

Diplomacia Digital. Las relaciones internacionales en tiempos de Twitter y Facebook

Diego Bassante*

Introducción

El 4 de diciembre de 1963, la Embajada del Ecuador en Washington informó a la Cancillería sobre el asesinato del Presidente John F. Kennedy¹. Habían transcurrido 12 días desde el 22 de noviembre de ese año, día en el que se cometió el magnicidio. En la actualidad, este lapso de tiempo para pronunciarse sobre un acontecimiento de tal impacto sería, con toda seguridad, motivo suficiente para provocar el justificado reclamo del Ministerio de Relaciones Exteriores a la Embajada por un silencio de casi dos semanas –una muestra de ineficiencia que, inclusive, podría derivar en la remoción del Embajador–. En realidad, lo más probable el día de hoy es que las autoridades de la Cancillería se enteren de un suceso similar, o de otros de magnitud considerablemente menor, primero a través de Internet –ya sea

la fuente una gran corporación de noticias o la cuenta de Twitter de un solo individuo–, mucho antes que a través de una notificación de la Misión Diplomática respectiva. Más aún, buena parte de la información que reciben las autoridades hoy es, en general, igualmente accesible para cualquier persona conectada a Internet.

La aparición de la televisión por cable y las transmisiones satelitales habían ya empezado a erosionar una de las tradicionales funciones del diplomático, cual es la de informar a su Gobierno sobre hechos de relevancia que tienen lugar en el país receptor. No obstante, si el rol del diplomático en 2013 se limitara a esto, no sería del todo descabellado preguntarse sobre el propósito de mantener una Misión Diplomática en el exterior, con el esfuerzo que esto implica –tanto para un gobierno, como

* Tercer Secretario del Servicio Exterior, graduado de la XII Promoción de la Academia Diplomática. Cumple funciones en la Embajada del Ecuador en Washington, DC.

¹ Nota N°165-MRE-63, de la Embajada del Ecuador en Washington al Ministerio de Relaciones Exteriores, 4 de diciembre de 1963. Archivos de la Embajada del Ecuador en Washington.

para los funcionarios y sus familias–, en un escenario mundial en el que, de ocurrir algún evento de magnitud relevante, lo más probable es que Twitter se inunde de mensajes, alertando de lo ocurrido en tiempo real, inclusive antes que las cadenas internacionales de noticias, y donde Facebook, YouTube e Instagram se saturan no solamente de las noticias sobre los propios acontecimientos, sino de los comentarios, opiniones y análisis que surgen en torno a ellos.

Es necesario, entonces, preguntarse de qué manera estas nuevas formas de comunicación, llamadas redes sociales virtuales, afectan el rol del diplomático y qué puede –o debe– hacer con ellas quien ejerce la actividad diplomática y el aparato institucional que articula las relaciones internacionales. ¿Cuál es su valor? ¿Deben ser consideradas un estilo informal y superficial de comunicación, casi una novedad juvenil, impropia para la formalidad y el protocolo que demanda la diplomacia? ¿Deben, por el contrario, ser asumidas como una verdadera plataforma comunicacional de largo alcance, por donde debería circular la información que se maneja en las relaciones internacionales de manera libre, transparente y sin filtro alguno? ¿Cabe algún punto intermedio entre ambos escenarios? Y, de ser así: ¿cuál es? Estas son algunas de las interrogantes a las que se enfrenta el ejercicio de la diplomacia en la actualidad.

El valor de las Redes Sociales Virtuales

No todas las redes sociales virtuales son idénticas ni ofrecen los mismos servicios y posibilidades. Las hay desde las que están diseñadas para una red de contactos estrictamente profesionales –como LinkedIn.com–, otras que se adaptan más al perfil de una organización –como SalsaLabs.com–, algunas que captan usuarios con intereses específicos –por ejemplo, Academia.edu, SocialVibe.com, Last.fm, etc.–, otras que se basan en servicios de localización –FourSquare.com o Yelp.com– y, desde luego, existen las que sirven sencillamente el propósito general de mantener contacto con amigos y conocidos compartiendo aquello que cada usuario decida hacer público –como Badoo.com u Orkut.com–. No obstante, para efectos del presente ensayo, entre todos los tipos y clases de redes sociales virtuales, se consideran las dos que, hasta el momento, han tenido mayor efecto en las relaciones internacionales y han sido mayormente usadas por embajadas, cancillerías, funcionarios públicos y otras entidades oficiales: Facebook y Twitter.

Si bien al día de hoy la importancia de las redes sociales virtuales resulta casi evidente por la gran capacidad de comunicación e interconexión que ofrecen, resulta muy ilustrativo confirmar su valor a través de datos y estadísticas.

Facebook

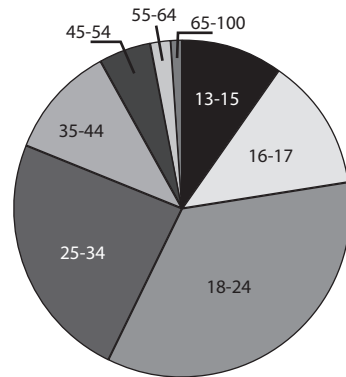
Facebook es la red social más popular en varios países del mundo y cuenta actualmente con cerca de 1.2 mil millones de usuarios a escala mundial², de quienes recibe más de 350 millones de fotografías diarias³, para no mencionar otros mensajes, notas, audios y videos cargados de información que sus usuarios comparten diariamente.

Hay que partir, entonces, por reconocer, en primer lugar, que esta plataforma cuenta ya por sí sola con unas dimensiones que le permiten ser un actor global: su “población” es superior a la de casi cualquier país del planeta; sus usuarios se comunican en más de 70 idiomas⁴; sus ingresos anuales en 2012 fueron de cinco mil millones de dólares⁵, superior al PIB de algunas pequeñas naciones, y se ha llegado ya al punto de mencionarla como protagonista de grandes cambios en la geopolítica mundial, como la Primavera Árabe. Cualquier cancillería o representación diplomática que considere que se trata simplemente de un novedoso programa de computación para jóvenes con el cual es mejor mantener distancias estaría, por tanto, sumamente disminuida.

De acuerdo a la firma Owloo, en Ecuador existen 6’800.000⁶ usua-

rios de Facebook. Adicionalmente, cerca del 60% de estos usuarios son menores de 25 años y se encuentran distribuidos en el rango de edades que se muestra a continuación:

EDAD	Porcentaje del total de usuarios de Facebook en Ecuador
13-15	10%
16-17	13%
18-24	35%
25-34	24%
35-44	11%
45-54	5%
55-64	2%
65-100	<1%



Fuente: www.socialbakers.com/facebook-statistics/ecuador

El elemento de Facebook que resulta de interés para el Servicio

2 Estadísticas de Facebook. <https://newsroom.fb.com/Key-Facts>

3 “A Focus on Efficiency” A Whitepaper from Facebook, Ericsson and Qualcomm. Publicado el 16 de septiembre de 2013. Disponible en: https://fbcdn-dragon-a.akamaihd.net/hphotos-ak-ash3/851590_229753833859617_1129962605_n.pdf

4 Top 10 Fastest growing Facebook Languages. Disponible en: <http://www.socialbakers.com/blog/1064-top-10-fastest-growing-facebook-languages>

5 Annual Financials for Facebook. Disponible en <http://www.marketwatch.com/investing/stock/fb/financials>

6 <http://www.owloo.com/facebook-stats/ecuador/>

Exterior y, en términos generales, para la promoción del país es exactamente el mismo que hace atractiva a esta plataforma para las empresas que se publicitan en los portales de Facebook y que son las que han hecho viable esta plataforma y, de paso, han enriquecido a sus dueños: el minucioso detalle de la información que suben al sistema los usuarios. Efectivamente, el sistema de *marketing* de Facebook permite que cualquier usuario –ya sea un individuo, una banda de rock o una Embajada– pueda publicitarse en sus espacios a través de anuncios con fotos que aparecen en las páginas de otros usuarios. El valor añadido está en la asombrosa capacidad de direccionamiento de la publicidad. Por ejemplo, si se quiere vender cuadros en Nueva York, es posible configurar el anuncio publicitario para que aparezca únicamente a quienes viven a un máximo de 50 millas del centro de la ciudad, que les guste el arte, y que sean “fans” de determinadas galerías. Asimismo, si se quiere promocionar un kiosco de venta de jugos en el Parque La Carolina, sería posible pensar en direccionar la publicidad hacia quienes vivan en el norte de Quito y les guste trotar. Con la misma información, disponible en Facebook, con la que se promocionan marcas y productos, es posible promocionar los valores y las políticas de un país. Se puede, por ejemplo, anunciar los eventos culturales de una Embajada entre

quienes viven en la respectiva ciudad, promocionar el turismo entre los usuarios a los que les gusta viajar, difundir jornadas de asistencia consular entre quienes viven en una determinada jurisdicción y sean ecuatorianos, provocar la interacción de una comunidad a través de encuestas publicadas y mesurables en el mismo portal, posicionar políticas e ideas de interés nacional, entre muchos otros. En definitiva, se trata de una herramienta moderna que ha determinado un cambio vertiginoso en las comunicaciones y en la interrelación personal e interinstitucional, por su capacidad de cobertura, versatilidad y rapidez. Aunque hace poco tiempo hubiese sido impensable, Facebook es, de hecho, una herramienta de política exterior.

Twitter

Si apenas hace algunos años, a mediados de la década del 2000, cuando Facebook era prácticamente un experimento y Twitter aún no había nacido, se hubiera hecho la pregunta sobre lo que son las redes sociales virtuales, la respuesta más cercana a la realidad habría sido: los blogs. Estos son, básicamente, páginas web en las que, a manera de bitácora digital, cada escritor escribe acerca de aquello que considera interesante o que vale la pena compartir con el mundo. Poco a poco, los *blogs* se fueron haciendo cada vez más sofisticados y permitieron la incorporación de fotos y videos. Así,

numerosos usuarios empezaron a escribir sobre una variedad de temas tan amplia como variopinta.

Lo interesante de la aparición de los blogs es que permitió a cada persona convertirse en periodista, reportero y editor. En ocasiones, los blogs sirvieron para informar sobre acontecimientos a los que no tenían acceso directo a los canales usuales de noticias. La utilidad social de estas páginas se comprobó, por ejemplo, a raíz del terremoto y posterior *tsunami* del océano Índico en diciembre de 2004⁷. En esa ocasión, algunos blogueros⁸ que se encontraban en la zona de la tragedia informaron al mundo los más mínimos detalles de lo ocurrido y permitieron canalizar de mejor manera la ayuda internacional.

La aparición de Twitter, en 2006, puede considerarse una evolución del blog. De hecho, se trata de un microblog, pues limita cada entrada a 140 caracteres. Adicionalmente, Twitter actualizó el concepto de blog a la vertiginosa dinámica de los tiempos modernos. Poca gente tiene tiempo y ganas de leer blogs especializados, en los que el autor dedica páginas enteras a la descripción de sus experiencias, a la presentación de sus ideas y a la justificación de sus argumentos. Twitter, al contrario, pone al autor frente a una extraordinaria limitación: si tiene

algo que decir, debe hacerlo en 140 caracteres. Es la concisión llevada al extremo.

No obstante, es quizás ese mismo requisito de laconismo lo que ha llevado a la masiva popularización del Twitter. Efectivamente, ante la restricción de espacio, hay que aprovechar el poco que hay para causar impacto. Así, la comunicación por este medio se confecciona de manera directa, precisa y aguda.

El Diplomático Digital

Los apellidos que ha adquirido la diplomacia a lo largo del tiempo han sido varios y muy decisivos del momento histórico y político que le ha tocado vivir. Así, en diferentes etapas se ha experimentado con la diplomacia económica, diplomacia comercial, diplomacia cultural, diplomacia pública, entre otras. El más reciente apellido, y el que más fuerza está tomando a nivel internacional, es el de *Digital*.

Por Diplomacia Digital se puede entender la incorporación de las redes sociales virtuales en el ejercicio diplomático como herramienta fundamental para la consecución de objetivos de política exterior.

Se hace cada vez más evidente que la adopción de la Diplomacia Digital ha dejado de ser una opción y, al contrario, resulta cada vez más claro que se trata de una necesidad.

⁷ James Surowiecki, Conferencia en TED disponible en www.ted.com/talks/james_surowiecki_on_the_turning_point_for_social_media.html

⁸ El término es una adaptación del inglés "blogger" y se refiere a las personas que escriben una bitácora en línea. Se trata de un neologismo reconocido por la Real Academia de la Lengua en 2012.

La mejor respuesta que puede tener ante esto un diplomático es aprender, estudiar, practicar y ponerse al día. La mejor respuesta que puede tener ante esto una institución es articular formalmente un esfuerzo de capacitación y orientar con precisión la manera en que han de usarse estas nuevas herramientas.

Antes de reflexionar sobre el rol del diplomático en el entorno actual, sin embargo, es necesario hacer una puntualización. A diferencia de las otras “familias” de diplomacia, que se categorizan según sus objetivos, cuando se habla de Diplomacia Digital se está caracterizando un medio y no un fin. Efectivamente, el propósito de la Diplomacia Digital no es –o no debe ser– simplemente tener una presencia virtual, sino utilizar esa presencia para lograr su misión, que es la misma que tenía antes de la irrupción de las nuevas tecnologías.

Hay que reconocer, en cualquier caso, el nuevo entorno generado por las novedosas plataformas comunicacionales. No es en absoluto inusual o impensable, al día de hoy, encontrarse con situaciones en las que la Cancillería o alguna de sus autoridades reciban información sobre acontecimientos ocurridos en un determinado país antes que la propia Embajada en ese Estado. No sería tampoco del todo extraño que la Embajada, aun manejando información de primera mano, no logre hacerla llegar a las correspondientes

autoridades antes que las cadenas internacionales de noticias o, más aún, antes que las insomnes y siempre alertas redes sociales virtuales.

Resulta casi irónico que, precisamente cuando el diplomático se había adaptado a la convivencia con la televisión satelital, con Internet y con el correo electrónico, y se encontraba en una fase de optimización del uso de estos medios de comunicación en las relaciones internacionales, aparezcan otras formas de comunicación que trastocan nuevamente el manejo y, sobre todo, la velocidad de la información. La reconfiguración de los conductos comunicacionales, sin embargo, ha sido más bien un elemento básico y constante en la diplomacia. Desde la invención de Gutenberg, hasta la de Zuckerberg, los canales de información y sus contenidos han cambiado drásticamente. Lo que ha debido permanecer constante, en cambio, es una elevada capacidad del diplomático para lidiar con estos cambios y adaptarlos a los intereses de su país. Esta vez, al iniciarse la segunda década del siglo XXI, la novedad se llama Redes Sociales Virtuales. Quizás una de las definiciones más apropiadas de éstas es la que presenta Ángel Daniel Fuentes:

“Las redes sociales virtuales son formas de interacción social, dadas por un intercambio dinámico entre personas, grupos e institu-

ciones. Se pueden ver como un sistema abierto y en construcción continua que involucra a conjuntos de individuos que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y además se organizan para potenciar sus recursos”⁹.

Quizás otro elemento que valdría añadir a esta definición, es la velocidad de la comunicación. Las redes como Facebook o Twitter permiten transmitir la información en tiempo real, al punto que cualquier individuo puede convertirse en corresponsal de noticias si se encuentra en el lugar correcto al momento indicado.

Podría parecer que este proceso de transmisión de información contrasta con aquel, en que el jefe de misión solicita redactar una nota diplomática a uno de sus funcionarios y, tras sucesivas correcciones y ajustes, se incorpora el formato oficial a la comunicación, se firma, se sella, se enumera y finalmente se envía. La diferencia de velocidades a la que viaja la información es evidente. ¿Cómo es posible entonces imaginar siquiera un atisbo de competencia entre ambas? ¿Cómo puede una cancillería o una embajada ser eficaz comunicacionalmente, o siquiera operar, en un entorno de tan vertiginosas características?

A pesar de esto, quienes pudieran pensar que la justificación de la actividad diplomática en el mundo digital se desvanece se equivocarían. Y mucho. Efectivamente, el papel de un agente diplomático moderno no se limita a informar; para eso están los profesionales de esa área y los corresponsales de noticias. El diplomático no es, ni debe pretender ser, un profesional de la comunicación. La pertinencia de su acción, en referencia siempre en el ámbito comunicacional, está más bien en el valor añadido que puede otorgar a la información, lo cual no solamente no está previsto en la labor de un corresponsal, sino que muy probablemente no tendría la capacidad de hacerlo. Se trata, sencillamente, de roles diferentes. Es incorrecto pretender que el diplomático se convierta en un reportero oficial, o que reduzca su rol a un simple transmisor de información. Es inclusive incorrecto pensar que el diplomático pueda acceder a fuentes de información a las que no tienen acceso los medios. Esto, que quizás era cierto hace algunos años, no lo es más y, por el contrario, lo normal es que los medios tengan una capacidad de despliegue para la obtención de noticias mucho más desarrollada y sofisticada que los aparatos diplomáticos, inclusive en círculos oficiales. El diplomático, entonces, no debe entrar en una competencia por “saber más”

o “saber antes”. Puede que gane algunas batallas en ese esfuerzo, pero la guerra estará inevitablemente perdida ante gigantescas maquinarias comunicacionales cuya inversión se ha focalizado de manera prioritaria en la obtención de información. La justificación del accionar diplomático debe buscarse, más bien, en el análisis que hace de la información y en el procesamiento que hace de ella. Esto lo lleva a cabo, además, sustentado en un bagaje de preparación académica y experiencia profesional tales que su análisis es precisamente el acertado para su país. Más allá del ámbito de la comunicación, además, es necesario recordar que la actividad diplomática contempla otras importantes responsabilidades, tales como la representación de su Estado, la negociación y la protección de sus connacionales. En algunos casos se convierte también en punta de lanza de la defensa de los intereses nacionales, o en la primera barrera de contención de conflictos internacionales.

Hasta este punto se ha establecido que el diplomático debe trascender la función de un reportero, pero en materia comunicacional, por lo señalado, todavía podría confundirse la labor de un diplomático con la de un académico. La diferencia está en el punto de vista: el académico, para hacer bien su trabajo, debe revestir su perspectiva *ex ante*

de imparcialidad –de escepticismo inclusive– y construir su análisis partiendo de la neutralidad; el diplomático, por el contrario, puede ser todo menos imparcial. De hecho, si es imparcial no es un buen diplomático. Su análisis, al contrario del de un académico, debe tener como norte la defensa de los intereses del Estado al que representa. Su misión difiere de la del académico, pues busca resultados prácticos más allá de la explicación de un fenómeno. El adjetivo “digital”, sin embargo, no modifica la misión del diplomático, tal como se ha explicado; sino que especifica los medios que utilizará para lograr sus objetivos.

Uno de los primeros registros sobre la utilización de redes sociales virtuales para comunicaciones entre diplomáticos de alto nivel se dio en 2011, cuando el Ministro de Relaciones Exteriores sueco descartó el uso de cables diplomáticos o llamadas telefónicas para comunicarse con una de sus contrapartes y prefirió, en cambio, usar Twitter¹⁰. En esa oportunidad, el Canciller sueco, Carl Bildt, ante la imposibilidad de comunicarse con su homólogo de Bahrein, Khalid bin Ahmed al-Khalifa, por vías oficiales y por los medios tradicionales, optó por entrar a su cuenta de Twitter y enviar a su colega un mensaje –corto, como cualquier mensaje de Twitter– que decía: “Estoy intentando comunicarme

10 “Swedish Foreign Minister seeking counterpart dumps diplomatic cables, opts for Twitter instead” en *The Washington Post*, 27/05/2011. Sección Internacional. pág. B6.

contigo por un asunto”. En conversaciones posteriores con la prensa, el Ministro Bildt enfatizó que, a través de Twitter, pudo establecer un rápido contacto con el Canciller al-Khalifa. Sin embargo, al ser interrogado sobre cuál era el tema urgente sobre el que quería conversar con su colega, prefirió no responder.

En esta anécdota se pueden encontrar varios puntos de partida, e inclusive algunas lecciones, que resultan útiles para el análisis sobre el papel que pueden cumplir las redes sociales virtuales en las relaciones diplomáticas. En primer lugar, cabe destacar que en la decisión del Canciller sueco de utilizar el Twitter hay una priorización de lo práctico. En otras palabras, ante el problema de establecer la comunicación, prescindió de lo que habría sido tradicional o esperado y optó por la solución más eficiente y capaz de brindar resultados inmediatos. Esto, que sería algo normal en relaciones interpersonales comunes, no es una decisión menor al tratarse del establecimiento de un canal de comunicación entre las más altas autoridades diplomáticas de dos Estados. Más aún, no resulta usual no solamente por la alta investidura de los tuiteros¹¹, sino también porque su área de competencia es una que ha estado históricamente marcada por el respeto a las formas y a rígidos protocolos,

inclusive en el establecimiento de un canal de comunicación, como es el caso en cuestión. En realidad, a la luz de lo ocurrido, se puede establecer, de manera más general, que en el mundo moderno es válido buscar un contacto también de una manera moderna. El carácter omnipresente de las redes sociales virtuales ocasiona la adaptación y evolución de todos los aspectos significativos de la convivencia social, sin dejar a salvo la comunicación diplomática entre Estados –y, por cierto, entre Estados y sus pueblos–.

Adicionalmente, también es posible extraer un importante corolario de las respuestas que el Ministro Bildt dio a la prensa más tarde. En particular, cabe notar que su aparente apertura y transparencia al tomar contacto con un homólogo suyo a través del Twitter desapareció al ser consultado sobre el tema del que quería conversar con él. Consideró el Canciller que ese no era el espacio adecuado para dialogar, o quizás negociar, directamente con su colega.

A más de la practicidad, otro de los elementos que aportan las redes sociales virtuales es la velocidad de consumo de información. La inmediatez es uno de los factores revolucionarios que Internet había introducido en las comunicaciones durante su expansión y popularización en la década de los noventa.

11

Aunque el término no ha sido aún reconocido formalmente por la Real Academia de la Lengua Española, "tuitero" es la versión españolizada de "tweeter" y hace referencia al usuario de Twitter, o a quien emite un tweet, un mensaje a través de esta vía.

Durante los últimos años, las redes sociales virtuales añadieron a este factor la interacción directa entre los internautas con un nivel de detalle y sofisticación cada vez mayor. En un primer momento estas interacciones se reducían de manera exclusiva a grupos con intereses específicos. Por ejemplo, foros sobre deportes, política, cine u otros en los que los participantes podían dejar su mensaje o chatear en tiempo real. Posteriormente, algunos espacios como myspace.com materializaron un concepto hasta entonces poco explorado: la interacción sobre contenidos personalizados. En otras palabras, los espacios dejaron de limitarse únicamente a foros con temas definidos, sino que cada usuario adquirió la capacidad de presentar sus propios contenidos en una “página web personal”. Esta idea, que evolucionó después hasta llegar al archiconocido Facebook, brindó entonces a cada individuo la posibilidad de expresar los temas que eran de su particular interés y hacerlo, además, con un contenido multimedia. Estas posibilidades que se abrieron para los usuarios individuales, desde luego, se abrieron también para las organizaciones.

En su aplicación práctica para una cancillería, embajada o consulado, esto significa que los intermediarios en la transmisión de información se han hecho cada vez menos necesarios, si bien siguen siendo importantes. A manera de ejemplo,

vale considerar el caso de una embajada que desee promocionar una próxima presentación cultural en un determinado teatro. Para garantizar una asistencia notable, en los números que la misión diplomática esperaba ver en una manifestación artística de su país, hace no muchos años la publicación de la noticia en los principales periódicos y revistas habría sido requisito *sine qua non*. Hoy, una embajada puede prescindir de los intermediarios de información y llegar directamente a los potenciales interesados en asistir al evento cultural. De hecho, si la embajada tiene sus redes sociales lo suficientemente bien desarrolladas y actualizadas, no sería necesario más que escribir un mensaje en Twitter o en la cuenta de Facebook para que, de manera inmediata, la noticia empiece a difundirse y multiplicarse por el espacio virtual.

Esta rápida difusión radica en el empoderamiento de los usuarios que leen y se interesan por una determinada noticia. Efectivamente, han quedado atrás los tiempos del individuo pasivo frente a un periódico. Hoy día, al leer una noticia en Internet, es posible reenviarla a los contactos deseados, subirla a Facebook, dejar un comentario para el posterior debate, denunciarla o criticarla en un blog o inclusive retuitearla¹². Queda claro, entonces, que la arena comunicacional es un caótico universo de infinitos contenidos y de tal magnitud de información capaz

de abrumar y desbordar a cualquier individuo u organización. Lo novedoso e interesante es que el foco de energía del sistema de comunicación en Internet, y particularmente en lo relativo a redes sociales virtuales, no está en los medios tradicionales o en pocas organizaciones: la energía y dinámica del sistema está en los usuarios. Así entonces, cada persona con una cuenta de Facebook o Twitter puede convertirse *de facto* en un periodista, corresponsal, investigador, reportero, analista, activista, político, etc. No es raro, por tanto, que todo movimiento político, toda causa social y toda idea con pretensión de difundirse tenga su correspondiente página de Facebook, cuenta de Twitter u otro similar. No tener una presencia virtual sería condenarse de antemano a permanecer en un ámbito más local, parroquial y menos nacional o global.

Boletín de Prensa Oficial vs. Tweet

Uno de los corolarios sobre el entorno descrito de la Diplomacia Digital es que el estilo de comunicación se ha hecho más informal y más sucinto. Efectivamente, prácticamente la totalidad de información que se recibe a través de las redes sociales virtuales está escrita de manera informal y directa. No importa que la información se origine en fuentes gubernamentales o aborde temas de notable oficialidad; si no

se transmite bajo los estándares adecuados de las redes sociales virtuales, difícilmente tendrá un impacto. La información también debe ser sucinta. Para la comunicación masiva por estas vías, debe asumirse que todo lo que tenga una longitud superior a un párrafo resulta ya demasiado largo y cansino para leer. Este comportamiento cultural es precisamente la regla básica de Twitter, un sistema que por *default* no permite la publicación de nada que tenga más de 140 caracteres.

A manera de paréntesis, resulta irónico que el mundo haya registrado avances tan trascendentales en las tecnologías de información y comunicaciones, y haya experimentado adelantos que le han permitido superar los límites y las restricciones de redacción que en el pasado le imponía la telegrafía para tener que volver a algo muy parecido, sino a lo mismo: así como sucedía con el telégrafo, hoy también con Twitter es necesario condensar una idea hasta su médula para poder transmitirla. La limitante no es ya la tecnología, sino el tiempo.

En cualquier caso, a menudo estas plataformas de comunicación informal provocan un cierto temor a incursionar en ellas por parte del mundo diplomático. El nivel de informalidad a veces parece impropio de la alta representación que se desempeña y muchas veces se las subordina a ca-

12

Retuitear o Retwitear se refiere a la opción de Twitter para reenviar desde la cuenta propia un tweet publicado por otra cuenta. Mientras más sean los "retweets" mayor difusión tiene la noticia.

tegorías inferiores de comunicación. Nada podría estar más alejado de la verdad. No solamente se trata de medios eficientes –como lo demuestra el citado ejemplo del Canciller Bildt–, sino que esa misma informalidad hace más atractiva una noticia y, por ende, es mayor su impacto.

Se puede considerar, a manera de ejemplo, el siguiente boletín de prensa –hipotético– de la Embajada del Ecuador en Vanin –país también hipotético– escrito en un estilo típicamente oficial y digno de ser publicado en páginas web y periódicos oficiales:

La Embajada del Ecuador en Vanin tiene el agrado de comunicar que esta mañana, durante la sesión legislativa prevista en el marco del mecanismo de análisis de política comercial, el Senado y la Cámara de Representantes de Vanin acordaron la extensión de las preferencias arancelarias concedidas al Ecuador por un período de dos años. Al respecto, el Embajador ecuatoriano se congratuló de dicha medida y saludó la decisión del legislativo vaninense, la cual, con toda seguridad, contribuirá al positivo desarrollo de las

relaciones comerciales entre ambas naciones, promoverá la creación de empleo en el Ecuador y fortalecerá los excelentes vínculos políticos existentes entre ambos Gobiernos.

Ahora bien, este boletín de prensa podría significar mucho para la Embajada, para algunos exportadores, quizás para los funcionarios del área correspondiente de la Cancillería y pocas personas más (todos ellos, por cierto, sin posibilidad de réplica inmediata ante la publicación de la noticia). Mientras tanto, es probable que el gran público no solamente no se interese por la noticia, sino que al empezar a leer el boletín de prensa, tras haberlo encontrado seguramente por casualidad, no lea más que unas pocas líneas antes de abandonarlo por completo.

No obstante, si la noticia se lee no en un periódico oficial o en una página web oficial, sino a través de alguna de las redes sociales¹³, la Embajada podría permitirse dar a conocer la noticia de alguna de las siguientes formas:

- *¡¡¡Aseguramos miles de puestos de trabajo en Ecuador al aprobarse la extensión de preferencias arancelarias en Vanin!!!*

¹³ Estas también pueden ser oficiales, pero ofrecen una mayor flexibilidad en cuanto al lenguaje y son más accesibles al gran público. No están por tanto revestidas de “oficialidad” de la misma manera en que lo está una publicación oficial o una página web.

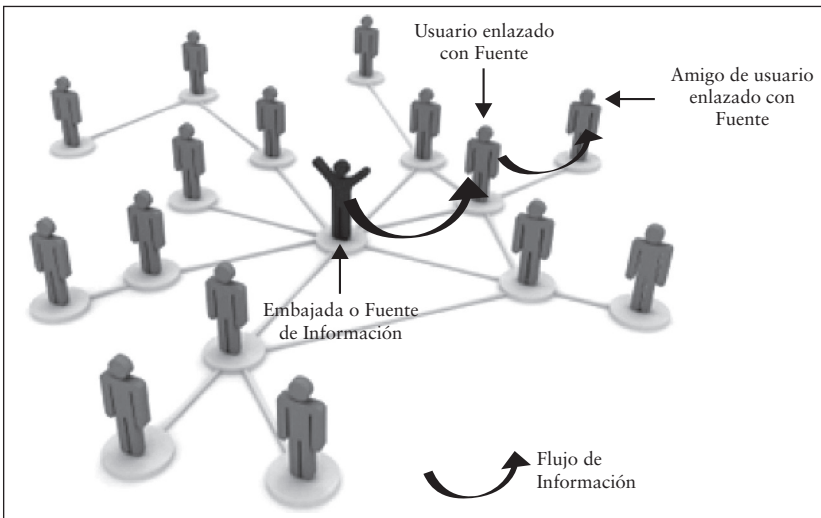
- *Seguiremos exportando a Vanin con preferencias arancelarias!! Gran noticia para la industria ecuatoriana!!*
- *Felicidades a los trabajadores ecuatorianos, sus productos seguirán entrando a Vanin con preferencias arancelarias!!!*

Como puede notarse, las redes sociales ofrecen la noticia con la posibilidad de desprenderse de su carácter de “oficial” –pese a seguir siéndolo– y desembarazarse de todo cuanto pudiera tener de sosa. La noticia puede así llegar al destinatario de una manera en que éste, aun sin estar necesariamente relacionado con ella, se interese. El mensaje comunicado de esta forma brinda, además, la posibilidad

de réplica y de interacción (quizás una de las principales fuentes de la resistencia del mundo diplomático a estas tecnologías).

Entre las cualidades que distinguen a una noticia difundida por redes sociales de un boletín de prensa oficial están la concisión, el estilo coloquial, la rapidez de difusión, el potencial de multiplicarse y reproducirse a través de cuentas de terceros, la “entrega a domicilio” –aparece directamente en la cuenta de cada usuario– e inclusive un cierto relajamiento de las normas gramaticales –el uso de un triple signo exclamativo, o la ausencia de uno al inicio de la frase, en los ejemplos citados–, lo cual refuerza ese carácter familiar y amistoso que permite a la noticia capturar más fácilmente la atención del lector.

La Red Social Virtual



Adicionalmente, las redes sociales son dinámicas y activas. Puede darse, por tanto, el caso de que la noticia, inicialmente generada en la cuenta de una embajada, llegue a un usuario a través de otro, ya sea un amigo o familiar, con lo cual la noticia se beneficia del impulso derivado de la relación entre estas personas. Evidentemente, las probabilidades de que se preste atención a una noticia son mayores si ésta llega a través de un amigo, un hermano o inclusive un conocido –en definitiva, un “contacto” en alguna de las redes sociales–. La clave está en encontrar la manera en que los diferentes usuarios se hagan eco de las noticias que son significativas para una determinada representación diplomática.

Finalmente, es importante tomar en cuenta que, cada vez más, la gente busca informarse a través de sus propias redes y acuden a ellas en busca de actualización. Es, de hecho, en estas redes donde los usuarios generalmente reciben la primicia, y acuden a las cadenas de noticias o periódicos solamente en caso de que exista un deseo de profundizar. Tan es así que los medios de comunicación han tomado nota de esta situación y han optado por incursionar, también ellos, en el mundo de las redes sociales virtuales. De esta manera, logran recuperar, en cierta medida, el usual rol que mantenían de ser los primeros en dar una noticia y ser la fuente de información por excelencia en los ciclos noticio-

sos. Así, por ejemplo, ya no es raro el caso en que decir “Me enteré por el periódico...” significa, de hecho, “Me enteré a través de un tweet de ese periódico...”.

Conclusiones y Recomendaciones

Las redes sociales virtuales han tenido un efecto democratizador en la comunicación. El patrimonio de la información, antes exclusivamente en manos de los medios, de las corporaciones y de los Gobiernos, se ha diluido, en cierto grado, entre los millones de usuarios de estas plataformas. No es exagerado afirmar, por tanto, que las redes sociales virtuales han tenido un efecto descentralizador del poder. Además, estas herramientas han permitido a sus usuarios individuales entablar comunicaciones directas, verdaderos diálogos, con entidades o autoridades que, hasta hace no mucho, entendían la comunicación como la transmisión unidireccional de un mensaje (embajadas y consulados, desde luego, entran en esta categoría).

La reflexión que se ha generado en torno al uso de las redes sociales en la diplomacia y las relaciones internacionales está en una fase inicial y resulta aún insuficiente, pese a que las circunstancias mundiales han confirmado, cada vez con mayor contundencia, el ineludible vínculo entre ambas. Es necesario remediar esa carencia cuanto antes. Más aún, al observar la lista de las redes socia-

les más populares de las Representaciones Diplomáticas del Ecuador alrededor del mundo, es innegable un incipiente deseo de posicionamiento internacional del país en estas plataformas.

En cualquier caso, la primera y más obvia conclusión a la que se puede arribar es que resulta imposible generalizar los términos de la relación entre redes sociales virtuales y diplomacia. Por ejemplo, no se puede afirmar, de partida, que no son compatibles. De la misma forma, tampoco sería correcto sostener que la diplomacia debe aprovechar la plataforma que brindan estas redes en todo nivel y para todo propósito. Así como en otros ámbitos de la vida, también en este se requiere buen criterio. El diplomático profesional deberá estar en capacidad de decidir qué, cuándo y cómo comunicar. La experiencia en el ejercicio de la profesión con seguridad le brinda una ventaja.

Las redes sociales virtuales resultan sumamente útiles, casi imprescindibles, si el fin que se busca es dar a conocer los resultados de una gestión, o difundir y promocionar políticas, eventos o productos –turísticos y comerciales, por ejemplo–, manifestaciones culturales, servicios consulares. En definitiva, toda ocasión en la que se busca el involucramiento del público o su conocimiento de algún tema en particular cae directamente bajo el campo de acción de las redes sociales virtuales.

Entre las recomendaciones, cabe hacer mención, nuevamente, de los contenidos. No son pocas las ocasiones en que entidades oficiales o gubernamentales –como embajadas o consulados–, ávidas de ser percibidas como modernas, conectadas a las autopistas de la información y tecnológicamente actualizadas, mantienen cuentas en redes sociales virtuales, principalmente Facebook o Twitter, sin producir ningún contenido propio y, lo que es peor, limitándose a reproducir en esas plataformas noticias y boletines de prensa ajenos con una redacción extremadamente formal y protocolaria, construida para otros medios. El respectivo jefe, ya sea director, embajador o cónsul, podría tener la tentación de sentirse muy complacido al constatar que su organización “está en Facebook”, podría pensar que, por lo tanto, está a la vanguardia o, por lo menos, acorde a los tiempos. En realidad, su esfuerzo es fútil y puede ser inclusive contraproducente.

De hecho, no se puede pretender tener una presencia exitosa en las redes sociales virtuales sin producir contenidos propios. Por ejemplo, la página de Facebook de una embajada que se limita a transcribir los boletines de prensa de su cancillería es insostenible (sería preferible un link a la página web de esa cancillería). Es importante, entonces, generar un valor añadido. Las redes sociales virtuales deben ser, ante todo, medios y no fines en sí mismos. Deben

manejarse y entenderse como instrumentos para comunicar algo de una forma nueva y diferente, y, además, hacerlo con un estilo y lenguaje que no es posible en otras plataformas.

Las entidades oficiales que han optado por tener cuentas en redes sociales virtuales sin que éstas generen un valor comunicacional han provocado un efecto exactamente contrario al esperado. Lejos de ser imaginadas y percibidas como organizaciones modernas, su inadecuado contenido en Facebook o sus prolongados silencios en Twitter exponen públicamente las limitaciones de su gestión. Efectivamente, al tener presencia virtual, las entidades públicas —léase Representaciones Diplomáticas para el caso presente— entran a competir con otras entidades, compañías y miles de millones de usuarios, la mayoría de los cuales solamente aspira a ganar una buena reputación como resultado de su actividad en estas redes. Y, quizás, es precisamente esta buena reputación —o popularidad— el valor que, en el fondo, busca una organización a través de su utilización de las redes sociales virtuales. Así como el artista procura los aplausos, el usuario de Twitter busca los “retweets” y el de Facebook busca los “Likes”. En definitiva, lo que se busca es la aprobación de la comunidad de usuarios, una comunidad que, como se ha señalado, tiene ya dimensiones mundiales.

Esta reputación, por otra parte, y principalmente en el caso de enti-

dades oficiales, se basa en la credibilidad y en la pertinencia de la información publicada. De hecho, si se quiere conocer la posición oficial o la declaración respecto a algún tema por parte de una cancillería o embajada, por ejemplo, es necesario que exista en el usuario de las redes sociales la suficiente confianza para buscarlas en las cuentas oficiales de esas redes. Asimismo, la información debe ser pertinente y oportuna. No tiene sentido publicar una noticia que lleva ya un largo tiempo circulando en los medios porque resultaría anacrónico. El anacronismo, por lo demás, puede darse en el ámbito noticioso en un tiempo tan corto como un día o inclusive unas pocas horas.

Finalmente, es necesario interiorizar el hecho de que las redes sociales virtuales no son el futuro de la comunicación. Son el presente. La actividad diplomática tiene una notable oportunidad para hacer uso de estas redes, pero su incursión en ellas sigue siendo limitada ante los temores de la interacción virtual, la falta de una orientación clara y la ausencia de una conceptualización institucional sobre su significación en el quehacer diplomático. Es de esperar, sin embargo, que una mayor profundización en esta temática por parte de los agentes diplomáticos resulte en una mejor utilización de estas herramientas y en beneficios cada vez más evidentes y tangibles para la promoción y la defensa de los intereses del país.

Bibliografía

- “Amazon tablet fires its ambitions” en Financial Times, 29/09/2011. Sección Companies International, pág. 17. Impreso.
- Castells, Manuel. *The Information Age: Economy, Society and Culture vol. II*. Blackwell Publishers. Oxford, 1997.
- Castells, Manuel. “Materials for an Exploratory Theory of the Network Society” en The British Journal of Sociology vol. 51 N° 1, 1-3/2000, págs 5-24.
- Eyres, Harry. “My shallow affair with Twitter” en Financial Times, 9/07/2011. Sección Life & Arts, pág. 20. Impreso.
- “Google’s new wish list” en Financial Times, 9/07/2011. Sección Life & Arts, pág. 1. Impreso.
- “Instant Messengers” en Financial Times, 01/10/2011. Sección Life & Arts, págs. 1,2. Impreso.
- López García, Guillermo. *El Ecosistema Digital. Modelos de Comunicación, Nuevos Medios y Público en Internet*. Editorial de la Universidad de Valencia. Valencia, 2005.
- Ostrow, Adam. “Twitter is the new Facebook”. CNN, 06/10/2011. Disponible en <http://www.cnn.com/2011/TECH/social.media/06/10/twitter.facebook.competition/index.html?iphoneemail>
- Scherer-Warren, Ilse. *Redes sociales y de movimiento en la sociedad de la información*, Revista Nueva Sociedad N°196. Fundación Friedrich Ebert. Buenos Aires, 2005.
- Shanyang, Zhao. *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*. Department of Sociology, Temple University. Philadelphia, 2008.
- Street, John. *Política y Cultura Popular*. Alianza Editores. Madrid, 2000.
- “Swedish Foreign Minister seeking counterpart dumps diplomatic cables, opts for Twitter instead” en The Washington Post, 27/05/2011. Sección Internacional. pág. B6. Impreso.
- Singer, Peter. *Corporate Warriors: the rise and ramifications of the privatized military industry*. Ithaca and London, Cornell University Press, 2003.
- Disponible en http://www.brookings.edu/views/articles/fellows/singer_20020128.htm
- Wellman, Barry y Charles Wetherell: «A Program for Historical Community Social Network Analysis: Some Questions from the Present for the Past» en International Journal of Family History vol. 1 N° 1, 1996, pp. 179-208.
- Wittkower, D.E.. *Facebook and Philosophy*. Open Court Editorial. Chicago, 2010.

Asuntos Internacionales

II Cumbre de Jefas y Jefes de Estado y/o Gobierno de la Celac

Galo Galarza Dávila*

Entre el 25 y 29 de enero de 2014 se realizó en La Habana, Cuba, la II Cumbre de Jefas y Jefes de Estado y/o Gobierno de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). Treinta de los treinta y tres Jefes de Estado de la región participaron en esta Cumbre, lo cual se considera un éxito de la convocatoria realizada por el Gobierno cubano. Una señal histórica y reivindicativa a favor de un país que fue injustamente marginado del sistema interamericano. Cuba se esmeró al máximo para que la Cumbre de la CELAC tuviera la mayor participación, organización y trascendencia. Cuidó los detalles más mínimos y consiguió que esta reunión se convirtiera en una de las más significativas de las realizadas en nuestro continente en lo que va del siglo XXI. Esto lo digo sin ningún apasionamiento ni exageración, pues fue lo mismo que mencionaron incluso representantes

de Gobiernos que tienen una ideología diametralmente opuesta a la que impera en Cuba.

Tuve el honor de formar parte de la delegación ecuatoriana que asistió a esta importante reunión. He tenido, también, la suerte de testificar el nacimiento de este organismo y seguir su trayectoria hasta ahora. En efecto, a lo largo del año 2010, mientras cumplía las funciones de Embajador del Ecuador en México, la *Cancillería de Tlatelolco* (como gusta llamarse la Cancillería mexicana) convocó a varias reuniones para tratar sobre el destino que tendrían el *Grupo de Río* (que se había convertido en un importante mecanismo de consulta y concertación política regional y del cual México mantenía la Presidencia Pro Témpore) y la *Cumbre de Latinoamérica y el Caribe* (que había promovido Brasil dos años antes). En esas reuniones, en las que participé

* Embajador del Servicio Exterior Ecuatoriano. Subsecretario de América Latina y el Caribe. Coordinador Nacional de la CELAC.

como delegado del Ecuador, y que fueron largas y tensas (porque había países, cuyos nombres prefiero olvidar, que se oponían tenazmente o creaban obstáculos y cortapisas), se sugirió fusionar a los dos mecanismos y dar paso a una organización que, a la larga, se denominó *Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños*. Esto fue ratificado por las y los Jefes de Estado y/o Gobierno de los países latinoamericanos y caribeños en la Cumbre de la Unidad Latinoamericana y Caribeña que tuvo lugar en la Riviera Maya, México, el 23 de febrero de 2010 (en la cual, debemos reconocerlo, el Gobierno mexicano puso especial empeño y dedicación); y, en la Cumbre Fundacional de Caracas, el 3 de diciembre de 2011 (en la cual tuvo una activa participación el ex Presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías, cuya memoria ha sido honrada en varias reuniones posteriores). Por primera vez en doscientos años surgía así un organismo de integración en el cual participaron todos los países latinoamericanos y caribeños. Era la primera vez en doscientos años, también, que Estados Unidos no aparecía como mentor o mecenas de un organismo de esta naturaleza. Era la primera vez en doscientos años que nuestra región conseguía crear un mecanismo que le permitiera visibilizarse ante la comunidad internacional como un solo bloque, tal como lo habían hecho años antes los países europeos,

africanos y asiáticos.

Solo unas pocas voces disidentes se oyeron contra esta Cumbre: las de algunos medios de comunicación que sirven a los grandes intereses empresariales (que, por cierto, dieron una mínima cobertura al evento o lo ignoraron) y la exclamación única y meliflua de un representante de una cancillería norteamericana que acusó torpemente a los países latinoamericanos y caribeños de “traicionar a la democracia” al haber acudido a una invitación del presidente Raúl Castro.

El Ecuador tuvo en esta II Cumbre una destacada participación. Tanto en las reuniones de los Coordinadores Nacionales (de los días 25 y 26 de enero, en sesiones de más de doce horas), como en la de Cancilleres (del día 27) y Presidentes (del día 28). Así lo reconocieron las autoridades que tuvieron la Presidencia Pro Tempore de la reunión. El presidente Rafael Correa pronunció en la sesión inaugural uno de los discursos más frontales y valientes de cuantos ha pronunciado en foros internacionales. Se lo puede leer en la siguiente dirección electrónica: <http://www.presidencia.gob.ec/discursos/>

A mi modo de ver (y así lo expuse en un informe oficial) los diez aspectos más relevantes de la II Cumbre de la CELAC pueden resumirse en los siguientes:

- a) Consolidación del mecanismo de integración más importante de América Latina y el Caribe (incluye a todos los países latinoamericanos y caribeños); la presencia en Cuba para asistir a esta Cumbre del Secretario General de Naciones Unidas (Ban Ki-moon), del mismo Secretario General de la OEA (José Miguel Insulza), de la Secretaria Ejecutiva de la CEPAL (Alicia Bárcena, quien hizo un excelente análisis de la realidad socio-política y económica de América Latina y el Caribe) y de otros representantes de organismos internacionales fue un reconocido respaldo.
- b) Fracaso rotundo de los intentos divisionistas y de la propaganda aislacionista que ejercieron algunos países y medios de comunicación y presión que, a la larga, fueron los verdaderos aislados.
- c) La Declaración de América Latina y el Caribe como Zona de Paz es un hito muy importante y una señal positiva para el mundo. Un paso más del que se consiguió con la Declaración de Tlatelolco, en la cual se dio a América Latina y el Caribe el carácter de zona libre de armas nucleares.
- d) El establecimiento del Foro CELAC-China es otro hito importante porque marca la ruta de lo que podrán ser en el futuro las relaciones de la CELAC con países y bloques de países extra regionales.
- e) La adopción de la Declaración de La Habana (que abarca 83 aspectos) y del Plan de Acción contenido en los siguientes ámbitos de acción: seguridad alimentaria y nutrición y erradicación del hambre y la pobreza, agricultura familiar, cultura y diálogo entre culturas, ciencia y tecnología e innovación, desarrollo productivo e industrial, infraestructura, finanzas, preferencia arancelaria latinoamericana y del Caribe, energía, medioambiente, agenda de desarrollo post 2015, asistencia humanitaria internacional ante situación de desastres, migraciones, problema mundial de las drogas ilícitas y las adicciones, prevención y lucha contra la corrupción, participación ciudadana, seguridad ciudadana, cooperación, mecanismos regionales y subregionales de integración, política internacional, relacionamiento con socios extra regionales. Así como de 30 resoluciones especiales sobre diferentes aspectos son otra señal de la consolidación de un mecanismo que adopta por consenso todas sus resoluciones, lo que demuestra que aun los temas más complejos y escaabrosos pueden abordarse en nuestra región con madurez y responsabilidad.
- f) El acuerdo de posiciones respecto a situaciones internacionales

conflictivas y que afectan a la paz mundial (casos Siria, Irán) es otra señal digna de mención.

- g) El propósito establecido de convertir a América Latina y el Caribe en zona libre de colonias, colonialismo y neocolonialismo es otro hito en el que se deberá seguir trabajando en los próximos años. En ese sentido se dio un paso adelante en el tratamiento de Puerto Rico.
- h) El respaldo a Cuba (que ejerció en el año 2013 la Presidencia Pro Tempore) con gran responsabilidad, seriedad y efectividad, es otra señal histórica que se emite desde y hacia un país al cual se pretendió marginar del sistema interamericano.
- i) La condena expresa al bloqueo a Cuba, el respaldo a Argentina en su derecho a tener plena soberanía sobre las Islas Malvinas y el reconocimiento a los procesos de paz que se llevan adelante en la región (especialmente a las conversaciones del Gobierno colombiano con las FARC y ELN) son también hechos dignos de mencionarse.
- j) El tema central de la Cumbre escogido por Cuba fue el estudio de los procedimientos para tener seguridad alimentaria y nutrición, así como erradicar el hambre en la región. Muchos de los mandatarios presentes se refirieron a este tema en sus discursos y mostraron los avances que ha-

bían logrado en sus países. Hay que señalar que el país que tiene la Presidencia Pro Tempore escoge cada año un tema como referente para la acción de las diferentes reuniones sectoriales.

Otros puntos destacables y de interés específico para el Ecuador que están contenidos en las resoluciones especiales y en las consideraciones de la Declaración de La Habana son: el tratamiento a aspectos sobre la cooperación internacional, la agenda de desarrollo post 2015, el respaldo al ex Vicepresidente Lenin Moreno (como Enviado Especial del Secretario General de Naciones Unidas para temas de discapacidad y accesibilidad), la consideración de los desafíos que tienen los países de ingreso medio, el respaldo a países afectados por transnacionales, la necesidad de buscar nuevos mecanismos para el tratamiento de la migración, el combate al narcotráfico, la mitigación de desastres, el derecho de los pueblos al agua potable, los derechos de los indígenas y campesinos. Todos estos aspectos y otros señalados en la Declaración de La Habana, en el Plan de Acción para el año 2014 y en las Declaraciones Especiales marcarán la agenda regional de los próximos años.

Aparte de lo señalado, esta Cumbre sirvió para que se realicen reuniones bilaterales de importancia: los presidentes de Chile y Perú, Ollanta Humala y Sebastián Piñera,

en su orden, se encontraron por primera vez después de la emisión del fallo de la Corte Internacional de La Haya que fijó los límites marítimos de ambos países, dando una muestra muy loable de que las controversias existentes entre nuestros países, por complejas que sean, pueden resolverse por la vía pacífica. Igualmente los presidentes de Haití y República Dominicana, Michel Martelly y Danilo Medina, anunciaron que resolverían una controversia que había surgido entre ambos países a raíz de la adopción por parte de República Dominicana de una ley sobre temas migratorios que los haitianos y otros ciudadanos caribeños consideraron discriminatoria. El Presidente Rafael Correa también tuvo reuniones bilaterales con sus homólogos de México (en la cual se concretó una invitación para que el mandatario mexicano, Enrique Peña Nieto, visite oficialmente nuestro país); Guatemala (para tratar temas relacionados con la reforma del Sistema Interamericano de Derechos Humanos y buscar alternativas para el combate al crimen organizado); Honduras (en la que también se concretó una visita al Ecuador del recientemente electo mandatario hondureño, Juan Rolando Hernández); y Colombia, Juan Manuel Santos, para tratar varios aspectos de la relación bilateral y estudiar formas de cómo se podía contribuir al proceso de paz en el país vecino.

En conclusión puedo decir que nuestro país tiene una gran responsabilidad con este organismo regional. Contribuyó desde sus mismos inicios a su formación, participó activamente en todas las instancias que aportaron a su creación: Cumbre de la Unidad de América Latina y el Caribe (en México, en el año 2010), Cumbre Fundacional de Caracas (de 2011), I Cumbre de Santiago de Chile (2013), en la cual también se realizó la Cumbre Europa-América Latina y el Caribe que se reúne bianualmente, y II Cumbre de La Habana (2014). A partir de este año entraremos a formar parte del Cuarteto de la CELAC (junto a Cuba, Costa Rica y San Vicente y Granadinas) y el año 2015 tendremos la Presidencia Pro Tempore. En enero del año 2016 deberemos organizar la V Cumbre de la CELAC que posiblemente coincidirá con la IV Cumbre de Países de ASA (África-Sudamérica). Quizás sea el momento de constituir ahí el Foro África-CELAC, como lo haremos este año con China y como ya lo tenemos constituido con Europa. Sería un importante logro de esa cumbre organizada por Ecuador.

Para conocimiento de los lectores de la revista AFESE reproducimos en este número la Declaración de La Habana de Jefas y Jefes de Estado y/o Gobierno de la CELAC.