la comunicación dialógica de Kent y Taylor (1998). Esta teoría se utiliza para analizar las conversaciones sostenidas entre el Ministerio y los ciudadanos que solicitaban información. En el caso peruano, el número de usuarios que escribieron o etiquetaron a través de una respuesta a un *tweet* publicado por el Ministerio de Relaciones Exteriores fueron 1057, de los cuales un 6.34% recibieron una respuesta de la Cancillería.

Este dato cobra relevancia al analizar la generación de visitas de retorno, entendida como la interacción repetida del usuario con la cuenta oficial del Ministerio de Relaciones Exteriores. En el caso peruano, esta cifra fue de 1.5, puntuando la segunda más baja de las siete cancillerías estudiadas. Finalmente, con respecto a la utilidad de la información proporcionada, medida a través de la sumatoria de *tweets* marcados como favoritos entre el total de los *tweets* publicados, el Perú tiene un 91%, ubicándose detrás de Estados Unidos, México y Chile. De acuerdo con los autores, los resultados obtenidos son útiles para detectar diversos aspectos y oportunidades de mejora en la gestión de Twitter de las Cancillerías de países con menor alcance y

número de seguidores, como consideran a las Cancillerías chilena, salvadoreña y peruana.

La presente investigación recogerá la metodología empleada por Romero et al. (2021) para calcular el *engagement* de la Cancillería durante el periodo de gobierno de Francisco Sagasti (Ver Tabla 2). Con respecto al número total de seguidores, la presente investigación utiliza un aproximado, puesto que el acceso al número exacto durante el periodo de tiempo no es abierto. En ese sentido, se utilizará el valor de 308 000 seguidores, calculados para el mes de abril de 2021. En primer lugar, se realiza un cálculo del *engagement* respecto a los *tweets* enfocados en temas vinculados a la pandemia de la COVID-19 sobre el número de los *tweets* totales publicados durante el periodo de tiempo establecido y, posteriormente, ello se recalcula para cada una de las tres temáticas sobre el número de *tweets* totales vinculados a la pandemia de la COVID-19. En lo que respecta a la aplicación de la teoría de comunicación dialógica, las limitaciones de la propia investigación al momento de recopilar los datos impiden aplicar los indicadores utilizados por los usuarios para brindar luces al respecto.

Asimismo, se tomará en consideración el análisis de contenido realizado previamente y los comentarios ofrecidos por los funcionarios del Ministerio de Relaciones Exteriores. Este primer aspecto resulta relevante en tanto Romero et al. (2021) reconocen en sus conclusiones el valor que puede tener el análisis de contenido cualitativo en investigaciones que busquen abordar el *engagement* a través de Twitter. El segundo aspecto resulta importante en la medida en que Dolea (2018) reconoce que los factores internos de la organización juegan un rol en la forma cómo se construye el discurso y el impacto que esto finalmente tiene en el *engagement* entre la entidad y los usuarios que interactúan o no con su contenido.

Tabla 2  
Cálculo de engagement ciudadano en Twitter

Categorías	Indicadores
Popularidad	P1: Número de <i>tweets</i> marcados como favoritos ( <i>likes</i> )/ N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	P2: Suma de favoritos logrados en los <i>tweets</i> / N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	P3: (Valor de P2/ total de seguidores de la cuenta) * 1000
Compromiso con el usuario	C1. Número de <i>tweets</i> que tienen <i>reply</i> en la muestra / N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	C2: Suma de comentarios logrados en los <i>tweets</i> / N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	C3: (C2/ N° de seguidores de la cuenta) * 1000
Viralidad	V1: Número de <i>tweets</i> que han sido <i>retwitteados</i> / N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	V2: La suma de <i>retweets</i> logrados por los <i>tweets</i> publicados/ / N° total de <i>tweets</i> publicados por la Cancillería durante el periodo de tiempo delimitado
	V3: (V2/ N° de seguidores de la cuenta) * 1000
<i>Engagement:</i>	P3 + C3 + V3

Fuente: Elaboración propia basada en la métrica elaborada por Romero et al. (2021) y las propuestas de Bosón et al. (2019)

#### 4.3. Análisis de resultados

A partir de la metodología presentada, se analizan los resultados generales en torno al grado de *engagement* del contenido compartido por la Cancillería orientado a los tres grandes objetivos en materia de la COVID-19: el acceso a vacunas para hacer frente a la COVID-19, cooperación en materia sanitaria y la reactivación económica a través de la cooperación económica (Véase Tabla 3). Con respecto a los indicadores evaluados, se obtiene un valor de 10.2% en lo que respecta a popularidad, 5,7% en compromiso y 2,3% en viralidad. A excepción del compromiso, estos valores serían inferiores a los resultados obtenidos por Romero et al. (2021), pues, el creciente número de seguidores no se traduce necesariamente en un mayor *engagement*. Esto implicaría que, si bien la información se difunde y llega a más usuarios que empezaron a seguir a la Cancillería, las interacciones que se generan con los usuarios no han aumentado desde las cifras calculadas para inicios del 2020, sino que han disminuido.

Tabla 3

Cálculo de engagement ciudadano de @CancilleriaPeru (17 de noviembre del 2020 al 28 de julio de 2021) y resultados obtenidos por Romero et al. (15 de marzo al 30 de abril de 2020)

Usuario	N° de seguidores	N° de tweets	Popularidad	Compromiso	Viralidad	Engagement
@CancilleriaPeru (17 de noviembre de 2020 al 28 de julio de 2021)	308 000	513	0.102	0.057	0.023	0.182
@CancilleriaPeru (Resultados de Romero et al, del 15 de marzo al 30 de abril del 2020)	261 4000	205	0.259	0.028	0.078	0.365

Fuente: Elaboración propia basada a partir de la sistematización de *tweets* y los resultados obtenidos por Romero et al. (2021, p.12)

Este resultado se alinea con los comentarios de De Los Ríos (comunicación personal, 10 de noviembre de 2023) que afirma que, si bien la Cancillería cumple con difundir la información a los usuarios y mantenerlos al tanto de las actividades que hacen, no se establece una comunicación bidireccional ni se recibe constantemente una reacción por parte de los seguidores.

Siguiendo el anterior punto, Coloma (comunicación personal, 31 de octubre de 2023) considera que el formato propio de Twitter favorece la proliferación de información, más no necesariamente se piensa en esta plataforma como una en donde puedan recogerse las reacciones, demandas, necesidades o intereses de la opinión pública. Ello, de acuerdo con la diplomática, va de la mano con que no existe un manual o un plan estratégico sobre el manejo de dicha plataforma. Un caso que contraste con ello, según Coloma, es la plataforma de TikTok de la Cancillería, la cual empezó a publicar contenido desde marzo del 2023, desde su creación, se ha planificado la elaboración de contenido acorde a las tendencias y a la información que los usuarios solicitan. Es menester mencionar que, tras una rápida revisión de la cuenta y en línea con lo mencionado por Coloma, la cuenta en TikTok de la Cancillería contesta activamente los comentarios y consultas que los usuarios realizan en la plataforma.

En el caso de Twitter, tal como lo mencionó en su momento Wagner (comunicación personal, 20 de junio de 2023), esta plataforma se orienta a la difusión de la información de una manera similar a las notas de prensa publicadas en la

Cancillería, con el fin de hacerlas de conocimiento público. Si bien, como menciona De Los Ríos (comunicación personal, 10 de noviembre de 2023), existen iniciativas para generar un contenido que esté más orientado a las redes sociales, estas dependen de las voluntades de quienes se encuentren a la cabeza de la Oficina General de Comunicación y quien lidere el Ministerio de Relaciones Exteriores. En ese sentido, la falta de una planificación estratégica que articule el uso de las redes sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores, junto con embajadas, misiones diplomáticas y consulados, limita su potencial para contribuir a la construcción de una imagen positiva del Perú ante la opinión pública nacional e internacional. Su efectividad dependerá, en última instancia, de la importancia que le asignen los líderes de la institución.



## Conclusiones

La presente investigación ha demostrado que el uso de la *Twiplomacy* durante el gobierno de transición de Francisco Sagasti desempeñó un papel relevante en el cumplimiento de los objetivos de política exterior peruana en el contexto de la pandemia de la COVID-19. En un escenario caracterizado por el distanciamiento social y la digitalización acelerada, la Cancillería Peruana recurrió a Twitter como medio principal para transmitir información sobre tres temas prioritarios: el acceso a vacunas, la cooperación sanitaria internacional y la reactivación económica. Sin embargo, aunque estas acciones contribuyeron a consolidar una imagen institucional proactiva, el impacto de esta estrategia fue limitado por una falta de un *engagement* sostenible.

Los resultados del análisis de los *tweets* de @CancilleriaPeru evidencian que la comunicación se centró predominantemente en la difusión de contenido informativo, lo que restringió la interacción con los usuarios. La ausencia de respuestas, comentarios y otros elementos que fomenten el diálogo bidireccional en esta plataforma demuestra que no se aprovechó plenamente el potencial de las redes digitales para fortalecer la diplomacia pública. Este enfoque limitado puede explicarse por la falta de una estrategia de comunicación digital claramente definida en ese momento. Sin embargo, en los últimos años, la Cancillería ha evidenciado un proceso de evolución mediante la incorporación de plataformas como Instagram y TikTok, las cuales amplían significativamente las posibilidades de interacción con los usuarios. Asimismo, se ha observado una mayor planificación estratégica en la gestión del contenido, lo que denota un aprovechamiento más efectivo y enriquecedor del potencial comunicativo de las redes sociales.

La orientación hacia un público principalmente nacional también es un aspecto destacable. La evidencia sugiere que, aunque se logró captar la atención de usuarios peruanos, se desaprovechó la oportunidad de generar un impacto significativo en audiencias internacionales. Esto plantea la necesidad urgente de mejorar la coordinación entre las distintas misiones diplomáticas del Perú en el extranjero, con el fin de articular mensajes alineados y fomentar una comunicación constante con públicos de otros países. Una estrategia de diplomacia digital más integrada podría fortalecer la imagen del país a nivel global, aumentando su influencia y capacidad de *soft power*.

Asimismo, se observó que los niveles de interacción fueron más elevados en momentos de crisis, como durante las campañas de elecciones consulares y repatriación de ciudadanos. No obstante, estas acciones no lograron mantener un compromiso constante por parte de los usuarios. Este hallazgo sugiere la importancia de planificar estrategias que no solo reaccionen a eventos extraordinarios, sino que también mantengan el interés de las audiencias en el largo plazo a través de contenidos relevantes, frecuentes y participativos.

Por su lado, el crecimiento en el número de seguidores de la cuenta institucional no se tradujo en un incremento proporcional de interacciones. Este fenómeno pone de manifiesto la necesidad de innovación en las técnicas de comunicación digital. Las estrategias tradicionales, basadas exclusivamente en la difusión de información, deben evolucionar hacia modelos que prioricen la experiencia del usuario, promoviendo la participación activa y bidireccional, mediante el uso de herramientas interactivas y narrativas visuales más atractivas.

El estudio también aporta al debate teórico sobre la diplomacia digital, destacando que la *Twiplomacy* es una práctica en constante transformación. Los retos asociados al entorno digital, como la proliferación de noticias falsas y la velocidad de propagación de información, exigen que las instituciones diplomáticas se adapten rápidamente para gestionar narrativas y mantener la legitimidad institucional. En este contexto, el monitoreo continuo de tendencias digitales y el desarrollo de capacidades para una respuesta ágil se convierten en elementos esenciales para el éxito de cualquier estrategia de diplomacia digital.

De cara a futuras investigaciones, es crucial profundizar en el estudio de la relación entre la diplomacia digital y el manejo de crisis políticas. La experiencia del gobierno de transición de Sagasti, así como los sucesos posteriores y aquellos relacionados con el gobierno de Dina Boluarte, constituyen ejemplos relevantes. Investigaciones adicionales podrían explorar cómo las herramientas digitales han sido empleadas por las embajadas y consulados peruanos para gestionar su comunicación con públicos locales e internacionales. Además, estas nuevas dinámicas de adaptación representan una oportunidad para analizar la capacidad del Estado peruano de construir una imagen internacional coherente y consolidada a través del uso de tecnologías digitales.

Finalmente, es imperativo considerar que, desde la culminación de la investigación, la cuenta de la Cancillería en la plataforma hoy denominada X, ha

registrado un crecimiento exponencial en su número de seguidores, al tiempo que ha enfrentado múltiples crisis que han requerido respuestas diplomáticas rápidas. Los cuestionamientos por parte de Estados vecinos, organismos internacionales y la opinión pública extranjera en torno a situaciones como el rechazo al mandato de Dina Boluarte, la negativa a entregar la presidencia pro-tempore de la Alianza del Pacífico, y las críticas relacionadas con las muertes producidas en las protestas ocurridas en 2022 y 2023, destacan la importancia de contar con estrategias de comunicación que permitan gestionar eficazmente este tipo de controversias. Estas experiencias ofrecen valiosas lecciones para el desarrollo continuo de la *Twiplomacy* en el Perú, constituyendo un objeto de estudio fundamental para futuras investigaciones.



## Referencias bibliográficas

Acuerdo Nacional (2002). 6. *Política exterior para la paz, la democracia, el desarrollo y la integración*. Acuerdo Nacional. <https://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado/politicas-de-estado-castellano/i-democracia-y-estado-de-derecho/6-politica-exterior-para-la-paz-la-democracia-el-desarrollo-y-la-integracion/>

Adesina, O. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy, *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/23311886.2017.1297175>

Aguirre, D., & Erlandsen, M. (2018). Digital Public Diplomacy in Latin America: Challenges and Opportunities. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 113, 1–17. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.149>

Alanka, Ö., y Çimen, Ü. (2023). *Twitter as a Digital Channel of Public Diplomacy in Turkey*. En *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses* (pp. 176-189). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5822-8.ch013>

Alkashri, Z., Alqaryouti, O., Siyam, N., Shaalan, K. (2021). Mining Dubai Government Tweets to Analyze Citizens' Engagement. En: Al-Emran, M., Shaalan, K., Hassanien, A. (Eds.) *Recent Advances in Intelligent Systems and Smart Applications. Studies in Systems, Decision and Control* (vol 295). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-47411-9\\_33](https://doi.org/10.1007/978-3-030-47411-9_33)

Almuftah, H., Weerakkody, V., y Sivarajah, U. (2016). E-Diplomacy: A systematic literature review. *ACM International Conference Proceeding Series*, 01-03-March-2016, 131–134. <https://doi.org/10.1145/2910019.2910083>

Azpíroz, M.-L. (2023). ¿Existe una diplomacia digital en los países del grupo MENA? Análisis de las webs de sus embajadas en España. *Communication & Society*, 36(2), 271-289.

Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). (2020). *El Estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19*. [informe] [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/EI\\_estado\\_de\\_la\\_digitalizacion\\_de\\_America\\_Latina\\_frente\\_a\\_la\\_pandemia\\_del\\_COVID-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1540/EI_estado_de_la_digitalizacion_de_America_Latina_frente_a_la_pandemia_del_COVID-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Bassante, D. (2013). Diplomacia digital. Las relaciones internacionales en tiempos de Twitter y Facebook. *Afese*, 57(57), 73–97.

Bjola, C. (2018). Diplomacia digital 2.0: Tendencias Y Resistencias. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 113(September), 35–52.

Bjola, C., y Holmes, M. (2015). Digital diplomacy: Theory and practice. En *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>

Bjola, C., y Manor, I. (2018). Revisiting Putnam's Two-Level Game Theory in the Digital Age: Domestic Digital Diplomacy and the Iran Nuclear Deal. *Cambridge Review of International Affairs* 31 (1). 3–32.

Bjola, C., Cassidy, J., & Manor, I. (2019). Public Diplomacy in the Digital Age, *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 83-101. doi: <https://doi.org/10.1163/1871191X-14011032>

Booth, K., y Wheeler, N. (2008). *Security Dilemma: Fear, Cooperation, and Trust in World Politics*. London: Palgrave Macmillan.

Bravo Tello, Z. (2022). *Impacto de la pandemia del COVID-19 en la digitalización de la política exterior colombiana: Caso embajada de Colombia en Brasil* [tesis para obtener el grado de Bachiller en Negocios Internacionales]. Universidad Santo Tomás, Colombia.

Burson Cohn & Wolfe (20 de julio de 2020) Twiplomacy Study 2020. *Twiplomacy*. Recuperado de: <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2020/>.

Calvo, J (2023) *Diplomacia digital: el rol de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) como mecanismo de fortalecimiento de las relaciones diplomáticas de Costa Rica en época de pandemia y post pandemia* [tesis para obtener el grado de maestría]. Universidad de Costa Rica.

Cancillería del Perú (23 de noviembre de 2020) *Ceremonia de presentación de la Embajadora Elizabeth Astete como Ministra de Relaciones Exteriores* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=JL\\_L454u40g](https://www.youtube.com/watch?v=JL_L454u40g)

Cancillería del Perú (2 de marzo de 2021) *Presentación del Canciller Allan Wagner y juramentación del Vicecanciller Ignacio Higuera* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=8P\\_Gt4BPNq4](https://www.youtube.com/watch?v=8P_Gt4BPNq4)

*Cancillería del Perú (@CancilleriaPeru)* (s/f). X. Recuperado el 02 de febrero del 2025, de <https://x.com/cancilleriaperu?lang=es>

Cancillería niega haber recibido ofrecimiento de gobierno de Joe Biden para vacunas contra el COVID-19 (24 de marzo de 2021). *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/cancilleria-niega-haber-recibido-ofrecimiento-de-gobierno-de-joe-biden-para-vacunas-contra-el-covid-19-rafael-lopez-aliaga-nndc-noticia/>

Castells, M. (18 de enero de 2020). La nueva sociedad red. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/opinion/20200118/472937590818/la-nueva-sociedad-red.html>

Castells, M. (2007) Communication, Power, and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.

Castilla, L.M. (2015). Las perspectivas políticas y económicas con los Estados Unidos de América. En F. Novak y J. García (Coords.), *La Política Exterior Peruana en el siglo XXI: Agenda y Propuestas* (pp. 73-86). Lima: Instituto de Estudios Internacionales (IDEI) de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Centurión, E., y Trinadori, F. (2019). *Diplomacia digital: los cambios y continuidades en el uso de Twitter de las administraciones de Cristina Fernández y Mauricio Macri (2011-2018)* [tesis de Licenciatura]. Pontificia Universidad Católica Argentina.

Chhabra, R. (2020). Twitter Diplomacy: A Brief Analysis. *Observer Research Foundation- ORF, Issue Brief*, 335, 1-12.

Coloma, E. (2020) *Las redes sociales como herramientas que contribuyen al logro de los objetivos de política exterior: el caso de la Cancillería peruana* [tesis de maestría]. Academia Diplomática del Perú Javier Pérez de Cuéllar, Lima, Perú.

Contreras, S. (2021) El SARS-CoV-2 como detonador del cambio tecnológico. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 119, 285-304. Recuperado de: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n119/contreraspcambio.pdf>

Creswell, J. y Plano Clark, V. (2007) *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks C.A: Sage.

Cull, N. (2008). Public diplomacy: Taxonomies and histories. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 31-54. <https://doi.org/10.1177/0002716207311693>

Cull, N. (2011). *WikiLeaks*, public diplomacy 2.0 and the state of digital public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy* 7 (1): 1–8. <https://doi.org/10.1057/pb.2011>.

Cull, N. (2019). *Public diplomacy: Foundations for global engagement in the digital age*. Cambridge: Polity Press.

Cull, N. J. (2022). From soft power to reputational security: rethinking public diplomacy and cultural diplomacy for a dangerous age. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(1), 18–21. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00236-0>

Deltell, L., y Martínez, A. (2015). Perfiles de los presidentes latinoamericanos en Twitter. *Telos. Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología*, 99, 113-125.

Dolea, A. (2018) Public Diplomacy as Co-constructed Discourses of Engagement. En K. Johnston y M. Taylor (Eds.) *The Handbook of Communication Engagement* (pp. 331-345). John Wiley & Sons, Inc.

Dumčiuvienė, A. (2016). Twiplomacy: the meaning of social media to public diplomacy and foreign policy of Lithuania. *Lithuanian Foreign Policy Review*, 35(1), 92–118. <https://doi.org/10.1515/lfpr-2016-0025>

Duncombe, C. (2018). Twitter and the challenges of digital diplomacy. *SAIS Review of International Affairs*, 38 (2), 91-100

Erlandsen, M. (2017). *Twiplomacia Chilena: ¿Es una Crisis Diplomática la Causa Gatillante para Implementar Twitter?* Columbia Academic Commons. Recuperado de <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8RN3DMK>

Femenía, C. (2016) El modelo de diplomacia digital en España. En J.L Manfredi Sánchez y C. Femenía (Eds.) *La diplomacia española ante el reto digital* (pp.19-26). Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Recuperado de: [http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016\\_FEBRERO\\_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Documents/2016_FEBRERO_LIBRO%20DIPLOMACIA%20DIGITAL%20version%20web.pdf)

Figuroa, G. (2020) El espacio digital al servicio de la diplomacia: Apuntes para una estrategia peruana. *Política Internacional*, (127-128), pp. 50-64.

Glassman, J. (2008) *Public Diplomacy 2.0: A new approach to global engagement*. New America Foundation.

Gilboa, E. (2015). Public diplomacy. En G. Mazzoleni (Ed.), *The international encyclopedia of political communication* (pp. 1–9). Wiley-Blackwell.

Gobierno del Perú (s/f) *Reglamento de la Ley de Gobierno Digital*. <https://www.gob.pe/13326-reglamento-de-la-ley-de-gobierno-digital>

Grüll, P. (16 de junio de 2020). Digital diplomacy: States go online. *Www.Euractiv.Com*. <https://www.euractiv.com/section/digital/news/digital-diplomacy-states-go-online/>

Hanson, F. (2012). *Baked in and wired: eDiplomacy@State*. Washington, DC: The Brookings Institution.

Hayden, C. (2013) Social Media at State. En; Pamment, J. (eds) *New Public Diplomacy in the Twenty-first Century: A Comparative Study of Policy and Practice* (3). Routledge.

Huang, Z. y Wang, R. (2022) An intermestic approach to China's public diplomacy: a case study of Beijing's COVID-19 communication in the early stage. *Journal of Communication* 27(2)., 309- 328. DOI 10.1108/JCOM-04-2022-0042

Ittefaq, M. (2019) Digital diplomacy via social networks: A cross-national analysis of governmental usage of Facebook and Twitter for digital engagement. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 18(1), 49-69. <https://doi.org/10.17477/jcea.2019.18.1.049>

Johnston, K. (2018) Toward a Theory of Social Engagement. En K. Johnston y M. Taylor (Eds.) *The Handbook of Communication Engagement* (pp. 19-32). John Wiley & Sons, Inc.

Kampf, R., I. Manor, y E. Segev (2015). Digital diplomacy 2.0? A cross-national comparison of public engagement in Facebook and Twitter. *The Hague Journal of Diplomacy* 10 (4): 331– 362. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341318>.

Khan, M. L., Ittefaq, M., Pantoja, Y. I. M., Raziq, M. M., & Malik, A. (2021). Public Engagement Model to Analyze Digital Diplomacy on Twitter: A Social Media Analytics Framework. *International Journal of Communication*, 15, 1741–1769.

Krippendorff, K. (2018) *Content Analysis. An introduction to Its Methodology (4a ed)*. SAGE Publicaciones.

Kornprobst, M., & Ricarda, B. (2017). How Foreign Ministries use Facebook: An analysis of ten country cases. *The Hague Journal of Diplomacy*, 12(2), 137-165

Kuźniar, E., & Filimoniuk, N. (2017). E-Diplomacy on Twitter. International Comparison of Strategies and Effectivity. *Social Communication*, 3(2), 34–41. <https://doi.org/10.1515/sc-2017-0010>

Lewis, D. (2014). *Digital diplomacy*. Retrieved from <http://www.gatewayhouse.in/digital-diplomacy-2/>

Lüfkens, M. (18 de octubre de 2012). Tweet Me to Your Leader: How the World's Big Shots Use Social Media. *The Atlantic*. Recuperado de <https://www.theatlantic.com/international/archive/2012/10/tweet-me-to-your-leader-how-the-worlds-big-shots-use-social-media/263752/>

Manfredi-Sánchez, J. (2014). Taxonomía de la diplomacia digital en la agenda de las nuevas relaciones internacionales. *Historia y comunicación social*, 19, pp. 341-354. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.47299](http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.47299)

Manfredi-Sánchez, J., y Webster, P. (2021). COVID, Deglobalization and The Decline of Diplomacy: Could Tele-diplomacy Revitalize Diplomacy's Capacity to Promote Consensus? *Global Policy*, 12(4), 574–576. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12961>

Manor, I. (2019). *The digitalization of public diplomacy*. Cham: Palgrave Macmillan.

Manor, I., & Crilley, R. (2018). Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter. *Media, War & Conflict*, 11(4), 369–391. <https://doi.org/10.1177/1750635218780564>

Manor, I., & Pamment, J. (2022). At a crossroads: examining Covid-19's impact on public and digital diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 18(1), 1–3. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00249-9>

Manor, I. (2023) Domestic Digital Diplomacy: Digital Disruption at the Macro and Micro Level. *The Hague Journal of Diplomacy* 19, 1-39 <https://doi.org/10.1163/1871191x-bja10173>

Mazumdar, B. (2021) Digital diplomacy: Internet-based public diplomacy activities or novel forms of public engagement? *Place Brand Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00208-4>

Meltwater y We Are Social (2025) *2025 Global Digital Report*. Recuperado de <https://www.meltwater.com/en/global-digital-trends>

Mboya, C. (2021) Kenya's digital diplomacy amid COVID-19: New tools in an old toolbox? *South African Journal of International Affairs*, 28(3), 429-448, DOI: 10.1080/10220461.2021.1960596

Melissen, J. (2005) *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, New York, Springer.

Mercea, D., & Guille, F. (2016). Mapping the digital diplomacy ecosystem: An exploratory analysis. *Policy & Internet*, 8(4), 414-439.

Metzgar, E. (2012) 'Is it the Medium or the Message: Social Media, American Public Diplomacy and Iran', *Global Media Journal — American Edition*, 11(21). pp. 3–5.

Ministerio de Relaciones Exteriores (2020) *Prioridades del Ministerio de Relaciones Exteriores y Acción Diplomática Pos-COVID-19*. Recuperado de: [https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/RREE/files/exposiciones/presentacion\\_prioridades\\_mrree\\_30.07.2020.pdf](https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/RREE/files/exposiciones/presentacion_prioridades_mrree_30.07.2020.pdf)

Ministerio de Relaciones Exteriores (19 de febrero de 2021) *Informe para la transferencia de gestión de la ministra de relaciones exteriores, Embajadora S.D.R Esther Elizabeth Astete Rodríguez*. <http://transparencia.rree.gob.pe/index.php/13-transferencia-de-gestion-ministerial/13-7-transferencia-de-gestion-de-la-canciller-esther-elizabeth-astete-rodriguez-a-canciller-allan-wagner-tizon/informe-consolidado/17035-informe-consolidado-de-sgg-emb-astete/file>

Ministerio de Relaciones Exteriores (julio de 2021) *Informe de transferencia de gestión del titular del Ministerio por término del mandato Presidente de la República*. <http://transparencia.rree.gob.pe/index.php/13-transferencia-de-gestion-ministerial/13-7-transferencia-de-gestion-de-canciller-allan-wagner-tizon-a-canciller-hector-bejar-rivera/18076-informe-transferencia-de-gestion-del-titular-del-sector-mre-visado/file>

Naciones Unidas. (2020). *United Nations E-Government Survey 2020* (Julio de 2020). United Nations. <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2020>

Naylor, T. (2020) That's Lost: The Hollowing of Summit Diplomacy in a Socially Distanced World. *The Hague Journal of Diplomacy* 15: 583–98.

Neyra, A. & Rubio, R. (2018). Cancillería peruana: de la digitalización a la modernización. *Revista Mexicana de Política Exterior*, (113), 141-161.

Novak, F. & Namihás, S. (2020) *El bicentenario de la política exterior peruana y su proyección en un mundo de cambios*. Lima: Instituto de Estudios Internacionales (IDEI) de la Pontificia Universidad Católica del Perú y Konrad Adenauer Stiftung.

Nye, J. (2004) *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.

NZ Embassy Santiago [@NZinSantiago]. (30 de abril del 2021). Agradecemos el encuentro entre el Ministro Allamand y el Embajador John Capper, donde se discutieron temas de interés mutuo entre ambos países [Tweet]. X (anteriormente Twitter). <https://x.com/NZinSantiago/status/1388213396189945859>

OECD (2019), *Digital Government in Peru: Working Closely with Citizens*, OECD Digital Government Studies, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/0c1eb85b-en>.

Owen, T. 2015. *Disruptive Power: The crisis of the state in the digital age*. New York, NY: Oxford University Press

Palash, S. M. (2021) *Public diplomacy in social media: an examination of Twitter use by foreign embassies in the U.S.* [Tesis doctoral, Universidad de Oklahoma]. ShareOK. <https://shareok.org/handle/11244/329852>

Paredes Moreno, A. (2019). La diplomacia pública como herramienta de política exterior. Alcances teóricos y perspectiva peruana. *Conexión*, (11), 59-75. <https://doi.org/10.18800/conexion.201901.003>

Pelling, J. (2015) When doing becomes the message: The case of Swedish digital diplomacy. En C. Bjola y M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 164-180). Nueva York: Routledge.

Pisarska, K.(2016), *The Domestic Dimension of Public Diplomacy*, Palgrave Macmillan.

Putnam, R.(2002). *Democracies in flux: The evolution of social capital in contemporary society*. Oxford University Press.

Resolución Ministerial N° 0196-2019-RE, que resuelve la creación del Comité de Gobierno Digital (18 de marzo de 2019) <http://transparencia.rree.gob.pe/index.php/datos-generales-11/13-normas-emitidas-por-la-entidad/131-resoluciones-ministeriales-rm/ano-2019/febrero-5/13412-rm-n-0196-re-2019/file>

Resolución Ministerial N° 0707-2020-RE Aprueban el Plan de Gobierno Digital del Ministerio de Relaciones Exteriores 2020-2022 (29 de diciembre de 2020) <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1503161/RM%20N%C2%B0%200707-2020-RE.pdf.pdf>

Resolución Suprema N°079-2020-RE Crean Comisión Multisectorial de naturaleza temporal encargada de realizar el seguimiento de las acciones orientadas al desarrollo, producción, adquisición, donación y distribución de las vacunas y/o tratamientos contra el COVID-19 (10 de agosto de 2020) <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/crean-comision-multisectorial-de-naturaleza-temporal-encarga-resolucion-suprema-n-079-2020-re-1876539-8/>.

Rodríguez Gómez, A. A. (2015). Diplomacia digital, ¿adaptación al mundo digital o nuevo modelo de diplomacia? *Opción*, 31(2), 915–937.

Romero, L., Alfaro, A., Frías, E., & Aguirre, D. (2021). Digital diplomacy and COVID-19: An exploratory approximation towards interaction and consular assistance on Twitter. *Comunicación y Sociedad*, 2021(18), 1–22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7960>

Rubio, R. (2011). Diplomacia digital. Una introducción. En Escuela Diplomática Española. *Las relaciones internacionales en el tránsito al siglo XXI. Cuadernos de la Escuela Diplomática* 44 (pp. 29-56). Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Rubio, R. (2014). La diplomacia pública: nuevos actores en un escenario nuevo. En: E. Pérez (ed.), *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*. (pp. 10-19). Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación - Escuela Diplomática de España

Sandre, A. (2013) *Twitter for diplomats*. Diplo Foundation and Institute of Diplomatic.

Schmitt L.(2021) What's in a tweet? Twitter's impact on public opinion and EU foreign affairs. *Documents CIDOB*. (11):1-16. DOI: 10.24241/docCIDOB.2021.11

Sharp, P. (2016). Domestic Public Diplomacy, Domestic Diplomacy, and Domestic Foreign Policy. En G. Hellmann, A. Fahrmeir, & M. Vec (Eds.), *The Transformation of Foreign Policy: Drawing and Managing Boundaries from Antiquity to the Present*. (263–282) Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198783862.003.0012>

Seib, P. (2012). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Sharma, A. & Sisodia, V. (2021) Digital diplomacy and the global pandemic, *Media Asia*, DOI: 10.1080/01296612.2021.1973324

Silva Santos, P. (2022) *A diplomacia digital no governo Bolsonaro e o posicionamento do ministro Ernesto Araújo durante a pandemia de Coronavírus* [Tesis para obtener el título de bachiller en Relaciones Internacionales].Universidad Federal de Sergipe, Brasil.

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

Soares Arrosa, S. (2015). Twiplomacia en América Latina. *Mundo e Desenvolvimento. Revista Do Instituto de Estudos Econômicos e Internacionais*, 160–172.

Sotiriu, S. (2015). Digital diplomacy: Between promises and reality. En C. Bjola y M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 33–51). Nueva York: Routledge.

Su, S., & Xu, M. (2015). *Twitplomacy: social media as a new platform for development of public diplomacy*. *International Journal of E-Politics*, 6(1), 16–29. doi:10.4018/IJEP.2015010102

Sundstrom, B., y Levenshus, A. B. (2017). The art of engagement: Dialogic strategies on Twitter. *Journal of Communication Management*, 21(1), 17–33. doi:10.1108/JCOM-07-2015-0057

Trinadori, F. & Centurion, E. (2020) La agenda de política exterior en 280 caracteres: la estrategia de diplomacia digital en Twitter de @CFKArgentina (2011-2015) y @MauricioMacri (2015-2018). *Perspectivas Revista de Ciencias Sociales*, 5(10), pp.457-468.

Valencia, R. J., & Moscato, D. (2021). Navigating #ObamainCuba: How Twitter mediates frames and history in public diplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(2), 168-179. doi:10.1057/s41254-020-00162-7

Valverde, A., & Peralta, E. (2020). La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014. *Revista Gobierno y Gestión Pública*, 7(1), 61 - 96. <https://doi.org/10.24265/igpp.2020.v7n1.04>

Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 122-146. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201>

Wang, C. (2019) Twitter Diplomacy: Preventing Twitter Wars from Escalating into Real Wars. *Belfer Center for Science and International Affairs*. <https://www.belfercenter.org/publication/twitter-diplomacy-preventing-twitter-wars-escalating-real-wars>

Wasserman, S., y Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. New York, NY: Cambridge University Press

Westcott, N. (2008). The impact of the Internet on International Relations. En *Oxford Internet Institute* (Research Report 16). Recuperado de: [http://do.rulitru.ru/docs/22/21978/conv\\_1/file1.pdf](http://do.rulitru.ru/docs/22/21978/conv_1/file1.pdf)

Wu, D., y Sevin, E. (2022). Neither External nor Multilateral: States ' Digital Diplomacy During Covid-19 *Neither External nor Multilateral: States ' Digital Diplomacy During Covid-19*. July. <https://doi.org/10.23045/jpd.2022.2.1.1>

Yungjoon, J. [@Jyungjoon] (10 de junio de 2021) *En nombre del gobierno coreano, suscribí hoy con el Canciller Allan Wagner Memorandum de Entedimiento* [Tweet]

## Anexos

Tabla 4  
Sistematización de tweets vinculados a los 3 ejes considerados en la hipótesis

Fecha	Tema	Contenido del tweet	N° Likes	N° RTs	N° Respuestas	Cuenta con link	Contenido audiovisual
28/06/21	1	El Gobierno del Perú se complace en anunciar un convenio con el Gobierno de los Estados Unidos para recibir en los próximos días una donación de 2 millones de dosis de la vacuna Pfizer, para agilizar la campaña de vacunación de la población peruana.	8800	1800	419	0	0
24/03/21	1	Con relación a las declaraciones del candidato señor Rafael López Aliaga sobre la presunta oferta de vacunas de los Estados Unidos al Perú, el Ministerio de Relaciones Exteriores deja constancia no haber recibido ofrecimiento alguno en tal sentido.	4000	1300	303	0	0
28/06/21	1	Agradecemos al Gobierno y al pueblo de los Estados Unidos por esta generosa muestra de solidaridad.	1200	124	32	0	0
10/06/21	2	El Canciller Allan Wagner y Embajador de la República de Corea, Yungjoon Jo, suscribieron hoy un Memorándum de Entendimiento para la donación de 35 generadores de oxígeno a favor de @Minsa_Peru.	461	81	20	0	1
25/03/21	1	El Canciller Allan Wagner se reunió con el Embajador de Rusia, Igor V. Romanchenko, a fin de agilizar las gestiones relacionadas con el registro sanitario condicional de la vacuna Sputnik V y de continuar las negociaciones sobre el contrato de suministro.	337	97	37	0	1

24/11/20	2	El Comando Sur de los Estados Unidos @Southcom @StateDept @USEMBASSYPERU donó dos hospitales de emergencia móvil a @Minsa_Peru e @indeciperu @MindefPeru. ► <a href="http://gob.pe/n/315810">http://gob.pe/n/315810</a>	21	2	0	0	0
16/04/21	1	El Canciller Allan Wagner participó hoy en la reunión virtual de alto nivel "Una Vacuna para Todos", organizada por el ECOSOC, donde hizo un llamado a la comunidad internacional a seguir promoviendo el acceso equitativo a las vacunas contra la COVID-19 como bien público global.	98	14	6	0	1
5/02/21	1	¡#LasVacunasLleganAlPerú! El primer millón de vacunas de Sinopharm ya están aseguradas. Hoy salió de China el embarque con 300 mil dosis que llegará el domingo 7 de febrero. Las otras 700 mil llegarán el 14 de febrero. ¡Listos para vacunar a la primera línea! #NoBajemosLaGuardia	76	19	7	0	0
8/02/21	1	#LasVacunasLleganAlPerú ✈️🇵🇪 ☑️ Conoce el estatus de las negociaciones, los acuerdos y los próximos envíos de las vacunas contra la Covid-19 que llegarán a nuestro país.  #PongoElHombro 🤲🇵🇪 #NoBajemosLaGuardia 🧑🧑	74	22	2	0	1
4/07/21	2	El Perú aspira a continuar fortaleciendo su relación con los Estados Unidos y agradece a su Gobierno la valiosa cooperación otorgada en el marco de la emergencia sanitaria ocasionada por el Covid-19.	64	6	1	0	0

29/01/21	2	Gobierno brasileño @Itamaraty_ES @minsaude efectúa donación de 330 ventiladores mecánicos al @Minsa_Peru, con el apoyo de @CancilleriaPeru. ► <a href="http://gob.pe/n/340024">http://gob.pe/n/340024</a>	63	16	5	1	1
22/01/21	2	Secretario General del MRE, Emb. Francisco Tenya, participó junto a la ministra de Salud, Pilar Mazzetti, en ceremonia de entrega y recepción de donación de oxigenadores y oxímetros por parte del Gobierno chino @MFA_China al @MinsaPeru.	61	11	5	0	1
29/03/21	1	El Canciller Allan Wagner sostuvo una reunión con miembros del Comando Vacuna para intercambiar opiniones sobre el esfuerzo del gobierno para la adquisición de vacunas.	56	8	4	0	1
10/06/21	2	El valioso aporte del Gobierno de la República de Corea a los esfuerzos nacionales para hacer frente a la COVID-19 se enmarca en los sólidos lazos de amistad y cooperación que existen entre ambos países.	55	5	3	0	1
29/04/21	3	El Perú y Nueva Zelandia celebraron el VI Mecanismo de Consultas Políticas, en el que se abordaron los principales temas de la agenda bilateral: lucha contra la COVID-19, reactivación económica, intercambio de experiencias exitosas, entre otros.	39	9	2	0	1
8/02/21	1	#PongoElHombro   Las vacunas contra la COVID-19 ya están en el Perú. Conoce cómo será la vacunación. Para más información ingresa a <a href="http://minsa.gob.pe/vacuna-covid-19/">http://minsa.gob.pe/vacuna-covid-19/</a>	33	18	6	0	0
15/04/21	1	El Canciller @allanwagnert participó hoy en la II Reunión Ministerial de @CumbrelberoA , titulada "Innovación para el Desarrollo Sostenible-Objetivo 2030. Iberoamérica frente al reto del Coronavirus".	32	13	3	0	1

17/05/21	3	Perú y Australia celebraron la II Reunión del “Mecanismo Marco para promover las Consultas y Cooperación Bilateral”, destacando el intercambio de experiencias en la lucha contra la COVID-19, el potencial del comercio y la cooperación bilateral para la reactivación económica.	28	6	2	0	1
3/12/20	2	El Gobierno del Perú agradece al Ministerio de Salud del Brasil y al Gobierno brasileño @ItamaratyGovBr @minsaude @EmbBrasilLima por la donación de 50,000 pruebas moleculares, que contó con el apoyo de @PeruNoBrasil, @apciagencia y @CancilleriaPeru . ► <a href="http://gob.pe/n/319184">http://gob.pe/n/319184</a>	27	6	1	1	0
2/12/20	3	La Canciller recibió al Enc. de Neg. de EEUU Denison Offutt, a fin de dialogar sobre los principales temas de la agenda bilateral y global como la lucha contra el crimen organizado transnacional, la defensa de la democracia, la lucha contra la pandemia y la reactivación económica.	27	2	0	0	1
22/12/20	3	La canciller @E_AsteteR se reunió con el presidente ejecutivo de CAF–Banco de Desarrollo de América Latina, Luis Carranza, para explorar oportunidades de cooperación y desarrollo de iniciativas conjuntas, en el marco de la lucha contra la pandemia y la reactivación económica.	25	9	8	0	1

14/12/20	2	<p>El Perú agradece a la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA) @emcoreape por la donación de 5 cabinas sanitarias para la toma segura de las pruebas de diagnóstico de #COVID19, que contó con el apoyo de @apciagencia y @CancilleriaPeru .</p> <p>► <a href="https://gob.pe/n/320757">https://gob.pe/n/320757</a></p>	24	4	0	1	0
7/07/21	2	<p>El Viceministro de Relaciones Exteriores, Embajador Ignacio Higuera, participó en la LVIII Reunión del Consejo del Mercado Común de @mercosur, ocasión en la que destacó la importancia de seguir apostando por la integración regional en el contexto de la pandemia de la Covid-19.</p>	23	3	1	0	0
14/12/20	3	<p>Canciller @E_AsteteR participa en la Reunión entre los Cancilleres de América Latina, el Caribe y la Unión Europea, a iniciativa de la Presidencia alemana del Consejo de la UE y el Servicio Europeo de Acción Exterior.</p>	23	7	0	0	1
7/05/21	1	<p>Dialogaron sobre diversos aspectos de la crisis sanitaria de la COVID-19, en particular el interés del Perú en la vacuna Sputnik V; el escenario pospandemia para las relaciones internacionales; y, los principales temas de la agenda bilateral. @mae_rusia @mfa_russia</p>	22	6	0	0	0

8/01/21	2	<p>Donación de la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (KOICA) @emcoreape permitirá la construcción de 6 hidroambulancias a fin de atender a las poblaciones ribereñas de la región Loreto @GoreLoretoOf @Minsa_Peru .  ▶ <a href="http://gob.pe/n/324086">http://gob.pe/n/324086</a></p>	22	9	2	1	0
17/12/20	3	<p>La canciller @E_AsteteR, junto a la presidenta &amp; CEO de @ASCOA , Susan Segal, inauguró la 15.ª Conferencia Anual Conjunta del Ministerio de Relaciones Exteriores y la Americas Society / Council of the Americas, bajo el título "Reactivando y Fortaleciendo la Economía Peruana".</p>	22	7	2	0	1
2/05/21	3	<p>Se abordaron temas referidos a la lucha contra la COVID-19, las relaciones internacionales pospandemia, particularmente la situación de la región y la cooperación para la reactivación económica. @StateDept @PeruInTheUSA</p>	22	2	1	0	1
20/11/20	2	<p>El Gobierno británico @FCDOGovUK @UKinPeru brindó cooperación internacional para prevenir y mitigar los efectos de la #COVID19 en el Perú, a través de las ONG Peru Mission, AVOLDINSN, Socios en Salud y Salvation Army.  ▶ <a href="http://gob.pe/n/315404">http://gob.pe/n/315404</a></p>	21	2	0	0	0

11/12/20	2	Perú y Japón tienen una Asociación Estratégica que ha fortalecido la relación entre ambos países y este lunes 14 de diciembre se realizará la II Reunión del Mecanismo de Diálogo Político PEJP. Conoce más sobre la relación bilateral en la siguiente infografía.	21	8	5	0	1
7/02/21	1	#PongoElHombro   Un millón de dosis para vacunar al personal de salud y protegerlos contra la COVID-19. Para más información ingresa a <a href="http://minsa.gob.pe/vacuna-covid-19/">http://minsa.gob.pe/vacuna-covid-19/</a>	20	10	0	1	1
8/01/21	2	La Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo de Rumanía @ro_aid @MAERomania realizó una donación para la compra de equipos e insumos médicos a favor del Hospital Regional de Loreto que contó con el apoyo del Vicariato Apostólico de Iquitos. <a href="http://gob.pe/n/324087">►http://gob.pe/n/324087</a>	20	3	0	1	0
30/11/20	3	La canciller @E_AsteteR participa en Reunión Extraordinaria de Ministras y Ministros de @CumbrelberoA y destaca que pandemia de la #COVID19 exige a la comunidad iberoamericana fortalecer el multilateralismo para una recuperación sostenible, inclusiva y resiliente	20	4	1	0	1

6/02/21	2	Gobierno Municipal Popular de Chongqing, China, efectuó donación a favor de la Municipalidad del Cusco y la Municipalidad Distrital de Yaquerana, provincia de Requena, Loreto, con el apoyo de @Minsa_Peru, nuestra Embajada en China y @CancilleriaPeru . ▶ <a href="https://gob.pe/n/341327">https://gob.pe/n/341327</a>	19	5	0	1	0
6/01/21	2	Empresa coreana Korea Airports Corporation @emcoreape donó 10,000 mascarillas sanitarias del tipo KF94 a la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías @sustranperu . ▶ <a href="http://gob.pe/n/323781">http://gob.pe/n/323781</a>	16	6	1	1	0
1/07/21	2	Nuestros países mantienen sólidos vínculos de amistad sobre la base de valores compartidos y continúan trabajando juntos en la lucha contra la pandemia del Covid-19. @CanadaFP	16	0	1	0	0
23/12/20	3	El Reino de Arabia Saudita @KSAmofaEN donó equipos de bioseguridad al Ministerio del Interior @MininterPeru para reforzar las labores que realiza @PoliciaPeru . ▶ <a href="http://gob.pe/n/321945">http://gob.pe/n/321945</a>	16	2	7	1	0
12/05/21	3	Asimismo, en el evento resaltó el rol de la @ComunidadAndina para la recuperación económica y la internacionalización de las MIPYME, potenciando las herramientas de libre comercio que este histórico organismo de integración andina ha desarrollado.	16	1	0	0	1

25/01/21	2	El 26 de enero se celebrará el II Mecanismo de Consultas Perú-Singapur a nivel de Cancilleres, a fin de continuar fortaleciendo las relaciones bilaterales a través de nuevas oportunidades de comercio, inversión y cooperación en materia de lucha contra el COVID-19. @MFAsg	15	4	2	0	1
26/01/21	2	El vicedecano (e) Francisco Tenya y el ministro singapurense @VivianBala participaron en la II Reunión del Mecanismo de Consultas, encuentro que afianzó la cooperación en la lucha contra el COVID-19, ciencia y tecnología, gobierno digital, comercio e inversiones. SGPE	15	11	4	0	1
22/03/21	3	El Vicedecano Ignacio Higuera presidió junto a su homóloga chilena @carovaldiviat la XI Reunión del Mecanismo de Consultas Políticas #Perú-#Chile PE 🇨🇱 para abordar los temas de la agenda bilateral con énfasis en la lucha contra la pandemia y la reactivación económica.	15	4	1	0	1
15/04/21	1	El Canciller subrayó que la respuesta colectiva a la #pandemia debe garantizar acceso equitativo y oportuno a medicamentos y vacunas, como bienes públicos globales, evitando su concentración.	14	2	3	0	1
1/07/21	2	Peru warmly greets the Canadian government and people on the occasion of Canada Day's 154th anniversary. Our countries maintain strong ties of friendship based on shared values and continue to work together in the fight against the Covid-19 pandemic. @CanadaFP	14	2	0	0	0

20/11/20	2	La Municipalidad de #Guangzhou (provincia de #Guangdong, #China) donó 100 mil mascarillas quirúrgicas y 200 termómetros a la Municipalidad de #Arequipa, con el apoyo de nuestro Consulado en #Guangzhou y @CancilleriaPeru . ► <a href="http://gob.pe/n/315401">http://gob.pe/n/315401</a>	12	0	0	1	0
8/01/21	2	El Gobierno Provincial de Hubei (#China) donó 5,000 mascarillas quirúrgicas y 2,000 mascarillas N95 al Gobierno Regional de Madre de Dios @GoreMadreDeDios . ► <a href="http://gob.pe/n/324088">http://gob.pe/n/324088</a>	11	2	1	1	0
19/01/21	2	Minsa_Peru recibió una donación de 30 ventiladores de parte de @Temasek, ONG singapurense, con el apoyo de nuestras Embajadas en Singapur y China, @apciagencia y @CancilleriaPeru. ► <a href="https://gob.pe/n/325416">https://gob.pe/n/325416</a>	10	2	0	1	0
23/01/21	2	La mencionada donación fue gestionada por @CancilleriaPeru , y contó con la participación de @ChinaEmbPeru y nuestra Embajada en #China.	9	3	2	1	1
27/04/21	2	El Perú y Austria comparten valores e intereses comunes en diversos temas de la agenda internacional, como el fortalecimiento del multilateralismo para enfrentar el COVID-19, el cambio climático, la lucha contra la corrupción, la promoción de la democracia y los derechos humanos.	9	2	0	0	0

14/12/20	3	Asimismo, resaltó la importancia de realizar esfuerzos para mitigar las consecuencias sociales y económicas derivadas de la #COVID19, privilegiando nuevos esquemas de cooperación e intercambio de experiencias vinculadas a nuestras estrategias de recuperación y de resiliencia.	9	2	2	0	1
3/02/21	3	CancilleríaPeru, @ProInversionPe y la firma de servicios profesionales @EYPeru presentaron hoy, en conferencia de prensa virtual, la Guía de Negocios e Inversión en el Perú 2021; iniciativa que responde al objetivo común de atraer mayor inversión a nuestro país.	9	4	2	0	1
2/07/21	3	El Canciller Wagner destacó que la pandemia de la COVID-19 ha exacerbado los problemas estructurales que enfrentan los países de renta media, como el Perú, por lo que es necesario modificar los parámetros para la asignación de cooperación y ayuda internacional.	9	1	2	0	0
21/04/21	1	Asimismo, reiteró que el Estado no descansará hasta garantizar que todos los peruanos, sin excepción, puedan acceder a la vacunación, en especial, las poblaciones vulnerables, como es el caso de los pueblos indígenas y aquellos en situación de aislamiento y contacto inicial.	6	0	2	0	1
20/11/20	2	La Fundación de Bienestar Público de Zall (provincia de #Hubei, #China) donó equipos de protección personal al Ministerio de Salud @Minsa_Peru . ► <a href="http://gob.pe/n/315400">http://gob.pe/n/315400</a>	6	0	2	0	0

29/04/21	1	Minsa_Peru y @CancilleriaPeru organizaron la segunda jornada del Seminario-Taller para conocer experiencias exitosas de vacunación, que estuvo centrado en el caso de Israel, destacado por diversos medios y especialistas como uno de los mejores programas a nivel mundial.	5	0	1	0	0
14/12/20	2	La Canciller @E_AsteteR solicitó el apoyo birregional a la iniciativa peruana para la constitución de un mecanismo financiero multilateral para la constitución de seguros que respalden los esfuerzos de los países en sus negociaciones para acceder a la vacuna.	5	2	0	0	1
15/04/21	1	Asimismo, resaltó el apoyo a la iniciativa peruana de establecer mecanismos multilaterales que compartan riesgo de adquisición y aplicación de vacunas contra #COVID19 a través de operaciones con organismos financieros internacionales.	4	1	1	0	1
20/04/21	2	iaeaorg efectúa nueva donación de pruebas de diagnóstico de #COVID19, equipos y materiales de laboratorio, con financiamiento de Países Bajos, para Hospital Regional Cayetano Heredia de Piura, con el apoyo de @ipenperu, @PeruEnAustria y @CancilleriaPeru ► <a href="https://gob.pe/n/483502">https://gob.pe/n/483502</a>	2	1	0	1	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5  
Relación de entrevistas realizadas

Nombre	Cargo	Fecha de comunicación
Allan Wagner	Ministro de Relaciones Exteriores (15 de febrero de 2021 al 28 de julio del 2021)	20 de junio de 2023
Evelyn Coloma	Funcionaria de Oficina General de Comunicación (enero 2021- actualidad) Tesis de maestría: <i>Las redes sociales como herramientas que contribuyen al logro de los objetivos de política exterior: el caso de la Cancillería peruana</i>	31 de octubre de 2023
Alejandro Neyra	Jefe de la Oficina General de Comunicación (marzo 2013 a agosto 2014)	5 de julio de 2023
Álvaro De Los Ríos	Jefe de la Unidad de Relaciones con la Prensa, de la Oficina de Prensa, de la Oficina General de Comunicaciones	10 de noviembre de 2023

Fuente: Elaboración propia

