



## Uso de las redes sociales en diplomacia, política y relaciones internacionales. Análisis de la información publicada en las versiones online de dos periódicos españoles: *El País* y *La Vanguardia*

Julia R. Cela<sup>1</sup>; Alicia Parras-Parras<sup>2</sup>; Laura Romero-Vara<sup>3</sup>

Recibido: 13 de julio de 2018 / Aceptado: 22 de noviembre de 2018

**Resumen.** En los últimos años se ha apreciado un aumento considerable en el uso de las redes sociales en el campo de la diplomacia, política y relaciones internacionales, lo que ha permitido mejorar la comunicación entre actores internacionales y ciudadanos. Esto evidencia el empoderamiento de la sociedad civil gracias a los avances producidos en las tecnologías de la información. Esta investigación analiza como los medios de comunicación tradicionales españoles en sus versiones online utilizan las publicaciones que aparecen en las redes sociales en los temas relacionados con diplomacia, política y relaciones internacionales como fuente primaria de información. Para ello se ha utilizado una metodología basada en el análisis de contenido en la cual se analiza la información producida por las versiones online de los periódicos *El País* y *La Vanguardia* en el periodo de tiempo comprendido entre 2010 y junio de 2017.

**Palabras clave:** Diplomacia; política; relaciones internacionales; redes sociales; medios de comunicación; internet; *El País*; *La Vanguardia*.

[en] Use of Social Media in Diplomacy, Politics and International Affairs. Analysis of the Information published in two online Spanish Newspapers: *El País* and *La Vanguardia*

**Abstract.** During the last years it has been appreciated the increase in the use of social networks in the field of diplomacy, politics and international affairs to improve communication between international actors and citizens, as well as the increase of civil society empowerment thanks to the advances made in information technologies. This work analyzes the press uses information obtained from social networks on issues related to diplomacy, politics and international relations as a primary source. For this purpose, it has been used a methodology of a content and speech analysis of the information present in the online versions of *El País* and *La Vanguardia*, that reference the use of social media in the field of diplomacy, politics and international affairs between 2010 and June 2017.

**Keywords:** Diplomacy; politics; international affairs; social media; mass media; internet; *El País*, *La Vanguardia*.

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: jurodrig@ucm.es

<sup>2</sup> Universidad Complutense de Madrid (España)  
E-mail: aparras@ucm.es

<sup>3</sup> Universidad del Valle de México  
E-mail: lau.rv90@gmail.com

**Sumario.** 1. Introducción; 1.1. Política y Relaciones Internacionales: Influencia de las TICs; 1.2. De la diplomacia tradicional a la Twiplomacy. 2. Metodología; 2.1. Población y muestra; 2.2. Instrumentos de recogida de información. 3. Resultados; 3.1. Titulares; 3.2. Contenidos; 3.3. Secciones; 3.4. Elementos multimedia; 3.5. Sentimiento; 3.6. Redes sociales; 3.7. Temáticas; 3.8. Sujetos protagonistas. 4. Discusión. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

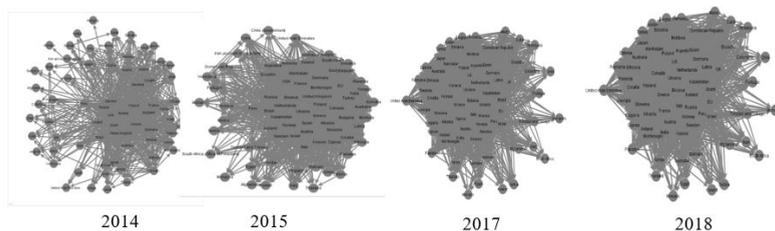
**Cómo citar:** Cela, Julia R.; Parras-Parras, Alicia; y Romero-Vara, Laura (2019): " Uso de las redes sociales en diplomacia, política y relaciones internacionales. Análisis de la información publicada en las versiones online de dos periódicos españoles: *El País* y *La Vanguardia*". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 711-726.

## 1. Introduction

A principios del nuevo milenio surge en la sociedad un nuevo fenómeno tecnológico y social: las redes sociales (Caldevilla, 2010). Las primeras redes sociales fueron evolucionando hasta llegar a convertirse en lo que conocemos hoy en día: en un principio la comunicación era unilateral hasta que ha sido posible establecer algún tipo de relación social en línea, haciendo al público participe de una estructura social (Rodríguez, 2000). Es innegable que, debido a la gran utilidad que han adquirido en la sociedad actual, las redes sociales tienen un poder irrevocable.

No es de extrañar que los líderes internacionales incluyan en sus estrategias de comunicación el uso de las redes sociales, tal y como señala Antonio Deruda (2012), autor de *Diplomazie Digitale*, el objetivo principal de la diplomacia por internet es utilizar las redes sociales para establecer un diálogo con el público extranjero. De acuerdo con los últimos datos recogidos por la página Twiplomacy (2017) hay 856 cuentas de Twitter que pertenecen a presidentes de Gobierno y ministros de exteriores en 178 países. Estos datos representan el 92% de los Estados Miembro de la ONU que en su conjunto alcanzan una audiencia de aproximadamente 356 millones de seguidores. Esto queda aún más claro si analizamos el cambio del entramado de la red social de Ministros de Asuntos Exteriores a escala mundial (ver figura 1).

Figura 1. Cambio de la dimensión del entramado de la red social mundial de los Ministros de Asuntos Exteriores. Fuente: Adaptado de Ilan Manor, The 2018 Social Network of MFAs, September 7, 2017. <https://digdipblog.com/2017/09/07/the-2018-social-network-of-mfafas/>



Otro de los usos de las redes sociales es la convocatoria de manifestaciones y protestas alrededor del mundo: el descontento social, el desempleo, la pobreza, la

exclusión o gobiernos represivos son los motivos que han llevado a las masivas convocatorias a través de internet (El Universo, 2011). Ejemplos de estos movimientos son la Primavera Árabe, el 15M en España con la intención de promover una democracia más participativa u Ocupa Wall Street en Estados Unidos contra el poder de las empresas y las evasiones fiscales sistemáticas del 1% más rico.

También las redes sociales han sido utilizadas por los diplomáticos de la esfera mundial para realizar su trabajo, ayudándose a reforzar la comunicación con la sociedad civil, tanto nacional como extranjera, fortalecer los servicios públicos internacionales y conocer la opinión de los usuarios de estos, así como proveer una plataforma que apoya el servicio de comunicación digital de las representaciones diplomáticas. Tan solo el Departamento de Estado de los Estados Unidos de América administra 300 cuentas de Twitter, 400 páginas de Facebook y tiene 180 canales de YouTube con la finalidad de perseguir sus objetivos diplomáticos. También es posible encontrar una gran cantidad de tweets en los que los jefes de Estado de diferentes países o ministros de exteriores interactúan con sus homólogos u otros actores internacionales en esta plataforma, promoviendo la transparencia internacional. El desarrollo de las formas en la que nos comunicamos es punto integral en la formación de las sociedades modernas. Según John B. Thompson (1998), debemos abandonar la idea de que los medios sirven para transmitir mensajes e información, y ver, sin embargo, que su uso implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, también en la sociedad internacional.

Un estudio manejado por *Pew Research Center* realizado en noviembre del 2014, señaló que el 41% de las personas prefieren usar redes sociales para poder enterarse de las noticias antes que otras personas; el 26% favoreció el uso de redes sociales alegando que les da información más confiable que la que encuentran en los medios tradicionales. Dichas investigaciones han servido como un recordatorio para reporteros políticos y editores al momento de redactar noticias, de recurrir a Twitter o Facebook como parte de sus repertorios, así como también como herramienta para poder conocer lo que actores políticos realizan día a día.

### **1.1. Política y Relaciones Internacionales: Influencia de las TICs**

Parece ser que cada época de la humanidad requiere un cambio drástico en el sistema internacional, principalmente debido al liderazgo adquirido por países específicos en momentos determinados. En las últimas décadas la diplomacia va adquiriendo una creciente complejidad, se multiplican los actores internacionales y los foros, así como los temas de los que se ocupa, que exceden con mucho la mera relación política entre Estados para tratar asuntos mucho más variados en los cuales es necesaria la participación de expertos especializados en cuestiones concretas (Borau et al, 2013). La comunicación internacional constituye la médula de las relaciones que existen en la sociedad internacional, es por lo que es preciso realizar un análisis de estas para entender los cambios experimentados tanto en el seno de los propios actores internacionales como en sus relaciones políticas y económicas (Calduch, 2006).

Las TIC han desempeñado un rol importante en las modificaciones de la política, como fenómeno social que depende cada vez más del componente comunicativo. Nos encontramos en un escenario, no por repetido menos criticable, en el que los políticos suelen preocuparse más por cómo luce su gestión gubernamental o cómo se percibe su figura, es decir, cómo la construyen los medios de comunicación (Gacés-Corra, 2016). Por todo ello, se deduce que gobiernos o líderes mundiales sin los seguidores necesarios en redes sociales pueden encontrar problemas para hacer llegar sus mensajes.

## 1.2. De la diplomacia tradicional a la Twiplomacy

Actualmente, gracias a la diversificación y apogeo de las redes sociales aparece el término de *Twiplomacy* o *Diplomacia digital* que, de acuerdo con Manor y Sergev (2015) se refiere al incremento del uso de plataformas de medios sociales por parte de un país para alcanzar sus objetivos en política internacional a la vez que manejan su imagen y reputación de manera proactiva. Gracias a esta nueva herramienta diplomática los medios sociales se han convertido en parte fundamental de la diplomacia.

Los nuevos medios y las redes sociales son transformadores de la actividad diplomática y de las estrategias que se siguen. Los principios de la diplomacia digital son la flexibilidad, la escalabilidad y la supervivencia, ejes de la sociedad red (Castells, 2009). Este tipo de diplomacia ofrece nuevas respuestas a la política externa de cada país. De acuerdo con el estudio realizado en 2017 por Burson-Marsteller's, la apertura a nivel mundial de redes sociales en conjunto con la diplomacia ha abierto un espacio de transparencia gracias a las plataformas de medios sociales que proveen comunicación bidireccional incondicional dando paso así a que se convierta en la herramienta más utilizada en el área de comunicación.

Según el artículo publicado en la Revista América Latina, *Diplomacia de los pueblos: Participación Popular en las Relaciones Internacionales* (2011), en la actualidad se está dando una interacción entre la diplomacia presidencial y la diplomacia colectiva, porque han sido precisamente los jefes de Estado los que han fomentado el intercambio entre diversos sectores, abriendo espacios, propiciando redes, en un intento de trasladar la participación popular que se está alentando a lo interno de los países hacia el entorno internacional (Díaz, 2011).

Paradójicamente, la revolución tecnológica en el sector de la información y la comunicación está despojando de su poder a los gobiernos y permitiendo a determinados grupos e individuos asumir papeles en la política mundial que antaño se reservaba a los gobiernos nacionales (Nye, J, 2003).

Aunque por un lado hay autores como Lev Grossman que hablan del empoderamiento de los ciudadanos a raíz de la aparición de las redes sociales, destacando el carácter horizontal y bidireccional de la comunicación; existen algunas posiciones encontradas que aseguran que no todas las sociedades estarán en condiciones de influir en los procesos políticos a través de internet y se verán afectadas por el control de las sociedades avanzadas, poniendo en riesgo la llamada autodeterminación de los pueblos.

## 2. Metodología

El presente estudio plantea como hipótesis general que las versiones online de *El País* y *La Vanguardia* crean imaginarios sociales a través de la información producida en las redes sociales, tanto por actores internacionales como por la sociedad civil en los temas relacionados con diplomacia, política y relaciones internacionales. Partiendo de esta hipótesis, la presente investigación traza como objetivo principal, identificar las representaciones que hacen los diarios españoles, *El País* y *La Vanguardia*, en sus versiones online acerca de las publicaciones que aparecen en redes sociales en los temas de diplomacia, política y relaciones internacionales; y los siguientes objetivos específicos:

a) Demostrar que la prensa digital representa un imaginario de la sociedad, especialmente en temas de política, relaciones internacionales y diplomacia.

b) Determinar la cantidad de ocasiones en las cuales los medios de comunicación tradicionales online españoles utilizan la información presentada en redes sociales como fuente primaria de sus contenidos diarios.

c) Analizar la forma en la cual la prensa digital española trata la información presente en las redes sociales relacionada con los temas de la diplomacia, política y relaciones internacionales.

d) Descubrir cuáles son los temas relevantes relacionados con diplomacia, política y relaciones internacionales que aparecen en las redes sociales de acuerdo con los periódicos online seleccionados.

e) Establecer cuáles son los países, líderes internacionales, actores políticos, departamentos gubernamentales u organizaciones que hacen más usos de las redes sociales de acuerdo con los medios tradicionales españoles en sus versiones online.

f) Destacar las publicaciones en redes sociales relacionadas con diplomacia, política y relaciones internacionales a las que la prensa española le da más relevancia.

g) Categorizar la importancia de los contenidos presentes en las redes sociales para el desarrollo de la diplomacia, política y relaciones internacionales de acuerdo con los periódicos online.

h) Diagnosticar el tipo de sentimiento *positivo*, *algo positivo*, *neutro*, *algo negativo* o *negativo* que les otorgan los periódicos online seleccionados a los contenidos encontrados referentes a política y relaciones internacionales en las redes sociales.

Para realizar el presente análisis de contenido se utilizó un modelo “*Ad hoc*”, basado en una comparativa del tratamiento informativo que los dos diarios españoles, en sus versiones online, hacen del uso de las redes sociales en la política y las relaciones internacionales. A partir de los datos recabados, se formularon unas inferencias reproducibles y válidas, aplicadas al contexto global de la prensa española, y que comprende la sociedad española actual.

Se realizó un análisis de contenido, tanto cualitativo como cuantitativo, de la información que aparece en los titulares, fotografías y cuerpo, presentes en las noticias seleccionadas, aunque cabe señalar que “la inmensa mayoría de los

lectores de periódicos son en realidad lectores de titulares y solo reparan en el cuerpo de la información si se sienten suficientemente atraídos por los elementos de la cabecera” (Zorrilla, 1996, p.8) es imperativo analizar el cuerpo de la noticia debido a que en esta sección es donde se presenta información detallada de los sucesos relacionados con diplomacia, política y relaciones internacionales que tienen lugar en las redes sociales.

El análisis de contenido se basó en la lectura textual y sintáctica como instrumento de recogida, siendo esta sistemática, objetiva, replicable y válida gracias al uso de una hoja de registro que se utilizó para analizar todos los titulares.

El sistema utilizado para obtener la muestra del presente análisis de contenido ha sido el siguiente:

1. Selección de las noticias a analizar. Para ello, se ha buscado “uso de redes sociales en política internacional” en los buscadores de ambos periódicos online, ordenando el contenido por coincidencia y escogiendo de entre los cien primeros resultados obtenidos en cada buscador las noticias que se relacionaban con política, relaciones internacionales, diplomacia y uso de las redes sociales y descartando toda la información relativa a uso de las redes sociales por empresas internacionales, deportes y/o protección de datos ya que esa información se aleja del tema a investigar en el presente análisis de contenido.

2. Identificación de la evolución que ha tenido la cobertura de temas relacionados con política y diplomacia en redes observando temas de interés internacional como, por ejemplo: elecciones presidenciales en diferentes países, ataques terroristas, acuerdos internacionales principalmente económicos o relacionados con el cambio climático, los cuales ya no solo afectan a los propios países, sino que marcan pautas de comportamiento en la diplomacia y política internacional.

3. División del material a analizar en dos grupos para facilitar una posterior comparación. Por un lado, todas las noticias de la muestra de *El País* y por el otro las de *La Vanguardia*.

## **2.1. Población y muestra**

La muestra comprendió un total de 51 noticias, 27 encontradas en el periódico *El País* y 24 en *La Vanguardia*. Se realizó un contraste entre los contenidos de los titulares, cuerpo y fotografías de las noticias referentes a relaciones internacionales y la política internacional, que se llevan a cabo en redes sociales principalmente Twitter, pero sin descartar otras como Facebook o YouTube, en las versiones online de los periódicos *La Vanguardia* y *El País* en el periodo de tiempo comprendido entre enero de 2010 a junio de 2017.

## **2.2. Instrumentos de recogida de información**

Para realizar el análisis de contenidos se decidió utilizar el programa *Atlas.ti*, siguiendo la recomendación de investigadores como Varguillas (2006) que señala la pertinencia del uso de *Atlas.ti*.

### 3. Resultados

La primera diferencia que se apreció entre las publicaciones de ambos periódicos en sus versiones online con respecto al tema del uso de las redes sociales en política y relaciones internacionales son las fechas en las que estas noticias han sido publicadas: mientras que *La Vanguardia* muestra un interés reciente (últimos dos años) por este tema, *El País* publicó la mayoría de las noticias relacionadas con este tema entre los años 2013 y 2015. Además, *El País* publica contenido referente al uso de las redes sociales en política y relaciones internacionales desde el año 2010, mientras que *La Vanguardia* comienza a incluir información sobre esta temática a partir del 2013. Las noticias producidas en este primer periodo de análisis comienzan a resaltar el uso de las redes sociales a la hora de realizar las campañas políticas y a describir los problemas que han tenido que enfrentar los líderes globales a causa de publicaciones que han realizado en sus cuentas personales o sus familiares.

#### 3.1. Titulares

Los titulares de las publicaciones analizadas en *El País* son más cortos, ideales para los *post* publicados online, mientras que los de *La Vanguardia* son largos y más parecidos a los que se utilizan para titular investigaciones científicas. En los dos periódicos los titulares combinan el uso de mayúsculas y minúsculas, pero la diferencia es que en *El País* todos son afirmaciones, mientras que en *La Vanguardia* hay interrogaciones y otros símbolos que buscan atraer la atención del lector para que continúe leyendo el cuerpo de la noticia.

En la muestra analizada, tanto en *El País* como en *La Vanguardia* hacen uso de la combinación de palabras “redes sociales” en sus titulares frecuentemente y cuando hablan acerca de una red social específica, la ganadora siempre es Twitter, las demás casi no son mencionadas.

Es de destacar que mientras que *La Vanguardia* menciona en un gran número de titulares el concepto de diplomacia digital o diplomacia 2.0, *El País* se limita a escribir la palabra política.

En *El País* se encontró que todas las noticias son largas y van acompañadas de contenidos multimedia, ya sea fotografías, links a tweets, perfiles o cuentas personales de algún líder global, gráficos propios o de algún estudio que se ha realizado sobre la materia, mapas, etc., mientras que por el contrario en *La Vanguardia* las noticias tienen una longitud corta y el contenido multimedia es escaso o nulo. Esto denota que el primer diario dedica más tiempo a sus contenidos antes de publicarlos, haciendo un trabajo de investigación más exhaustiva y con una mayor cantidad de fuentes que el segundo.

Posteriormente, se examinó el aspecto cualitativo del análisis de contenido. En este punto fue inevitable percatarse de que los titulares de ambos periódicos repiten frecuentemente las palabras “redes sociales”, “política”, “Twitter” esto se debe a que es el tema de análisis principal en el presente artículo de investigación.

### 3.2. Contenidos

Los contenidos de ambos diarios destacan el aumento del uso de las redes sociales en campañas electorales o en protestas, en general establecen que las redes sociales aplicadas a la política y relaciones internacionales mejoran la capacidad de los políticos de transmitir mensajes y llegar a un conjunto más amplio de la población, también ayudan a agilizar el proceso de democratización de los países y tienen un papel importante en cuanto a transparencia y corrupción se refieren, aunque pueden ser un arma de control social si son utilizadas por las personas incorrectas. Son un arma importante de empoderamiento de la sociedad civil, ayudan a lograr el consenso, la movilización y promueven la libertad de expresión. Por su parte *La Vanguardia* describe un uso más diplomático de las redes sociales, haciendo reseñas de situaciones en las cuales los líderes políticos de diferentes partes del mundo (principalmente) se comunican entre sí a través de las redes sociales. Ejemplos claros de esto es cuando se refieren a las comunicaciones de 140 caracteres protagonizadas por Donald Trump dirigidas a los demás mandatarios internacionales o países; el reclamo del gobierno chino al gobierno de Trump a través de Twitter; la condena del ministro de Exteriores de Reino Unido al ataque que recibió el embajador ruso en Turquía; la crítica de la canciller venezolana a su homólogo brasileño en Twitter; entre otras.

*El País* brinda información más cuantitativa que cualitativa en comparación con *La Vanguardia*, ya que a lo largo de sus textos es posible identificar cifras de seguidores, gente que tiene acceso a internet, nivel de *engagement* de los líderes internacionales, al contrario del otro diario analizado que busca describir las situaciones en las cuales las redes sociales han servido para movilizar gente o realizar diplomacia.

Es de destacar que mientras que *El País* publicaba en el 2014 información en la cual el Departamento de Estado de EE. UU apoyaba el uso de las redes sociales para que sus mensajes lleguen a más ciudadanos del mundo, para anunciar negociaciones o para combatir ideologías extremistas, no es hasta el 2016 que *La Vanguardia* informa acerca del tema de una forma parecida, esta vez el protagonista de la noticia era el Ministro Español de Asuntos Exteriores.

Lo mismo sucede con el estudio de Twiplomacy, mientras que en la muestra obtenida de *El País* únicamente se encontró una noticia relacionada con el estudio publicado en el 2015, (extremadamente detallada, hace una descripción a profundidad de los resultados obtenidos por el estudio), en la muestra de *La Vanguardia*, también solo se mostró información de un estudio, el del año 2016 (con una explicación superficial).

Dos de las noticias encontradas en *La Vanguardia* son autorreferenciales, es decir, mencionan por ejemplo la publicación del dossier “El poder de las redes sociales” en marzo de 2014 y en el que intervienen autores de la talla de Manuel Castells.

Mientras que en *La Vanguardia* es posible encontrar una nota acerca de un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Barcelona en el cual se afirma que las redes sociales no acercan política a los más vulnerables, en *El País* se transmite esta misma idea, pero con un artículo de declaraciones de José Mujica en

las cuales afirma que el uso de las redes sociales en política es un riesgo para la democracia y fomenta el intervencionismo de los países poderosos en otros.

La información que se presenta en los dos periódicos pretende concientizar a la sociedad que el uso de las redes sociales aplicadas a la política y las relaciones internacionales es cosa del presente y que los líderes internacionales que pretendan seguir figurando en la arena política deben utilizarlas responsablemente.

Hacer comparaciones entre los líderes, tanto nacionales como internacionales que utilizan las redes sociales en política o relaciones internacionales es una estrategia que se puede apreciar que utilizan tanto *El País* como *La Vanguardia*.

Pese a sus pequeñas diferencias, y ángulos desde los cuales se describe la aplicación de las redes sociales en diplomacia, política y las relaciones internacionales, la información presenta cierta homogeneidad en ambos periódicos, ya que los dos cuentan con información similar relacionada con el uso de las redes sociales por líderes internacionales. Aunque en *La Vanguardia* el aumento del interés en el presente tema es un poco más reciente.

### 3.3. Secciones

Mientras que en el diario *El País* una mayor parte de las noticias analizadas se encuentran en la sección de *Internacional*, en *La Vanguardia* esta sección ocupa el segundo lugar, posicionando en primer lugar a la sección de *Política*, la cual se encuentra en tercer lugar en *El País*. En ambos diarios se pueden encontrar 2 noticias en la sección de *Tecnología*. Existen secciones adicionales, las cuales son diferentes en cada uno de los periódicos: en *El País* la sección *Planeta Futuro* tiene un alto protagonismo en este análisis; también hay alguna noticia en *Agencias*, *Estilo* y *#Emergente*. Por su parte en *La Vanguardia* es posible encontrar alguna de las noticias analizadas en las secciones de *Vida*, *Economía* y *Natural*.

### 3.4. Elementos multimedia

Como se observa en la tabla 1, *El País* incluye un mayor número de elementos multimedia que el otro diario analizado, *La Vanguardia*. Principalmente son fotografías (18) y capturas de pantalla (8) que recogen imágenes de cuentas de Twitter y Facebook.

Imagen 1. Ejemplo de pantallazo publicado en *El País* en 2014 acompañando la noticia “La diplomacia digital de Estados Unidos”



El perfil en Twitter del embajador de EE UU en Ucrania.

### 3.5. Sentimiento

A través de la creación de una red semántica en *Atlas.ti* y teniendo en cuenta el total de la muestra analizada es posible concluir que el sentimiento es “*algo positivo*”, ya que, aunque se aprecian las ventajas de su uso sobre las desventajas, también se señalan los inconvenientes que tiene su uso y se hace hincapié en que es necesario tomar precauciones a la hora de publicar información en las redes sociales, ya que el daño puede ser irreversible.

### 3.6. Redes sociales

La principal red utilizada por los actores internacionales para realizar política, diplomacia y relaciones internacionales es Twitter, seguida por Facebook. Esta es la misma información encontrada en el estudio de Twiplomacy y en una gran cantidad de bibliografía consultada para realizar el presente artículo de investigación. Lo que demuestra que los medios de comunicación son un reflejo total o parcial de lo que sucede en la realidad.

### 3.7. Temáticas

Los temas principales de los que tratan los diarios analizados basándose en las publicaciones de las redes sociales relacionadas con diplomacia, política y relaciones internacionales se pueden dividir en tres categorías principales: elecciones, manifestaciones que han ocurrido en diversas partes del mundo (probablemente, gracias al alto nivel de convocatoria que tienen las redes sociales) y por último, la e-diplomacia, que hace referencia al uso de las redes sociales por embajadas, consulados, ministerios de relaciones exteriores y la interacción que estos tienen con sus propios ciudadanos, con los ciudadanos del mundo y/o con sus homólogos a través de estas.

Los *hashtags* se mencionan eventualmente en las noticias de la prensa online española para reseñar las temáticas que se desarrollan en las redes sociales en temas de diplomacia, política y relaciones internacionales.

### 3.8. Sujetos protagonistas

Los líderes internacionales tienen *followers* en las redes sociales, la prensa española destaca la cantidad de estos que tienen los actores internacionales para representar el poder que adquieren teniendo presencia en las redes sociales.

Tabla 1. Resultados del análisis. Fuente: elaboración propia

DIARIOS ANALIZADOS	<i>EL PAÍS</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>
Número de noticias muestra	27	24
<b>Secciones periodísticas</b> (nº de noticias que aparecen en cada sección)		
Sección Internacional	12	7
Sección Política	3	9
Sección Tecnológica	2	2
Otras (relevantes)	Planeta Futuro (6), Agencias (2)	Vida (4)
Elementos multimedia (nº de	24	10

noticias analizadas con elementos multimedia)		
Fotografías	18	7
Captura de pantalla	8	3
Videos	1	0
<b>Sentimiento:</b> grado de aprobación/ desaprobarción con el cual trata la prensa online española analizada la información relacionada con el uso de redes sociales en diplomacia, política y relaciones internacionales (# de noticias analizadas por sentimiento)		
Positivo (90% - 100%)	5	8
Algo positivo (51% - 89%)	12	3
Neutro (50%)	3	7
Algo Negativo (11% - 49%)	4	5
Negativo (0% - 10%)	3	1
<b>Redes sociales:</b> redes sociales en las que se desarrolla la diplomacia, política y relaciones internacionales de acuerdo con la prensa digital española analizada		
Twitter	152 veces mencionada	91 veces mencionada
Facebook	50 veces mencionada	37 veces mencionada
Otras (veces mencionadas)	Blogs (16), YouTube (11), Instagram (4)	YouTube (5), Instagram (5), Periscope (1), Snapchat (1), Skype (1)
<b>Temáticas:</b> Asuntos relevantes que se tratan en el uso de las redes sociales en diplomacia, política y relaciones internacionales de acuerdo con la prensa digital española (Número de noticias por temática en cada diario)		
Elecciones	13	9
Manifestaciones	10	5
E- diplomacia	4	10
<b>Hashtags:</b> se mencionan eventualmente en las noticias de la prensa online española para reseñar las temáticas que se desarrollan en las redes sociales en temas de diplomacia, política y relaciones internacionales. (mencionados en cada diario)	#GambiaHasDecided, #GhanaVotes, #NigeriaDecides #RajoyGana, #reiniciaeldebate, #YoSoyPodemos	#NotMyAbuela, #AskTrump, #BringBackOurGirls, #IranTalks
<b>Sujetos protagonistas:</b> líderes internacionales, partidos políticos, ONG's, etc. (los más veces mencionados, relevantes)		
<b>Followers:</b> (seguidores) la prensa española destaca la cantidad de estos que tienen los actores internacionales para representar el poder que adquieren teniendo presencia en las redes sociales.	<b>Ejemplos:</b> Esperanza Aguirre (31.426 en 2011) Rajoy (112.293 en Twitter y 59.000 en Facebook en 2011) Rubalcaba (76.656 en Twitter y 14.000 en Facebook en 2011)	<b>Ejemplos:</b> Trump (5,5 millones en Twitter y 4,5 millones en Facebook en 2015) Obama (137 millones en 2016) Papa Francisco (29 millones en Twitter en 2016).

#### 4. Discusión

Es palpable en los medios de comunicación tradicionales analizados (*El País* y *La Vanguardia*) que los procesos electorales de diferentes partes del globo terráqueo están teniendo una evolución significativa gracias al uso de las redes sociales. Un 39% de las noticias obtenidas en nuestra muestra brindan información referente a la influencia que ha tenido el uso de las redes sociales en los comicios de diferentes países, una gran parte de ellas haciendo referencia a los sucesos en EE. UU. Por un lado, los políticos pretenden mejorar su imagen pública a través de estas, dar a conocer sus propuestas al electorado y generar empatía con ellos, por el otro ha surgido una cultura de participación en la cual los ciudadanos buscan un

rendimiento de cuentas de sus gobernantes por medio de la “cercana comunicación” con ellos, la cual se ha hecho posible gracias al auge de las redes sociales.

Si bien todo lo anterior es una realidad del siglo XXI, no todos los políticos son capaces de afrontar el nuevo reto que plantean las nuevas tecnologías de la información, muchos de ellos ven amenazada la supremacía que poseían en décadas anteriores, gracias al control de la información.

Los hechos infieren que, aunque las redes sociales no son del agrado de todas las personas, han llegado para quedarse y el avance en el desarrollo tecnológico de las mismas harán que en un futuro cercano cualquier político que tenga aspiraciones de gobernar un país u ocupar un cargo público, se verá obligado a hacer un uso adecuado de ellas.

Hasta el día de hoy, los medios de comunicación tradicionales analizados (*El País* y *La Vanguardia*) muestran que la red favorita de los políticos o actores internacionales para influenciar a su público es Twitter, con 162 menciones a lo largo de la muestra, seguida por Facebook que alcanza 64 menciones. Lejos quedan YouTube (15 menciones) o Instagram (8 menciones), mientras que otras redes como Skype, Snapchat, Viber o Whatsapp apenas son mencionadas en escasas ocasiones.

Con la presente investigación es posible advertir que de acuerdo a estos diarios online, no solo los políticos obtienen ventajas de las redes sociales: un 27,5% de las noticias mencionan que son un medio que han servido para aumentar el empoderamiento de la sociedad civil y en muchas ocasiones liberarse de gobiernos autoritarios, tal es el caso de la Primavera Árabe, una serie de manifestaciones ocurridas en el mundo árabe de 2010 a 2013, que desencadenaron desde el derrocamiento de los dictadores de Túnez o Egipto en el mejor de los casos, o revoluciones como las de Libia o Siria, desafortunadamente la última aún no llega a su fin. Las redes sociales también han movilizado masas en países occidentales, tal es el caso del 15M en España, Occupy Wall Street en EE. UU., Movilización Estudiantil en Chile, o en México con el #YoSoy132.

Las noticias analizadas arrojan información valiosa acerca del empoderamiento que se está dando en países africanos a través de las redes sociales y movimientos ciberactivistas en blogs, especialmente las que se encuentran en *El País*, casi todas localizadas en la sección Planeta Futuro, dedicada como ellos mismo indican en su página web, a proporcionar información acerca del desarrollo sostenible en colaboración con la Fundación Bill & Melinda Gates.

El desarrollo de la diplomacia (entiéndase aquí, comunicación entre Estados-Nación para lograr negociaciones, acuerdos y/o tratados) en las redes sociales es incipiente, lo más probable es que nunca lleguen a ser tratados todos los temas de las relaciones entre países a la luz pública, primero por seguridad global y segundo porque parece ser imposible llegar a acuerdos que, por un lado beneficien a todo el conjunto de la población mundial, y por el otro, que todos los ciudadanos estén de acuerdo con ellos. La prensa analizada muestra un 27,5% de noticias relacionadas con la e-diplomacia (el uso de las redes sociales en diplomacia). En la muestra analizada, *La Vanguardia* expone una gran cantidad de información relacionada con la diplomacia de Trump a través de su cuenta de Twitter y las reacciones de sus homólogos tanto online como offline. Del mismo modo que realiza notas que

describen la comunicación que tienen diplomáticos o políticos de dos o más partes del mundo a través de sus cuentas de Twitter principalmente, ejemplificando la realidad de una diplomacia digital.

## 5. Conclusiones

En este artículo se realizó un análisis exhaustivo de las muestras obtenidas mediante la metodología planteada en las páginas anteriores, con el cual se lograron alcanzar los objetivos anhelados.

De acuerdo con el marco teórico y una vez obtenidos los resultados del análisis de contenido se realizaron inferencias tanto de carácter empírico como científico, permitiendo la comprobación de la hipótesis planteada. No cabe duda de que la prensa española en su versión online recurre con frecuencia a la información producida en las redes sociales ya sea por la sociedad civil o por los actores internacionales para realizar contenidos referentes a temas de diplomacia, política y relaciones internacionales. Buscando justificar la información que le ofrece a sus lectores, los usuarios son capaces de verificar dicha información por lo que los diarios adquieren una mayor credibilidad. De esta forma la hipótesis principal queda verificada:

“Los medios de comunicación masiva tradicionales españoles en sus versiones online crean imaginarios sociales a través de la información producida en las redes sociales, tanto por actores internacionales como por la sociedad civil, en los temas relacionados con diplomacia, política y relaciones internacionales”

Definitivamente la diplomacia avanza a pasos agigantados hacia la digitalización para crear una reputación positiva de la “marca país” en otros países extranjeros, tal es el caso de Estados Unidos o Francia cuyos Departamentos de Estado o Ministerios cuentan con sus propias redes sociales en las cuales difunden sus ideologías. El peligro está en que, al ser primitivo el uso de las redes sociales en la diplomacia, aún no se han establecido lineamientos sobre lo que puede o no decir un político o diplomático en sus redes sociales. Situación que no parece preocupar al vicesecretario del Departamento de Estado de EE. UU., Doug Frantz cuando declaró en el año 2014 que “Deben conocer y considerar la cultura del país donde se encuentran y saber que, cualquier cosa que digan en una red social, se la están diciendo al mundo entero”.

Finalmente, a pesar de que el uso de las redes sociales en temas de diplomacia, política y relaciones internacionales posee un carácter más bien positivo por las razones mencionadas con anterioridad, preocupa el hecho de que sean utilizadas para alcanzar fines equivocados. En un 6% de las muestras analizadas de los periódicos online españoles se refieren a la amenaza del uso de las redes sociales por los terroristas para difundir sus mensajes extremistas.

En conclusión, las redes sociales forman parte de la realidad comunicativa de la sociedad internacional actual y sin duda alguna, se están convirtiendo en “el campo de batalla del siglo XXI”, viéndose en ellas un reflejo de lo que sucede en el mundo *offline*. La prensa española en su versión online no solo aprueba el uso de

estas en diplomacia, política y relaciones internacionales, si no que utiliza la información presente ahí como fuente primaria para generar sus contenidos.

## 6. Referencias bibliográficas

- Borau, Elena et al. (2013): “La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano”. *Revista Interdisciplinaria de Ciencias de la Comunicación y Humanidades*. Núm. 9. [http://comunicacionyhombre.com/wp-content/uploads/2017/07/09\\_i\\_garciagomezborau.pdf](http://comunicacionyhombre.com/wp-content/uploads/2017/07/09_i_garciagomezborau.pdf) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Calduch, Rafael (2006): “Política, economía y comunicación en la sociedad internacional del siglo XIX”. *Estudios Internacionales de la Complutense*, vol. 8, nº 2 (mayo-agosto) pp. 37-86. Madrid. <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55164/10historia1.pdf> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*. Barcelona, Alianza.
- Deruda, Antonio (2012): *Diplomazie Digitale*. Rimini, Apogeo.
- Díaz, Karla (2011): “Diplomacia de los pueblos: Participación Popular en las Relaciones Internacionales”. *Revista América Latina*, 10. Santiago de Chile. [https://www.academia.edu/1893900/Diplomacia\\_de\\_los\\_Pueblos\\_Participaci%C3%B3n\\_Popular\\_en\\_las\\_Relaciones\\_Internacionales?auto=download](https://www.academia.edu/1893900/Diplomacia_de_los_Pueblos_Participaci%C3%B3n_Popular_en_las_Relaciones_Internacionales?auto=download) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Dinata, Margianta S.J. (2014): *Twiplomacy: How Twitter Affects Contemporary Public Diplomacy*. en Universitas Paramadina. Indonesia. [https://www.academia.edu/11282222/TWIPLOMACY\\_How\\_Twitter\\_Affects\\_Contemporary\\_Public\\_Diplomacy](https://www.academia.edu/11282222/TWIPLOMACY_How_Twitter_Affects_Contemporary_Public_Diplomacy) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Garcés-Corra, Raúl; Gómez-Masjuan, Miguel Ernesto (2016): “Más allá del Estado y el mercado: la nueva hora de la Comunicación Política”. *Razón y Palabra*, 20 (1), 100-132. <http://revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/65>. [Última visita: 10 de julio de 2018].
- González-Esteban, J.L. (2010): “La base electoral de Obama, redes sociales virtuales y reales: los casos de generation engage y moms for Obama”. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, vol.1 (6), 131-144. Alicante. [http://revistasocialesyjuridicas.umh.es/Revista/NUMERO\\_6\\_files/01-Gonzalez.pdf](http://revistasocialesyjuridicas.umh.es/Revista/NUMERO_6_files/01-Gonzalez.pdf) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Heine, Jorge. (2013): “La paradoja de Twitter en diplomacia”. *Other News*. Roma. <http://www.other-news.info/noticias/2013/06/la-paradoja-de-twitter-en-diplomacia/> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Kissinger, Henry. A. (1995): *La diplomacia*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Lichtenstein, J. (2010): “Digital Diplomacy” en *The New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- López Almejo, José de Jesús (2009): “Diplomacia digital y su vigencia en las relaciones internacionales” en *Norteamérica*, vol. 4, núm. 2, pp. 187-196. México. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-35502009000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-35502009000200009) [Última visita: 10 de julio de 2018].

- Luard, Evan (1977): *International Agencies: The Emerging Framework of Interdependence* London, The Macmillan Press.
- Manfredi Sánchez, Juan Luis (2011): "Towards a Communicative Theory on Public Diplomacy". *Communication & Society* 24 (2), 150-166. Navarra.
- Manor, Ilan & Segev, Elad (2015): "AMERICA'S SELFIE, How the US portrays itself on its social media accounts". *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, 89. <https://digdipblog.files.wordpress.com/2014/02/americas-selfie.pdf> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- NA.(2017): *Twiplomacy Study*. Burson-Marsteller
- Nye, J. (2003): *La paradoja del poder norteamericano*. Taurus, Madrid.
- Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (2010): *New Media, Old Media: How Blogs and Social Media Agendas Relates and Differ from Traditional Press*. Washington, DC. [http://www.journalism.org/analysis\\_report/new\\_media\\_old\\_media](http://www.journalism.org/analysis_report/new_media_old_media) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Restrepo Vélez, Juan Camilo (2013): "La globalización en las relaciones internacionales: actores internacionales y sistema internacional contemporáneo". *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 43 (119), 625-654. Medellín. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151430876005> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Rodríguez, Malvina Eugenia (2013): "Partidos políticos y redes sociales en Argentina". *Revista Diálogo Político* 1, marzo, 73-99 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4330120> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Sixto, José y Túnuez, Miguel (2011): "Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook" *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. [http://www.revistalatinacs.org/11/art/930\\_Santiago/RLCS\\_art931.pdf](http://www.revistalatinacs.org/11/art/930_Santiago/RLCS_art931.pdf) [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Smith, Aaron (2014): "Cell phones, Social Media and Campaign 2014". Pew Research Internet Project. <http://www.pewinternet.org/2014/11/03/cell-phones-social-media-and-campaign-2014/> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Arrosa Soares, Maria Susana (2015): "Diplomacia + Twitter = Twiplomacia en América Latina". *Ensaio do IEEI*, Número 26. São Paulo. <http://www.ieei-unesp.com.br/portal/wp-content/uploads/2015/08/ENSAIO-DO-IEEI-N%C2%BA-26.pdf> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Thompson, John (1998): *Los Media y la Modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- Varguillas, Carmen (2006): "El uso de ATLAS. ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido UPEL". *Instituto Pedagógico Rural El Mácaro Laurus*, Año 12. Núm Ext. <http://www.redalyc.org/html/761/76109905/> [Última visita: 10 de julio de 2018].
- Zorrilla Barroso, José Manuel (1996): *El titular de la noticia: estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional*. Tesis doctoral. Universidad Madrid, Complutense: de Madrid: <http://www.ucm.es/BUCM/tesis/19911996/S/3/S3003401.pdf> [Última visita: 10 de julio de 2018].

---

Julia R. Cela es licenciada en Periodismo y doctora en Ciencias Políticas y Sociología (UCM). Desde el 2002 es profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, como Contratado Doctor desde el 2006. Sus líneas de investigación son: las fuentes de documentación en comunicación social; la globalización en los medios de comunicación; multiculturalidad y refugiados; el exilio de la Guerra Civil española; y fotoperiodismo. Sobre los que ha publicado en múltiples revistas nacionales de la UCM, el CSIC, etc., e internacionales como la Universidad de Columbia; y libros en editoriales como Taurus, o McGraw Hill. Así como ha participado en proyectos de su línea de investigación de la UCM, comunitarios y nacionales I+D+i. Conferenciante en Universidades como la Sorbona y UCLA. Anteriormente ha trabajado en la biblioteca del Senado y como periodista en TVE y en la agencia Fax-Press [<https://orcid.org/0000-0002-9170-8025>]

Alicia Parras-Parras es doctora en Comunicación Social (Premio Extraordinario de Doctorado, 2015) y profesora asociada en la Unidad Departamental de Documentación en la facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Su principal línea de investigación es el tratamiento documental y los procesos informativos, culturales y estéticos de la fotografía contemporánea sobre lo que ha escrito varios capítulos de libros y artículos científicos. Ha sido *Visiting Scholar* en UCLA, participado en numerosos congresos nacionales e internacionales y comisariado varias exposiciones sobre fotografía, entre los que destaca el proyecto *We don't care anymore*, un colectivo internacional de artistas femeninas [<https://orcid.org/0000-0002-7186-1065>]

Laura Romero-Vara es licenciada en Relaciones Internacionales por la Universidad del Valle de México. Máster en Comunicación Social y doctoranda en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, actualmente becada por el CONACYT (México). Su investigación doctoral se centra en la comunicación política y diplomática a través de las redes sociales. Ha impartido seminarios acerca de Comunicación Diplomática en la Escuela Internacional de Protocolo de Madrid.