



Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales

Política Exterior en 140 caracteres:

Diplomacia Pública Digital en Argentina y Chile (2018-2019)

Alumna: Agustina Ferrer Deheza

Tutor: Ignacio Mamone

Firma del Tutor: 

Febrero, 2021

ABSTRACT/RESUMEN: La diplomacia pública es una herramienta de política exterior que busca influenciar actores internacionales no tradicionales, concentrando la atención en audiencias globales, con el fin de utilizar la opinión pública internacional para avanzar objetivos de política exterior. La revolución tecnológica y de las comunicaciones a la que asistimos en las últimas décadas ha incrementado el poder de la diplomacia pública. Para países periféricos, necesitados de una buena opinión pública global, esta herramienta tiene un gran potencial, especialmente a la hora de atraer inversores y ampliar el comercio internacional. El presente trabajo analiza cómo han usado las administraciones de Mauricio Macri en la Argentina y Sebastián Piñera en Chile la diplomacia pública digital para asuntos exteriores. Utilizando datos originales cuantitativos extraídos del uso y contenido de la red social Twitter, el estudio indaga sobre los tópicos, el contenido y el engagement generados por las autoridades de los dos países. El trabajo encuentra que las autoridades utilizaron la diplomacia pública digital de manera marcadamente disímil en lo que respecta al posicionamiento y atracción de posibles inversiones extranjeras, fruto en gran parte de realidades internas muy distintas.

PALABRAS CLAVE: Diplomacia pública digital, marca país, Twitter, redes sociales, Soft Power.

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	6
3. MARCO TEÓRICO	11
4. METODOLOGÍA	16
5. RESULTADOS.....	25
5.1 TWEETS DE @CASAROSADA	25
5.2 TWEETS DE @GOBIERNODECHILE	31
5.3 TWEETS DE @CANCELLERIAARG	36
5.4 TWEETS DE @MINREL_CHILE.....	39
6. DISCUSIÓN.....	44
6.1 DOS AGENDAS DE POLÍTICA EXTERIOR.....	44
6.1.1 LA AGENDA ARGENTINA.....	44
6.1.2 LA AGENDA CHILENA	51
6.2 ANÁLISIS COMPARATIVO	57
6.2.1 AGENDA DOMÉSTICA VS. AGENDA INTERNACIONAL.....	57
6.2.2 ARGENTINA Y CHILE: ¿SIMILITUDES O DIFERENCIAS TEMÁTICAS?	58
6.3 LIKES Y RETWEETS: LA IMPORTANCIA DEL <i>ENGAGEMENT</i>	66
7. CONCLUSIÓN.....	70
9. LISTADO DE REFERENCIAS.....	73
8. ANEXO.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

GRÁFICOS

GRÁFICO 1: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS SEGÚN SU CLASIFICACIÓN	25
GRÁFICO 2: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	27
GRÁFICO 3: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES	28
GRÁFICO 4: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES	30
GRÁFICO 5: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS	30
GRÁFICO 6: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS SEGÚN SU CLASIFICACIÓN	31
GRÁFICO 7: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS P. 32	32
GRÁFICO 8: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES	33
GRÁFICO 9: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES	35
GRÁFICO 10: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS	35
GRÁFICO 11: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	37

GRÁFICO 12: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES	37
GRÁFICO 13: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES	39
GRÁFICO 14: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS	39
GRÁFICO 15: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	40
GRÁFICO 16: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES	41
GRÁFICO 17: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES	42
GRÁFICO 18: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS	43
 <u>TABLAS</u>	
TABLA 1: CUENTAS DE TWITTER OFICIALES DE LOS GOBIERNOS DE ARGENTINA Y CHILE SELECCIONADAS PARA SER ANALIZADAS EN EL SIGUIENTE TRABAJO	16
TABLA 2: ETIQUETAS UTILIZADAS DURANTE EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19	20
TABLA 3: EJEMPLOS DE TWEETS DE CATEGORÍAS SELECCIONADAS DE TEMAS INTERNACIONALES ENCONTRADAS EN EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19	22
TABLA 4: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	27

TABLA 5: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	31
TABLA 6: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	36
TABLA 7: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	40
TABLA 8: LOS CINCO TEMAS MÁS POPULARES DE LAS CUENTAS ANALIZADAS DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN LAS DISTINTAS MÉTRICAS DISPONIBLES	67
TABLA 9: EJEMPLOS DE TWEETS DE LAS DISTINTAS CATEGORÍAS DE TEMAS INTERNACIONALES ENCONTRADAS EN EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19	81

1. INTRODUCCIÓN

¿Se puede cambiar el rumbo de un país con 140 caracteres en Twitter? ¿Cómo pueden las redes sociales ayudar a países que no suelen ser el centro de la atención del público internacional a figurar, a atraer dicha atención? ¿Cuán razonable es apostar por conquistar la opinión pública y el favor global desde las redes sociales? En esta nueva era dónde las redes sociales se han apoderado de cada faceta de la vida de millones de personas, ¿cómo pueden los gobiernos hacer uso de dicha herramienta para desarrollar un nuevo tipo de diplomacia que se saltee a los tradicionales actores internacionales, los estados, y busque directamente influenciar a sus poblaciones?

Una de las preguntas centrales para quienes estudian el mundo de las relaciones internacionales concierne a la construcción y el desarrollo de la política exterior de un estado-nación moderno.

Una de las preguntas centrales para quienes estudian el mundo de las relaciones internacionales concierne a la construcción y el desarrollo de la política exterior de un estado-nación moderno.

La literatura suele explicar la formulación y ejecución de la política exterior centrándose en las capacidades materiales y las posiciones de los estados dentro del sistema internacional, así como en sus condicionantes internos, como ser las instituciones de gobierno y la orientación ideológica de la coalición gobernante (Alden Y Amnon, 2017); (Amorim Neto Y Malamud, 2015; Rose, 1998). Por lo general, los estudios analizan las relaciones exteriores entre los estados en los campos político, militar y económico, con énfasis en los canales formales de interacción y la participación y cooperación en regímenes internacionales. Desde los '80 se ha comenzado a explorar el desarrollo de política exterior mediante la promoción de vínculos entre estados y los individuos que habitan por fuera de dicho estado, no considerados tradicionalmente como actores internacionales, fenómeno conocido como diplomacia pública.

El presente trabajo busca utilizar estos recursos para hacer un análisis del desarrollo de la política exterior desde el punto de vista de la diplomacia pública, de la interacción de los

estados con los habitantes de otros estados, el fomento de vínculos entre ellos y el desarrollo de imágenes o reputaciones tendientes a lograr objetivos de política exterior. Recientemente, los estudios sobre política exterior han comenzado a hacer uso de las redes sociales como fuente de datos para analizar la política exterior de los estados, muchas veces incorporando herramientas y marcos teóricos interdisciplinarios para poder hacer un análisis relevante e informativo de los datos provistos por medios como Facebook y Twitter.

El objetivo general del siguiente trabajo es analizar la diplomacia pública digital como herramienta de política exterior en aquellos estados periféricos de capacidades e ingresos medios, a partir de la noción que lo que dichos países priman son cuestiones relacionadas a la ampliación del comercio exterior y la atracción de inversiones. Para esto se analizará la construcción y el posicionamiento de la imagen-país o *nation branding* de Argentina y Chile a través de las cuentas oficiales de Twitter de ambos países durante el período de coincidencia de los gobiernos de Mauricio Macri y Sebastián Piñera, que se extiende desde el 11 de marzo de 2018, fecha de asunción de Sebastián Piñera a la presidencia, hasta el 10 de diciembre de 2019, fecha en la que deja la presidencia Mauricio Macri. Argentina y Chile son países ubicados en una región del mundo de baja relevancia internacional, en donde no se han producido conflictos armados desde los años '80, donde todos los estados pueden ser considerados como democráticos, a pesar de la debilidad de sus instituciones y la inestabilidad política que caracteriza a la mayor parte de ellos. Mientras otros estados buscan cambiar su marca país, extender su influencia o incluso rehabilitar una mala reputación, países como Argentina y Chile se enfrentan al desafío de construir una marca país en un contexto global en el que, simplemente, no figuran.

En particular, este trabajo analiza la distribución de contenidos temáticos de las cuentas de Twitter oficiales de ambos estados, comparando las estrategias y el discurso utilizado por los funcionarios y estima el alcance de dicho discurso a través de un estudio cuantitativo de las

frecuencias, intensidades y modalidades de interacción con otros usuarios estatales y no estatales dentro de la red social.

La hipótesis central del trabajo afirma que el uso de la diplomacia pública por parte de ambos países estará centrado en la necesidad de conseguir inversiones y crear una imagen país que le permita posicionarse favorablemente en el escenario económico mundial, buscando dejar atrás una historia turbulenta e inestable y buscando reemplazarla por una imagen de nación democráticamente estable y progresiva, con gran potencial para el desarrollo de todo tipo de actividades económicas. Si bien se partió de una hipótesis donde se contemplaba que no hubiera grandes diferencias en torno al uso de la diplomacia pública por parte de los países analizados, en la realidad el trabajo deja al descubierto una disparidad notable entre los países estudiados, que a su vez destaca la importancia de la situación particular de cada estado, y en especial el contexto doméstico, a la hora de utilizar la diplomacia pública.

El análisis empírico se realizará mediante la recolección de los datos necesarios de dos cuentas oficiales de Twitter de los gobiernos de Argentina y Chile. La información se extrajo mediante herramientas de recolección de datos y los datos fueron luego organizados en bases de datos para la clasificación del contenido de los tweets, tanto por su temática como por su tono. Esos datos luego fueron unificados en tablas y gráficos que reflejan patrones y tendencias que hacen posible comparar los datos entre países y a lo largo del tiempo. Mediante la identificación de similitudes, diferencias y patrones de conducta el trabajo busca identificar la forma en la que estos dos estados buscan utilizar la diplomacia pública como herramienta para la realización de política exterior.

Las novedades que aporta este trabajo son varias. Se centra, en primer lugar, en el estudio de estados periféricos, tradicionalmente menos explorados que sus contrapartes céntricas en la literatura de diplomacia pública. El trabajo indaga específicamente sobre el uso de la diplomacia pública digital de estados periféricos y la búsqueda de la atención de la opinión

pública global, que rara vez se centra en la periferia y en particular en Sudamérica, región alejada del centro, sin conflictos armados y con débiles, pero relativamente estables, gobiernos democráticos y con baja intensidad de intercambio comercial con el resto de la economía global.

Además, el trabajo utiliza fuentes primarias nunca utilizadas: perfiles y actividades de usuarios estatales en la red social Twitter. Si bien el uso de las redes sociales como fuente de datos para estudios académicos en el área de las ciencias sociales no es novedoso (Cull N. , 2013), ellos suelen estar concentrados en países como Estados Unidos y Europa Occidental. Al contrario, los casos específicos seleccionados en este trabajo refieren al uso reciente, y todavía no evaluado, de redes sociales por parte de gobiernos sudamericanos, constituyendo evidencia original sobre el uso de estas herramientas en nuevos contextos. Esto permite una visión más compleja y comprensiva sobre el impacto de las redes sociales a nivel global en un contexto en donde la visión tradicional de las relaciones internacionales, en donde actores internacionales (estados y organismos internacionales, principalmente) interactúan entre sí comienza a ser reemplazada por una en la que estados buscan también formar y promover vínculos con los habitantes de otros estados.

La evidencia empírica presentada en este trabajo sugiere que la atención virtual de las autoridades de Argentina y Chile se centra en gran medida en cuestiones de medio ambiente, ciencia y tecnología y progreso y potencial económico. Ello se aleja de la expectativa de que países periféricos concentran gran parte de sus tácticas de *Soft power* en cuestiones culturales, en la utilización de productos culturales como manera de atraer la atención de un público internacional (Huq, 2019). Si bien algunos productos culturales son parte de la imagen-país creada a través de Twitter por ambos países, ellos representan apenas el 1% de los Tweets de la cuenta de gobierno de la Argentina y un 7% de los tweets de su cancillería, mientras que en las cuentas chilenas representan un 7% y un 6% de los tweets de cada cuenta. Al contrario, la

evidencia muestra que el 20% de los tweets del gobierno y el 19% de la cancillería argentina se centran en medio ambiente, ciencia y tecnología, desarrollo de instituciones y valores democráticos y progreso y potencial económico. Similarmente el gobierno de Chile dedica el 23% de sus tweets y el 19,6% de los tweets de su cancillería a dichos temas. Ello parece estar en línea con el objetivo de construir una imagen-país enfocada en la idea de un país moderno, con énfasis en cuestiones medio ambientales vistas desde un punto de vista moderno de conservación natural, cambio climático y progreso sustentable. Ello puede resultar un tanto sorprendente para la literatura tradicional, según la cual estados periféricos se “venden” hacia afuera enfatizando lo exótico y lo culturalmente distintivo. En este sentido los resultados obtenidos se alinean con posturas más contemporáneas sobre el uso del *Soft power* y de la diplomacia pública digital como herramienta vital de estados emergentes para influenciar a públicos extranjeros y así practicar una más exitosa política exterior (Ayhan, 2018).

La conclusión de este trabajo es que Argentina y Chile utilizan la diplomacia pública digital como medio de construir una imagen-país basada en características centradas en las ideas de progreso sustentable y potencial económico, enfatizando la presencia y el impulso de valores Occidentales como la democracia, la transparencia, la apertura económica, la ciencia y el cuidado ambiental.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

En años recientes se ha prestado mayor atención al estudio de cómo los estados utilizan la política exterior para relacionarse con los individuos dentro y fuera de sus fronteras y como intentan construir cierta “imagen” y establecer redes de vínculos funcionales a los objetivos de política exterior (Sevin, 2017). Dentro de esta literatura la utilización de las redes sociales digitales como herramienta para llevar a cabo este nuevo tipo de diplomacia es especialmente novedosa.

Una distinción crucial de la literatura sobre política exterior es aquella entre “*hard power*”, asociado con la capacidad militar y de coerción de un estado, y el “*soft power*”, o su capacidad de cooptar o de atraer mediante factores no-militares, como ser factores económicos, culturales o sociológicos (Nye, 2004). Las teorías de estudios internacionales que enfatizan el *soft power* han desarrollado el concepto de la diplomacia pública, cuyo objetivo es promover la imagen de un país, comunicarse con e influenciar a audiencias extranjeras con el objetivo final de promover el avance económico del país (Darwish, 2018). En particular el concepto de la diplomacia pública ha cobrado creciente peso e interés en el marco de una revolución tecnológica centrada en las comunicaciones, creando canales directos entre estos nuevos actores de las relaciones internacionales y los países y llevando a la creación de una diplomacia pública 2.0 o diplomacia pública digital (Cull , 2013). En este contexto las redes sociales cobran suprema importancia como nuevo escenario para el desarrollo de prácticas asociadas la idea de *Soft power*, con la construcción de un historia que resulte victoriosa, lo que resulta más importante en la era de la información que una más tradicional victoria militar, como sintetiza Joseph Nye: “(.) *in today’s global information age, victory may sometimes depend not on whose army wins, but on whose story wins*” (Nye J. , 2014).

La diplomacia pública, por lo tanto, se encarga de la creación de una “historia” o una determinada “imagen” que sirve a los intereses del país que hace uso de este tipo de

herramienta. Y así podemos asociar a la diplomacia pública con un concepto reciente desarrollados desde la perspectiva de marketing denominado “imagen país” o branding, definida por Simon Anholt a través del popularmente adoptado *Nation Brands Index*, que tiene en cuenta seis componentes que en conjunto forman, potencialmente, la imagen de un país: turismo, exportaciones, gobernanza, inversiones e inmigración, cultura y personas (Zeineddine, 2018). El turismo se refiere al nivel de interés de extranjeros por visitar el país, las exportaciones hacen referencia a la imagen que el público tiene de los productos y servicios ofrecidos por el país, la gobernanza trata sobre la opinión pública del gobierno, su competencia y su transparencia, así como su interés por asuntos globales, las inversiones y la inmigración tratan del poder de una nación para atraer personas y capitales, la cultura detalla la percepción del público internacional de la herencia cultural y la cultura y los valores contemporáneos de un país y el apartado de personas refleja la percepción que se tiene sobre las capacidades de los habitantes de dicho país, sus habilidades y su cortesía (Zeineddine, 2017).

La aparición de las redes sociales y, por ende, de una nueva fuente de datos, permite a los gobiernos desarrollar diversas acciones de branding y a los analistas explotar la nueva fuente de datos para entender mejor esas acciones. Los gobiernos utilizan las redes sociales para incrementar la marca país, para modificarla o detallar su evolución o incluso para evaluar su efectividad. Se ha convertido en el centro de atención de estudios estadounidenses, europeos e incluso asiáticos, como los de Potter de 2009 y Hartig de 2016 sobre Canadá y China, respectivamente. Estos estudios han estado centrados en estados que tienen una alta relevancia a nivel internacional por cuestiones económicas o geopolíticas, por encontrarse en áreas de alta conflictividad o ser regímenes considerados no-democráticos. Estos estados están, por lo tanto, en el centro de la mira internacional, atrayendo fácilmente la atención de la opinión pública global.

Cuando Keohane y Nye concibieron la idea de *soft power* lo hicieron dentro de los marcos tradicionales de las relaciones exteriores, como herramienta para el análisis de las relaciones entre estados. La diplomacia pública se enfoca, por el contrario, en la cultivación por parte de los estados de la opinión pública por fuera del ámbito de los estados y otros actores internacionales tradicionales, ya sea a nivel regional, internacional o específicamente buscando influenciar a un público particular. Para eso busca ante todo la apertura y el mantenimiento de canales directos de comunicación e interacción no con otros estados sino con sus habitantes (Cull N. , 2006). La diplomacia pública torna su atención, por lo tanto, más allá de los actores comúnmente asociados con los estudios internacionales: los estados nación modernos. Como herramienta su objetivo es influenciar la opinión pública y actores no estatales del escenario internacional. Así incorpora por primera vez al escenario de los estudios internacionales a los individuos que habitan dentro de los estados (Hunt, 2016).

Existen numerosos trabajos sobre la diplomacia pública. Tampoco son escasos los estudios que utilizan como punto de partida para la recolección de datos las redes sociales. Además de los numerosos estudios sociológicos en torno a temas del accionar político en el ámbito de las redes sociales, también se han utilizado las redes sociales en otros ámbitos de las ciencias sociales, desde la sociología hasta las ciencias políticas. De manera general autores como Bonnie Stewart (Stewart, 2016), Corneliu Bjola (Bjola, 2016) e instituciones como el Social Media Research Group de Gran Bretaña (Social Media Research Group, 2016) han provisto a distintas disciplinas de metodologías cuantitativas y cualitativas de análisis de las redes sociales. Sus trabajos han facilitado el desarrollo de métodos de análisis de los datos provistos por las redes sociales, buscando establecer maneras de medir el impacto de la utilización de dichas redes sociales y cuantificar su importancia y su lugar dentro de la política exterior desarrollada por los estados en la actualidad.

En particular existen hoy en día una cantidad grande de estudios centrados en la diplomacia pública digital, un punto de encuentro entre el fenómeno de la diplomacia pública y las redes sociales en el cual se utilizan dichas redes sociales para lograr objetivos asociados a la diplomacia pública. Casas de estudio han desarrollado institutos (como el *Center on Public Diplomacy* de la Universidad de Carolina del Norte en Estados Unidos), publicaciones periódicas (como la revista *Exchange* de la Universidad de Siracusa) y seminarios enteros dedicados a la temática. Institutos como el ICD (*Institute for cultural diplomacy*) y el *Soft Power 30 Index* se han expandido a lo largo del globo y crece el número de estados con oficinas y cargos dedicados a la temática (la Subsecretaría de diplomacia pública del departamento de Estado de EE.UU., la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática de España, y la Dirección de Organizaciones Intermedias y Diplomacia Pública de la cancillería argentina, para dar algunos ejemplos). La mayor parte de estos avances se dan en las periferias del mundo académico de las relaciones internacionales, pero su influencia comienza también a permear los organismos, las instituciones y las publicaciones académicas más *mainstream* del mundo de las relaciones internacionales, como evidencia la bibliografía de este trabajo.

Existe cierta conflagración o confusión entre los términos “diplomacia pública” y “diplomacia digital”, por lo que el término “diplomacia pública digital” ayuda a esclarecer cualquier tipo de posibles confusiones. Los primeros estudios en esta área, como es de esperar, tal vez, se dan en torno al caso estadounidense como los de Xin de 2013 y Iosifidis y Wheeler de 2016.

El uso de Twitter en especial como plataforma de despliegue de políticas de diplomacia pública ha sido de particular interés para los investigadores de las relaciones exteriores desde la creación de la misma, incluyendo extensos estudios centrados en Estados Unidos (De Moya & Rajul, 2014), Europa y Asia, desde el Corea del Sur (Han, 2016) hasta Bangladesh (Ferhat Anwar, 2018), estudios particularmente centrados en el rol de las redes sociales en las estrategias de *nation branding*.

En menor medida también podemos encontrar una cantidad limitada de estudios centrados en el uso de la Diplomacia pública y nation branding por parte de estados latinoamericanos, incluyendo estudios publicados por *The Place Brand Observer* (Niesing, 2013). Algunos académicos se han centrado en el caso argentino, incluyendo mayormente algunos estudios sobre la época del kirchnerismo, como los de Colombo e Igoa (2006) sobre el uso de las estrategias de marca-país para promover el desarrollo nacional, (Arkenbout, 2015) sobre la relación entre identidad nacional y marca país y (Avendaño Manelli, 2013), sobre el concepto de marca país desde una perspectiva de las ciencias de la comunicación y la filosofía del “buen vivir”, basada en culturas indígenas latinoamericanas, y en especial sudamericanas. También en Chile existen trabajos analizando el uso de las redes sociales en disputas diplomáticas (Aguirre & López, 2018) y en el desarrollo de relaciones bilaterales (Aguirre, 2020), entre otros.

Ningún estudio, sin embargo, se ha centrado en estudiar el caso argentino o el chileno como ejemplos de países enfrentados con la tarea de construir una marca país allí donde ésta no existe, estudiando a la diplomacia pública como método de construcción de marca país en aquellos países que se encuentran por fuera del interés general de la opinión pública internacional y no existiese, por lo tanto, una previa percepción particular de la imagen de un estado. Y en particular todavía se ha hecho escaso o nulo uso del contenido de las redes sociales de ambos gobiernos durante las recientes presidencias de Mauricio Macri y Sebastián Piñera.

3. MARCO TEÓRICO

Este trabajo analiza comparativamente el uso de la diplomacia pública digital por parte de dos países periféricos, Argentina y Chile, que luchan por dejar atrás un pasado similar poco favorecedor y conseguir destacarse en un contexto global donde figuran poco. La hipótesis principal apunta al uso de la diplomacia pública como herramienta para el avance de objetivos económicos dentro de la agenda de política exterior de países periféricos, como la atracción de inversiones y el aumento del comercio exterior. Dicho tipo de países deben enfrentarse, para eso, con audiencias poco interesadas y reputaciones pasadas que resultan difíciles de borrar.

El siguiente trabajo se centra, por lo tanto, en el concepto de diplomacia pública, formalmente definido por primera vez por Edmund Gullion en 1965. Guillon definió la diplomacia pública como una forma de influenciar las actitudes públicas sobre la formación y ejecución de política exterior, una dimensión de las relaciones internacionales que trasciende los límites de la diplomacia tradicional. También relacionó el término con la “cultivación de la opinión pública en otros países” y la interacción entre actores e intereses privados de un país con otro.

El concepto de diplomacia pública adquirió gran importancia en el marco de la Guerra Fría, en especial como una nueva herramienta del gobierno estadounidense para ganarla. El término fue utilizado durante esos años actitudes llevadas a cabo por el gobierno de los Estados Unidos para persuadir e influenciar la opinión pública internacional, en particular para presentar una imagen del país contraria a la Unión Soviética (Cull N. , 2013).

Dentro del mundo de los estudios internacionales la diplomacia pública se enmarca en el universo del *soft power* o poder blando, concepto creado por Joseph Nye en los años '80 y definido como la capacidad de influenciar el comportamiento de otros actores para lograr ciertos objetivos, sin la utilización de la fuerza (o el denominado *hard power*, relacionado tradicionalmente con la capacidad militar de un estado). En lugar de condicionar el *soft power* buscar cooptar (Nye J. , 1990). El *soft power* de un estado se origina en el atractivo de sus

valores, su cultura y sus políticas y la diplomacia pública, en este contexto, sería la manera de incrementar y utilizar dicho *soft power* (Gilboa, 2008).

La diplomacia pública se relaciona, entonces, con el concepto similar de diplomacia cultural. Muchos estudios sobre el tema se enfocan en la promoción por parte de un estado de valores e ideas, poniendo como instrumentos centrales publicaciones, películas, intercambios culturales, programas de radio y televisión como maneras de comunicarse con públicos extranjeros para brindar un entendimiento de las ideas, instituciones y cultura de la nación (Hunt, 2016).

De tener en cuenta una mirada tradicional de la diplomacia pública uno esperaría encontrar en este trabajo un énfasis por parte de los gobiernos de Chile y Argentina en cuestiones culturales e ideológicas. Sin embargo, nociones más contemporáneas de la diplomacia pública ponen el enfoque de manera creciente en cuestiones económicas, en especial aquellas relacionadas con la inversión y el comercio exterior. Al estudiar en particular el uso de la diplomacia pública por parte de países subdesarrollados (países del “sur global”, como los denomina Melissen) se resalta la existencia de poderosos motivos económicos, en particular en regiones con un grado de interdependencia alto en donde los países se encuentran vinculados con agentes transnacionales de manera estrecha (Melissen, 2005). Podemos encontrar, entonces, vínculos tangibles y directos entre el concepto de diplomacia pública y la teoría de la interdependencia compleja de las relaciones internacionales, también autoría de Joseph Nye, junto con Robert Keohane (Keohane & Nye, 1973).

A pesar de tener un lugar definido dentro del mundo de los estudios internacionales, la diplomacia pública no se ha encontrado, por lo general, en el centro de la mirada de los académicos de la disciplina. Gran parte de los autores que han estudiado el fenómeno han sido profesionales de las relaciones exteriores, mayormente miembros o ex miembros del Departamento de Estado de los Estados Unidos (desde el mismo Guillon, e incluyendo otras autoridades en el campo como Ali Fisher, Hans Tuch, Robert Fortner y Allen Hansen). Este

país ha producido la gran mayoría de los trabajos de investigación sobre la diplomacia pública, centrándose por lo general en el ejemplo estadounidense (Oviamionayi Iyamu, 2004).

En la actualidad la mayoría de los académicos hablan de la “diplomacia pública 2.0”, también denominada la diplomacia pública digital, centrada en torno a la más reciente revolución de las comunicaciones con la aparición y la diseminación de la internet, que creó una “red global” de interconexión que ha aumentado, en consecuencia, la importancia de la opinión pública en la ejecución de política exterior. La diplomacia pública digital, por lo tanto, es la variante de la diplomacia pública que se aplica al uso de la internet y en particular de las redes sociales. El término en sí se creó alrededor del año 2008 y tiene determinadas características: la capacidad de la tecnología de crear relaciones a través de las redes sociales y las comunidades online, la dependencia en contenido creado por usuarios y la existencia de vínculos de intercambio horizontales (Cull, 2013) en donde los actores gubernamentales no son quienes controlan la conversación o el mensaje, sino que este está en manos, en gran parte, de los usuarios de las redes sociales (Aruguete y Calvo, 2020).

La diplomacia pública se relaciona con otro concepto relativamente novedoso y actualmente muy popular: el de marca país o *nation branding*, concepto proveniente del mundo del marketing y los negocios que se define como la habilidad de los estados de “venderse”, es decir, de volverse atractivos con el propósito no solo de controlar lo que las personas alrededor del mundo piensan y como se siente con respecto a un estado sino también con el objetivo de conseguir inversiones, atraer compañías e incrementar exportaciones. Desde un punto de vista exclusivo de las relaciones internacionales académicos como Gilboa posicionan que el surgimiento y la creciente importancia del concepto de *nation branding* está asociado a un cambio de paradigma de la importancia de la geopolítica a la centralidad de la imagen y la influencia (Gilboa, 2008), cuestiones también intrínsecamente relacionadas con la aparición de

redes globales de comunicación y la creciente importancia de la opinión pública para la política exterior.

El término en sí fue definido de manera específica y acorde a como se utiliza en general por el politólogo inglés Simon Anholt, inventor del Índice Marcas País (*Nation Brands Index*) y de la revista académica *Place Branding and Public Diplomacy*. Anholt delineó seis áreas de enfoque para la construcción de una marca país: turismo, exportaciones, cultura y patrimonio, inversión e inmigración, personas y gobernanza (Gilboa, 2008). Estas son áreas, por lo tanto, que deberían estar bien representadas por las cuentas de Twitter analizadas en este trabajo, con un enfoque especial en el área de comercio internacional e inversión, teniendo en cuenta que el objetivo final del desarrollo de una marca país es la de promover dichas actividades económicas.

Estos fenómenos, el de la diplomacia pública digital y el de marca país, particularmente en el contexto del análisis del uso por parte de un estado de las redes sociales, aportan una gran cantidad de novedades al mundo de los estudios internacionales. Por un lado, requieren del análisis de datos relativamente nuevos, los mensajes en distintas redes sociales de cuentas gubernamentales oficiales. Facebook, de las redes más viejas, tiene tan solo dieciséis años, y Twitter, que ha sido el foco de gran cantidad de novedosos estudios por parte de distintas disciplinas humanas y será la red social analizada en este trabajo, fue fundada en 2006.

Las redes sociales no aportan tan solo nuevos datos sino también una nueva mirada sobre la política exterior de un país, basada no en las fuentes tradicionales (acuerdos, discursos, votaciones, debates en organismos internacionales, etc.) sino en un intento por parte de estados de vincularse con poblaciones extranjeras, establecer influencia y a través de esto obtener resultados específicos. La diplomacia pública digital es también un síntoma de una profunda y única revolución a nivel global que ha alterado profundamente, y de maneras hasta ahora poco exploradas, el mundo de las relaciones internacionales. Es, por lo tanto, una herramienta que

se adecúa mejor que otras a una visión más realista de lo que constituye dicho mundo y su importancia no puede sino crecer con el tiempo, como ha estado pasando durante la última década y en particular durante los últimos cinco años.

Este trabajo se basa en estas ideas más contemporáneas sobre el fenómeno de la diplomacia pública, posicionando que Chile y Argentina, como países en vías de desarrollo con un gran interés por atraer capitales extranjeros y aumentar el índice de exportaciones, utilizan la diplomacia pública digital con fines mayormente económicos, buscando para eso no solo establecer un diálogo y una influencia directa con los agentes económicos de otros estados sino también proyectar el tipo de imagen que se imaginan puede apelar al interés y la seguridad de los inversionistas. Una imagen de progreso económico, medioambiental y social y fuerte estabilidad de las bases democráticas. Como se verá a lo largo del desarrollo de este trabajo, a pesar de una significativa similitud en el uso de las redes sociales por ambos países existe una distintiva y relevante diferencia entre las cuentas, con Chile enfocándose más en cuestiones sociales y culturales y Argentina en cuestiones económicas, resaltando la importancia del contexto individual doméstico de cada país en el manejo de sus cuentas y la construcción de los mensajes que se mandan.

Por fuera del mensaje en sí el trabajo también esperaría encontrar en las fuentes analizadas un alto nivel de *engagement*, incluyendo la incorporación de gran cantidad de temas e intereses provenientes de la esfera de la sociedad civil y la promoción de un diálogo, de una interacción, no meramente la publicación de mensaje tras mensaje desde la cuenta oficial hacia sus potenciales receptores (Cull, 2010).

4. METODOLOGÍA

El siguiente trabajo se basa en el análisis de cuentas de Twitter oficiales de los gobiernos de Argentina y Chile durante el período en el que coinciden las presidencias de Mauricio Macri y Sebastián Piñera, desde el 10 de marzo de 2018 hasta el 10 de diciembre de 2019. De todas las cuentas oficiales pertenecientes a ambos gobiernos se eligieron dos, la cuenta oficial del Poder Ejecutivo de cada país y la cuenta oficial perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores de cada país, como se puede apreciar en la siguiente tabla¹:

TABLA 1: CUENTAS DE TWITTER OFICIALES DE LOS GOBIERNOS DE ARGENTINA Y CHILE SELECCIONADAS PARA SER ANALIZADAS EN EL SIGUIENTE TRABAJO		
PAÍS	ARGENTINA	CHILE
CUENTAS	@CasaRosada (360 tweets) Activa desde diciembre de 2015 ²	@GobiernodeChile (988 tweets) Activa desde mayo de 2009
	@CancilleriaARG (1630 tweets) Activa desde julio de 2010	@Minrel_Chile (2839 tweets) Activa desde abril de 2014

Tabla 1 – Fuente: elaboración propia

Para la identificación de las cuentas oficiales se consideraron aquellas que son identificadas como tales por Twitter (a través de su sistema de autenticación de identidad que otorga a dichos usuarios un tic azul). La información de dichas cuentas de Twitter se extrajo por medio del uso

¹ Fuente: elaboración propia.

² Existía una cuenta de Twitter anterior de Casa Rosada, pero debido a una disputa entre gobierno saliente de Cristina Fernández y el entrante de Mauricio Macri durante el proceso de transición, se hizo necesaria la apertura de una nueva cuenta de Twitter para la administración entrante. Esta cuenta fue traspasada luego al gobierno de Alberto Fernández al asumir éste el mando. Es la cuenta oficial actual del gobierno argentino.

de Rstudio, un ambiente de desarrollo integrado para el lenguaje de programación R, que permite la extracción y manipulación de grandes cantidades de datos.

Para acceder a los datos fue necesario primero contar con la autorización de Twitter, para la utilización de Twitter API (*application program interface*), que da acceso a los datos de los usuarios y sus interacciones en Twitter³.

Rtweet se utilizó para la extracción de los tweets y su información de metadata, incluyendo cantidad de *likes*, *retweets*, fecha y hora de posteo. *Dplyr* se utilizó para la selección de variables de particular interés de cada tweet (cada tweet contaba con 90 distintas unidades de información, de las cuales se pre-seleccionaron 21 para que formaran parte de los datos que se consideraran pudiesen tener relevancia para la investigación). Las variables que resultaron pre-seleccionadas como relevantes o potencialmente relevantes fueron aquellas asociadas con el mensaje del tweet (imágenes, hipervínculos, *emojis*), su popularidad y la interacción que otros usuarios de Twitter tuvieron con el mismo, así como la fecha de publicación y otra información que pudiese resultar relevante (incluyendo el tipo de dispositivo utilizado para su publicación).

Luego se utilizó el paquete *Writexl* para la extracción de la tabla final a una hoja de cálculo de Excel, en donde los tweets pudieran clasificarse y utilizarse. Se removieron a mano aquellos tweets que quedaran por fuera de los límites temporales establecidos. Se agregó una columna con valores numéricos para una correcta indexación y al momento de la clasificación se agregaron otras columnas correspondientes.

El proceso de extracción de tweets cuenta con ciertas limitaciones, tanto temporales como totales. Por un lado, existe un límite de tweets que pueden extraerse cada 15 minutos. Dicha

³ Debido a la demora de la aplicación de Developer Twitter, se recurrió al paquete *RTweet* y su aplicación *rstats2twitter*. La utilización de RStudio sin contar con autorización y token de Developer Twitter tiene sus limitaciones, pero éstas no resultaron relevantes para la recaudación de los datos necesarios para la elaboración de este trabajo.

limitación no fue particularmente relevante a la hora de realizar la extracción de los tweets necesarios. Por otro lado, Twitter ha limitado la cantidad de tweets totales que pueden extraerse de una cuenta de Twitter a 3200, lo que resultó problemático para casos de cuentas muy activas en donde el límite no permitía acceder lo suficientemente atrás en el tiempo como para obtener todos los tweets publicados dentro de los límites temporales establecidos.

Para poder tener acceso a los tweets que el límite de Twitter API impidió recolectar se recurrió a la minería de datos, es decir, la recopilación de datos de páginas web por medio de aplicaciones diseñadas para ese efecto, como *Data Miner*, que permite la recopilación de un número limitado de páginas de información (500 por mes, lo que lentificó el proceso de recolección de datos).

Durante el proceso se extrajeron los datos a hojas de cálculo, luego los datos de todos los unificadas en una única base de datos. Se pasó a eliminar todo tweet repetido, ya que el proceso de minería de datos produce resultados repetidos durante la extracción de la información. Para esto se hizo uso de la función de resaltador de Excel, que permite resaltar contenido repetido dentro de una columna. También se eliminaron líneas vacías, también producidas durante el proceso de extracción de los datos.

A pesar de que en última instancia la minería de datos permitió tener acceso a aquellos tweets que quedaban por fuera del alcance del paquete *Rtweet* la herramienta es menos precisa, requiere de extensivo trabajo manual, consume una gran cantidad de tiempo y tiene límites en cuanto a la cantidad de información que puede recopilarse que pueden resultar restrictivos. Los resultados se indexaron mediante la creación de una columna con valores numéricos ascendentes, para preservar el orden.

Se pasó a clasificar los datos de las cuentas de Twitter seleccionadas, en primera instancia realizando una clasificación de textos del contenido de los tweets, tanto por su temática como

por su tono. Para eso se procedió inicialmente a utilizar la herramienta de filtro de Excel para buscar palabras y términos clave dentro de los tweets (ejemplo: Brasil, ONU, G20). Luego se realizó una lectura y clasificación manual de los tweets restantes uno por uno. Debido a que muchos tweets trataban de múltiples temas se decidió agregar una segunda columna de temas para reflejar este hecho. También se buscó hacer una clasificación de los tweets por su tono, lo que resultó más difícil y no siempre posible, debido a que muchas de las cuentas gubernamentales oficiales tienen un tono muy seco y desprovisto mayormente de lenguaje emotivo.

Luego de esa primera clasificación se pasó a unificar aquellas categorías relacionadas entre sí que componen una cantidad poco significativa de la totalidad de tweets analizados. En el caso de la cuenta perteneciente al Poder Ejecutivo argentino, por ejemplo, en una primera clasificación se encontraron los siguientes temas: Banco Mundial, FMI, Banco de Interamericano de Desarrollo, ONU y UNICEF. Estos temas fueron luego unificados a la categoría más amplia de “Organismos Internacionales”.

Luego se pasó a diferenciar, en el caso de las cuentas pertenecientes a los poderes ejecutivos de ambos países, entre temas de índole doméstica y temas internacionales, incluyendo luego una categoría híbrida de “temas de interés internacional”, que abarca no solo aquellos temas de carácter estrictamente internacional (como tweets sobre otros países, o sobre eventos internacionales) sino también aquellos temas que podrían considerarse de interés global, como por ejemplo el medio ambiente o ciertos temas económicos.

Las etiquetas utilizadas para el proceso de clasificación fueron las siguientes:

TABLA 2: ETIQUETAS UTILIZADAS DURANTE EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19⁴	
CLASIFICACIÓN ORIGINAL⁵	CLASIFICACIÓN FINAL
TEMAS INTERNACIONALES Y DE INTERÉS INTERNACIONAL	
América Latina	América Latina
Brasil	
Venezuela	
Asia	Asia
China	China ⁶
Ciencia y Tecnología	Ciencia y Tecnología*
Educación	
Energía	
Cooperación Internacional Tratados/Acuerdos Esfuerzo Humanitario Antártida ⁷	Cooperación Internacional
Cultura	Cultura/Ciencia y Tecnología
Ciencia y Tecnología*	
Antártida	
Educación	
Identidad Nacional	Democracia/Cuestiones Sociales
Democracia	
Derechos Humanos	
Aborígenes	
Cuestiones Sociales	
Minorías	
Mujeres	
Transparencia	Disputas Internacionales
Situación venezolana	
Disputas Internacionales Malvinas*	Economía (internacional) ⁸
Inversiones	
MERCOSUR	
Economía	

⁴ No todas las etiquetas fueron utilizadas en la clasificación de las cuatro cuentas.

⁵ Las etiquetas marcadas con un asterisco (*) fueron incorporadas a distintas categorías más generales en el análisis de las distintas cuentas o bien se mantuvieron como categorías separadas. Para más aclaraciones ver los gráficos en el apartado de Resultados.

⁶ Esta categoría se incorpora a la categoría de “Asia” en la clasificación de las dos cuentas de cancillería.

⁷ Esta categoría fue luego incorporada por un lado a la categoría de Ciencia y Tecnología cuando los tweets hacían referencia a las bases de investigación en la Antártida y a la categoría de Cooperación Internacional cuando hacían referencia a acuerdos relacionados con la Antártida.

⁸ Se incluyeron en esta categoría final en el análisis de las cuentas de gobierno solo tweets clasificados como de “economía” que no fueran estrictamente de cuestiones domésticas, sino que se refirieran a cuestiones asociadas con el comercio exterior, entidades internacionales o empresas multinacionales.

G20	
Estados Unidos*	Estados Unidos*
Gran Bretaña	Europa
Europa	
Unión Europea	
Eventos Internacionales	Eventos Internacionales
Terrorismo	
Agua	Medio Ambiente*
Medio Ambiente	
Naciones Unidas	Organismos Internacionales
Alianza del Pacífico	
OEA	
FMI	
Banco Mundial	
Otros Turismo Deportes Medio Ambiente Prensa	Otros
Canadá	Otros Países
África	
Oceanía	
Medio Oriente	
Estados Unidos*	
Relaciones Exteriores	Relaciones Exteriores
Cancillería	
Jorge Faurie	
Malvinas	
Servicios Consulares Trámites	Servicios Consulares
TEMAS DOMÉSTICOS⁹	
Celebraciones	Celebraciones
Economía	Economía**
Empleo	
Agricultura	
Desarrollo	
Minería	
PYMES	Legislación
Legislación	
Poder Legislativo	

⁹ Las categorías marcadas con dos asteriscos (**) aparecen como propias de los temas internacionales cuando se clasificaron los tweets de las cuentas de cancillería de ambos países, por la naturaleza misma de la cuenta. Por lo tanto difieren en su composición.

Derechos	
Obra Pública	Obra Pública
Otros	Otros**
Migraciones	
Provincias	
Seguridad	
Fuerzas Armadas	
Salud	
Trámites*	
Transporte	
Prensa	
Relaciones Públicas	Prensa
Religión	Religión

Fuente: elaboración propia

Para facilitar el entendimiento de las categorías finales se tomó un ejemplo aleatorio de tweets clasificados según cada categoría de temas internacionales, dejando a un lado temas domésticos, que no son de interés para este trabajo. Los ejemplos en su totalidad podrán ser encontrados en el anexo correspondiente. Una selección de ejemplos de las etiquetas más utilizadas se muestra a continuación:

TABLA 3: EJEMPLOS DE TWEETS DE CATEGORÍAS SELECCIONADAS DE TEMAS INTERNACIONALES ENCONTRADAS EN EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19¹⁰			
ETIQUETA	EJEMPLO		
	CUENTA	FECHA	TWEET
América Latina	@CancilleriaARG	28/10/2019	El Gobierno argentino saluda al pueblo y al Gobierno uruguayos por la jornada electoral desarrollada el domingo 27 de octubre. ARUY
Asia	@Minrel_Chile	18/11/2018	Hemos avanzado en importantes acuerdos con el Presidente de China, Primer Ministro de Japón y primer@s ministr@s de Australia y Nueva Zelanda y hemos manifestado la urgente necesidad de terminar guerra comercial y proteccionismo para profundizar libre comercio y cooperación.

¹⁰ Links presentes en los tweets fueron removidos por cuestiones de espacio, pero se encuentran presentes en la tabla completa anexada al trabajo.

Celebraciones/ Homenajes/ Visitas	@CancilleriaARG	28/05/2019	Celebramos el del Día de África en en nuestro auditorio, con la presencia de representantes de AngolaAO ArgeliaDZ TúnezTN SudáfricaZA NigerialNG, EgiptoEG CongoCD Libia LVy MarruecosMA
Ciencia y Tecnología	@CasaRosada	12/03/2019	El Presidente recibió hoy en Casa Rosada a investigadores y emprendedores que trabajan en desarrollos tecnológicos y científicos de impacto social y global.
Cultura/ Ciencia y Tecnología	@GobiernodeChile	12/05/2018	Hasta el 22 de julio puedes visitar la exposición Grandes Artistas Latinoamericanos en el @CCPLM Conoce las miradas de diferentes artistas sobre América Latina. Entrada gratuita todos los días hasta las 12 hrs.
Democracia/ Cuestiones Sociales	@Minrel_Chile	10/12/2018	Declaración Pública del Presidente @sebastianpinera en que reitera el respeto y protección de los derechos humanos de todos y comparte con la ciudadanía sus argumentos para no adoptar el pacto de migraciones suscrito hoy en Marruecos #DiaDeLosDerechosHumanos #ChileEnMarcha
Disputas Internacionales	Minrel_Chile	24/05/2019	Cl Hoy en Ginebra, Suiza, se realizó la segunda jornada de trabajo del equipo de defensa de Chile en el caso #Silala. 📁 Conoce más de esta reunión 📍 https://t.co/wKhuKLTv0c
Economía (internacional)	@CasaRosada	28/05/2018	El Presidente recibió esta tarde en su despacho a Ken Kobayashi, Aiichiro Matsunaga y Kentaro Ichino, autoridades de Mitsubishi.
Europa	@CancilleriaARG	19/03/2019	ARDKParticipé del Foro de Negocios con #Dinamarca, junto a empresarios argentinos y daneses de primer nivel. Nuestro intercambio es de USD 600 millones y las inversiones danesas alcanzan los USD 500 millones. Aquí algunas oportunidades para incrementar los negocios bilaterales📍
Organismos Internacionales	@GobiernodeChile	27/09/2018	Hoy el Presidente @sebastianpinera intervino en la 73° Asamblea General

			de las Naciones Unidas @ONU_es, donde abordó las prioridades de su Gobierno en seguridad, migraciones, medio ambiente y derechos humanos. Lee más sobre su intervención en
--	--	--	--

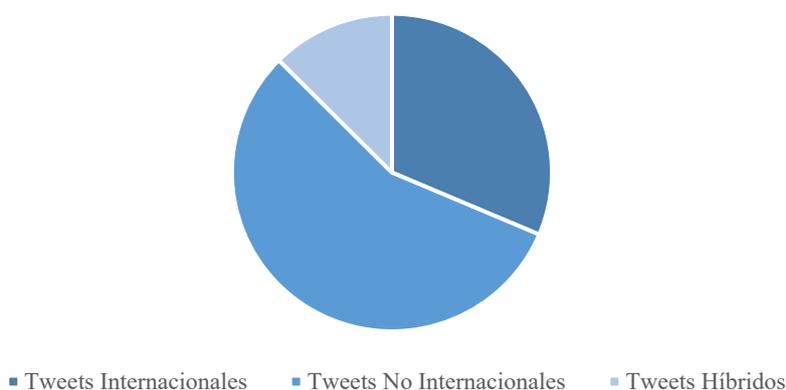
Fuente: elaboración propia

5. RESULTADOS

5.1 TWEETS DE @CASAROSADA

Los tweets de Casa Rosada durante el período elegido totalizaron 360, los cuales fueron clasificados mediante la metodología desarrollada anteriormente en 49 temas (ver anexo). De los 360 tweets el 77% pertenece a temas Domésticos (entendidos como temas relacionados con acontecimientos y novedades internas del país) y 23% a temas Internacionales (temas relacionados con cuestiones globales). Esta clasificación, sin embargo, resulta demasiado rígida para permitir un reflejo genuino de la compleja realidad, por lo que se introdujo, como se ha mencionado anteriormente, la categoría híbrida de “temas de interés internacional”, para poder incluir aquellos temas que, si bien hacen a la realidad doméstica de los países en cuestión, son temas de trascendencia e interés global. El 11% de los tweets analizados entrarían en la categoría de tweets “híbridos” o “mixtos”, poniendo la cantidad de tweets dedicados a temas exclusivamente domésticos (o “tweets no internacionales”) en 58%, una diferencia significativa:

GRÁFICO 1: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS SEGÚN SU CLASIFICACIÓN



Fuente: elaboración propia

Los tweets que resultan de relevancia para el siguiente análisis son tanto los tweets de carácter claramente internacional como aquellos clasificados como mixtos o híbridos, creando las categorías separadas de “tweets de temas internacionales” y “tweets de temas de interés internacional”. Dichos tweets fueron categorizados de la siguiente manera:

Temas internacionales: tweets sobre otros países (subcategorizados en tweets de América Latina, Asia, China, Europa y Otros Países), sobre temas particulares al manejo y funcionamiento de la Cancillería (como el nombramiento de funcionarios), sobre derechos humanos, tweets relacionados con el G-20, sobre otros eventos internacionales, inversiones, Malvinas, turismo, eventos internacionales y organismos internacionales. Finalmente se agregó una categoría más amplia, la de “relaciones exteriores” para abarcar todos aquellos tweets sobre asuntos que no entraban de manera definida dentro de ninguna de las categorías anteriormente citadas (mayormente tweets con links sobre declaraciones del canciller sobre una serie amplia de temas).

Tweets híbridos: entran dentro de esta categoría tweets cuyos temas son de interés global a pesar de que la temática podría ser tradicionalmente categorizada como doméstica, incluyendo, medio ambiente, deportes, economía (internacional)¹¹, cultura y ciencia y tecnología.

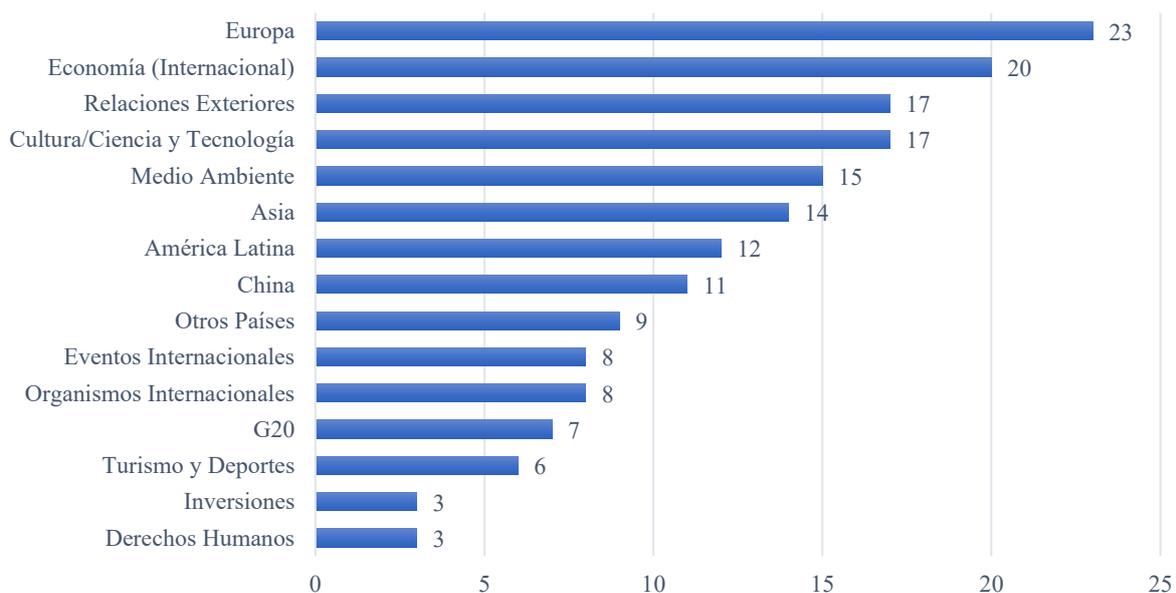
En la totalidad los tweets de temas de interés internacional, que incluyen tanto tweets internacionales como híbridos suman 173, distribuidos de la siguiente manera:

¹¹ Dicha categoría hace referencia a temas de índice económico, pero también internacional, como ser inversiones, cuestiones de comercio exterior y balanza de pagos, cuestiones referentes a organismos económicos internacionales o compañías extranjeras, etc.

TABLA 4: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	
TEMA	CANTIDAD DE TWEETS
Europa	23
Economía (Internacional)	20
Cultura/Ciencia y Tecnología	17
Relaciones Exteriores	17
Medio Ambiente	15
Asia	14
América Latina	12
China	11
Otros Países	9
Organismos Internacionales	8
Eventos Internacionales	8
G20	7
Turismo y Deportes	6
Derechos Humanos	3
Inversiones	3

Fuente: elaboración propia

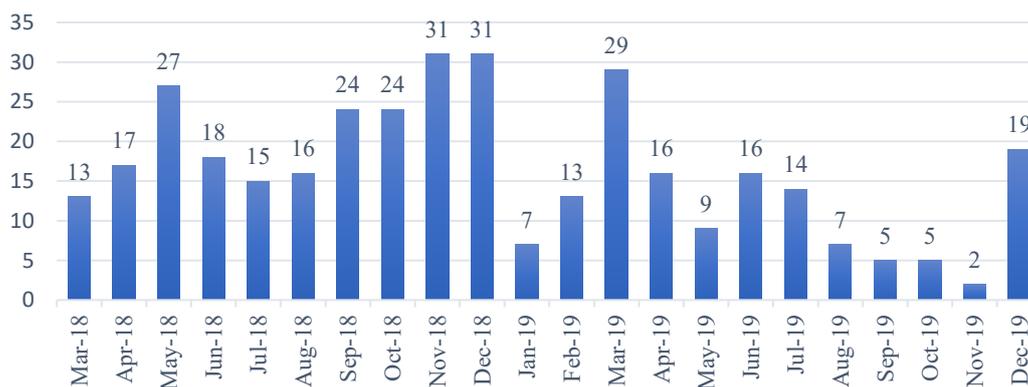
GRÁFICO 2: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS



Fuente: elaboración propia

Además del contenido se realizó un análisis temporal de los tweets, encontrando un patrón irregular de posteo a lo largo del período analizado, con un promedio de 16 tweets por mes, con claros picos de actividad en diciembre de ambos años seleccionados, mayo, noviembre y diciembre de 2018 y diciembre del 2019. Dichos resultados resultan altamente comprensibles si se toma en cuenta el contexto de dichos años: en mayo del 2018 el país se vio sumergido en una crisis cambiaria que marcaría el resto de la presidencia de Mauricio Macri¹², mientras que en noviembre y diciembre de ese año se celebró la cumbre del G-20 en Buenos Aires¹³, lo que explica no solo el aumento en tweets durante esos meses sino también el aumento de tweets sobre temas internacionales. El aumento del número de tweets en diciembre de 2019 se explica fácilmente si se toma en cuenta que éste fue el mes durante el cual finalizó la presidencia de Macri, por lo que gran cantidad de tweets están dedicados al proceso del traspaso de mando y a sintetizar los logros de la gestión presidencial saliente.

GRÁFICO 3: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES



Fuente: elaboración propia

¹² “Argentina otra vez de nuevo”, New York Times, 11 de mayo de 2018

¹³ G20 2018. (09 de enero de 2018) Recuperado el 14 de noviembre de 2020 de: <https://www.argentina.gob.ar/g20/g20-201>

Los datos extraídos de Twitter también nos permiten ver que la mayor parte de los tweets de la cuenta corresponden a mensajes originales y no *retweets* de otras cuentas, con tan solo 17 de 360 tweets siendo *retweets* de mensajes originalmente posteados en la cuenta personal de Mauricio Macri (@MauricioMacri) y cuentas oficiales del gobierno argentino.

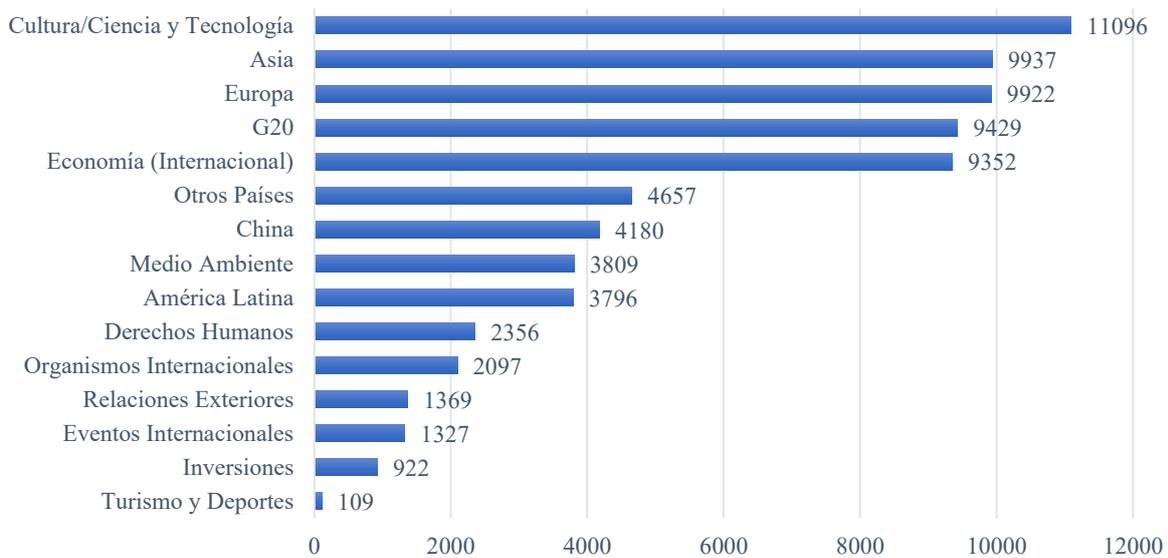
En promedio los tweets analizados recibieron 454 *likes*, aunque hubo grandes discrepancias en los números, con el tweet más popular obteniendo 13.459 *likes* y con el tweet menos popular recibiendo tan solo 22. La mayoría de los tweets más populares correspondieron al traspaso y a mensajes de despedida, aunque dentro de los tweets con más *likes* también podemos observar varios sobre la conferencia del G-20, evento de alto impacto en la presidencia de Mauricio Macri. Siguiendo la categorización anteriormente asentada de “temas internacionales”, “temas no internacionales” y “temas híbridos”, encontramos que los tweets se conforman de la siguiente manera: un 70% de los *likes* corresponden a tweets sobre temas no internacionales, un 20% corresponden a temas internacionales y el restante 10% a temas híbridos.

En cuanto a los tweets de temas de interés internacional (temas internacionales + temas híbridos, como se estableció anteriormente), resaltan como los poseedores de más *likes* los siguientes temas: cultura y ciencia y tecnología, Asia, Europa, G-20, y economía (internacional). Por otro lado, los tweets con menor cantidad de *likes* corresponden a los siguientes temas: turismo y deportes, inversiones, eventos internacionales y relaciones exteriores. Estos datos serán considerados durante el análisis para analizar el éxito y alcance de las estrategias de política exterior desarrolladas por los gobiernos en la red social.

El último de los datos significativos aportados por Twitter es la cantidad de *retweets* de cada tweet. Tradicionalmente en Twitter los números de *likes* son siempre mayores a los *retweets*, pero estos últimos permiten tener una idea del alcance y la diseminación del mensaje del tweet. El 69% de los *retweets* correspondió a tweets de temas no internacionales, 24% a tweets de temas internacionales y el restante 7% a *retweets* de temas híbridos. El análisis de estos dos

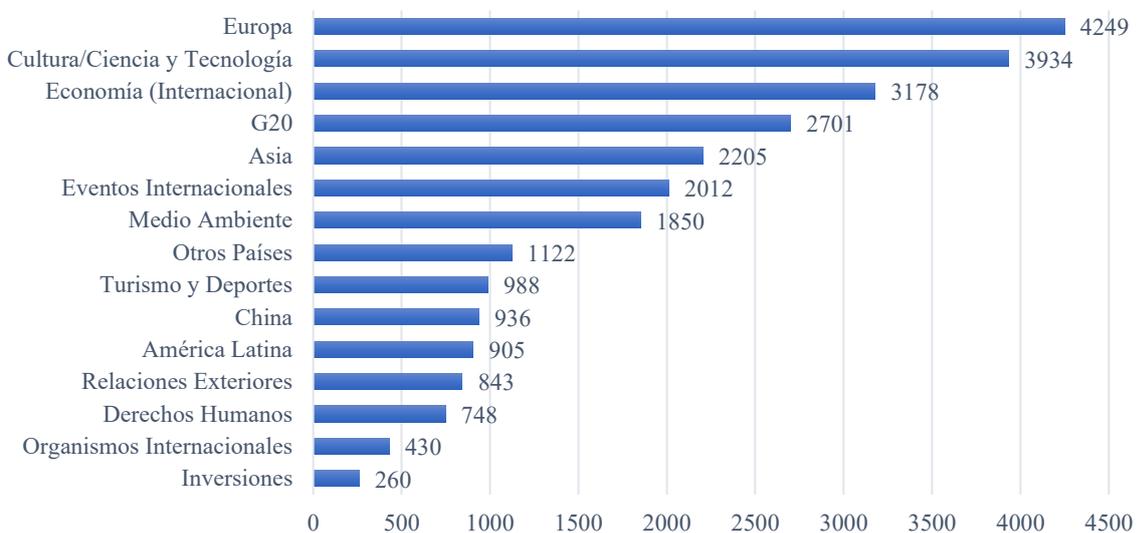
últimos *retweets* deriva en los siguientes resultados: los tweets más compartidos sobre asuntos de interés internacional fueron los relacionados a países europeos, asuntos económicos, el G-20, cuestiones culturales y países asiáticos. Los tweets menos compartidos trataron sobre turismo y deportes, eventos internacionales e inversiones.

GRÁFICO 4: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 5: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CASAROSADA DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS

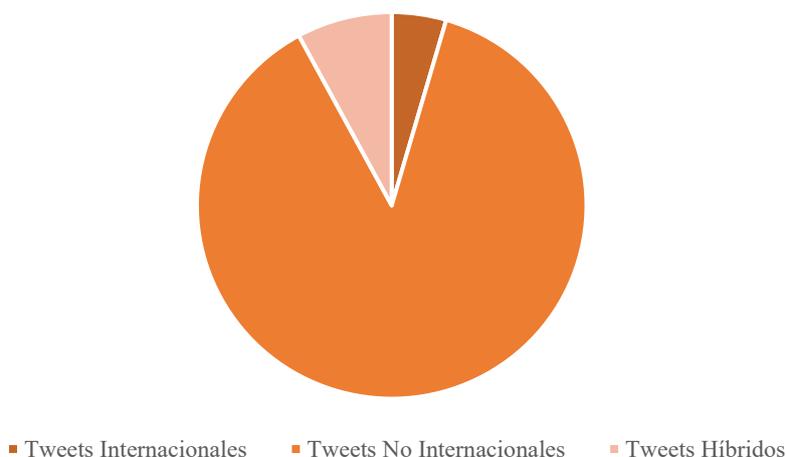


Fuente: elaboración propia

5.2 TWEETS DE @GOBIERNODECHILE

Los tweets de la Cuenta @Gobiernodechile durante el período elegido totalizaron 988, los cuales fueron clasificados mediante la metodología desarrollada anteriormente en 45 temas (ver anexo). De los 988 tweets el 95% pertenece a temas Domésticos y 5% a temas Internacionales. El 8% de los tweets asimismo entrarían en la categoría de tweets “híbridos” o “mixtos”, poniendo la cantidad de tweets dedicados a temas exclusivamente domésticos (o “tweets no internacionales”) en 88%, una diferencia significativa.

GRÁFICO 6: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS SEGÚN SU CLASIFICACIÓN



Fuente: elaboración propia

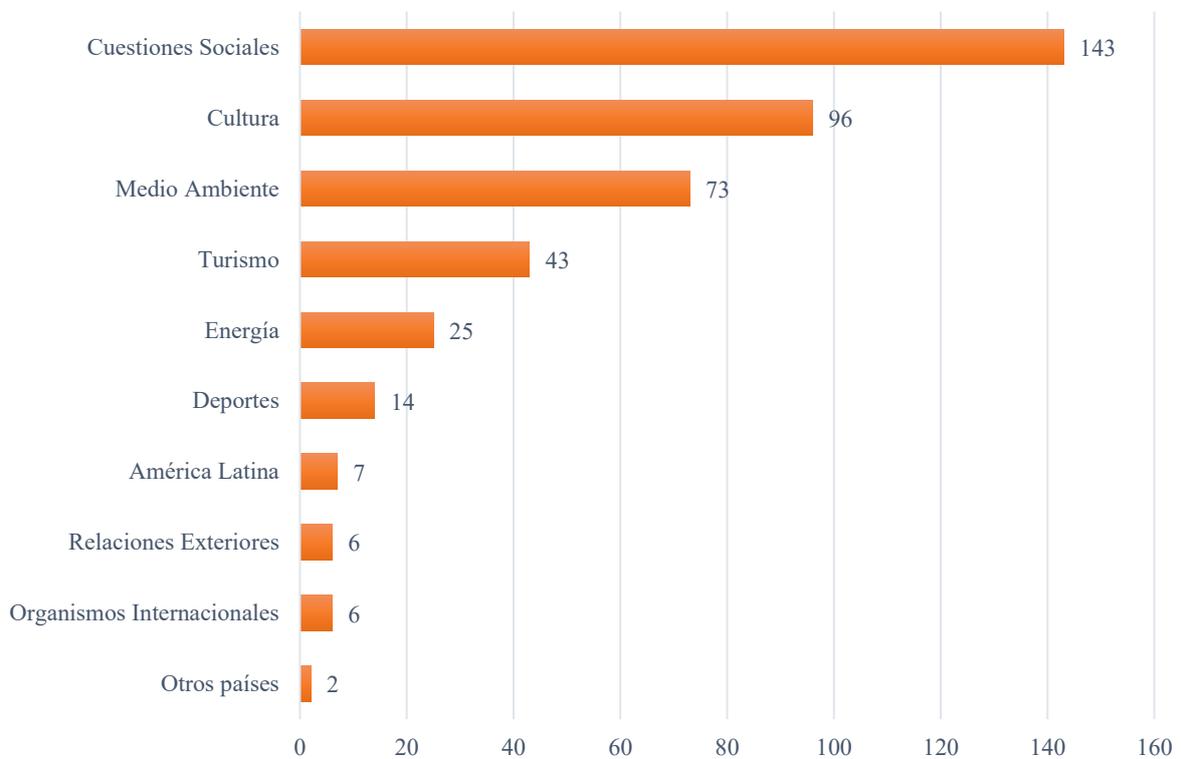
De los tweets categorizados como tweets de temas internacionales (tweets internacionales e híbridos) encontramos la siguiente composición:

TABLA 5: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS

TEMA	CANTIDAD DE TWEETS
Cuestiones Sociales	143
Cultura	96
Medio Ambiente	73
Turismo	43
Energía	25
Deportes	14
América Latina	7
Organismos Internacionales	6
Relaciones Exteriores	6
Otros países	2

Fuente: elaboración propia

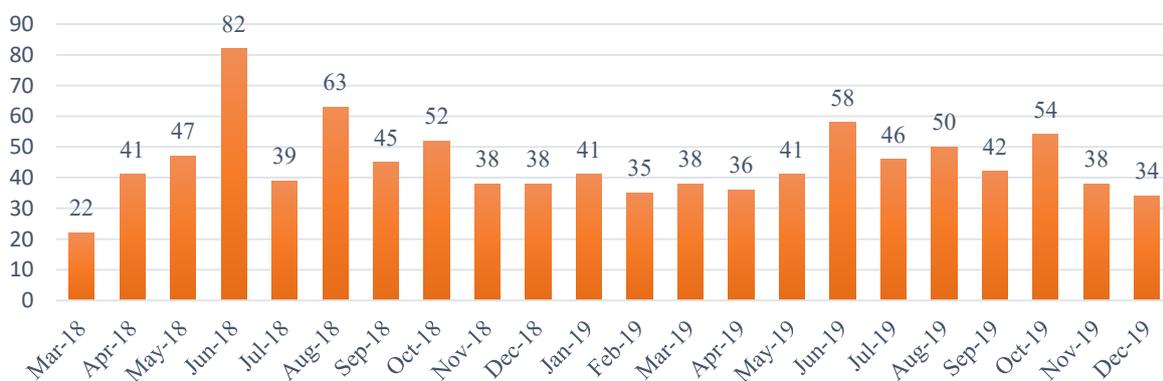
GRÁFICO 7: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS



Fuente: elaboración propia

Del análisis temporal de los tweets realizado encontramos que en promedio la cuenta *twitteó* 44 cantidad de veces por mes, con una notable consistencia como refleja el gráfico a continuación. La única clara excepción se da en el junio de 2018, que puede explicarse de tener en cuenta, como hecho anteriormente, el contexto particular del momento. En dicho mes tuvieron lugar en Chile una serie de eventos de relevancia nacional: un temporal con fuerte caída de granizo e incluso nieve¹⁴, una serie de manifestaciones subsecuentes relacionadas con la falta de preparación de escuelas públicas para las condiciones climatológicas existentes (ante todo protestas por falta de adecuada calefacción)¹⁵ y un escándalo por acoso sexual centrado en torno a un prominente cineasta chileno¹⁶. En particular las protestas estudiantiles tienen un impacto considerable sobre la opinión pública chilena.

GRÁFICO 8: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES



Fuente: elaboración propia

6 de los 988 tweets totales corresponden a *retweets* de otras cuentas pertenecientes al gobierno chileno, siendo los restantes 982 tweets originales de la cuenta. Cada tweet recibió en promedio

¹⁴ “Unas 100 Mil Personas, Sin Energía Eléctrica Por Un Temporal De Viento y Lluvia.” *Télam*, 10 junio 2018.

¹⁵ “Padres realizarán protesta en colegio de Chillán por falta de calefacción para sus hijos”. *BioBioChile - La Red de Prensa Más Grande de Chile*. 12 de junio de 2018.

¹⁶ “Abusos sexuales y manoseos: actrices de TV relatan hostigamientos del director Nicolás López”. *BioBioChile - La Red de Prensa Más Grande de Chile*. 30 de junio de 2018. Consultado el 31 de agosto de 2018.

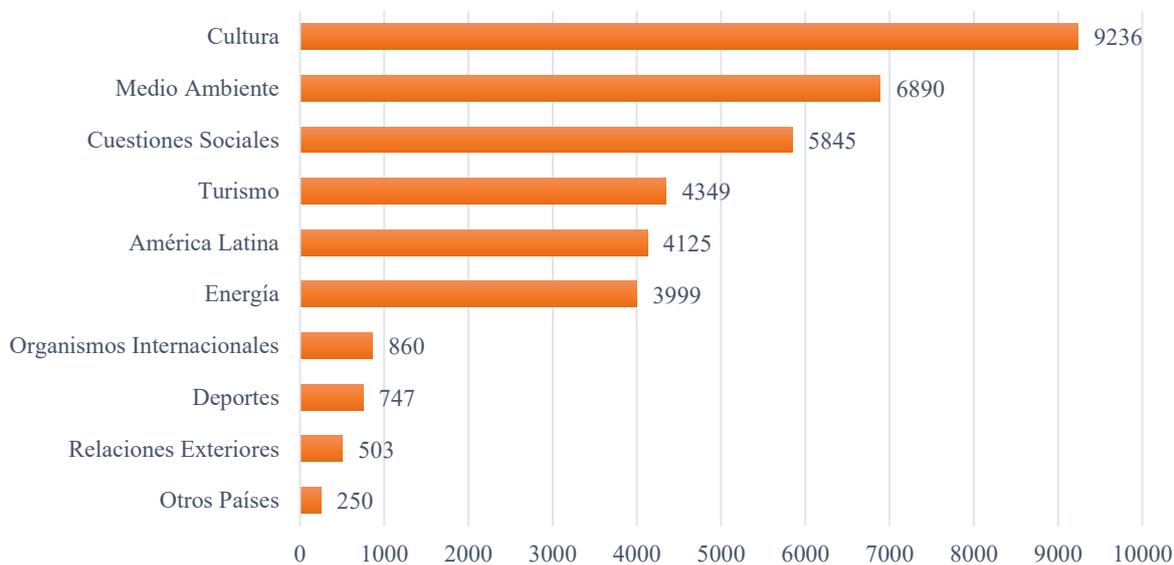
76 *likes* y fue compartido en promedio 96 veces, con considerables discrepancias entre los tweets con más *likes* y más *retweets* (1800 y 3900 respectivamente) y aquellos con menos (4 *likes* y 1 *retweet*). Los tweets con más *likes* pertenecen a temas domésticos, asociados a cuestiones sociales (minorías, mujeres, niños) y temas económicos, además de temas culturales. Los temas con más *retweets* tienen una composición muy similar, agregando a la lista tweets relacionados con emergencias o desastres naturales y con educación y salud.

Siguiendo la categorización anteriormente asentada de “temas internacionales”, “temas no internacionales” y “temas híbridos”, encontramos que los tweets se conforman de la siguiente manera: un 77% de los *likes* corresponden a tweets sobre temas no internacionales, un 7% corresponden a temas internacionales y el restante 16% a temas híbridos. Al estudiar *retweets* encontramos que el 78% de los mismos corresponden a tweets de temas no internacionales, 6% a temas internacionales y 16% a temas híbridos.

En cuanto a los tweets de temas de interés internacional (temas internacionales + temas híbridos, como se estableció anteriormente), resaltan como los poseedores de más *likes* los siguientes temas: cultura, medio ambiente, cuestiones sociales, turismo y América Latina. Los tweets con menos *likes* fueron aquellos sobre deportes, relaciones exteriores, otros países que no figuran como tema aparte, organismos internacionales y energía.

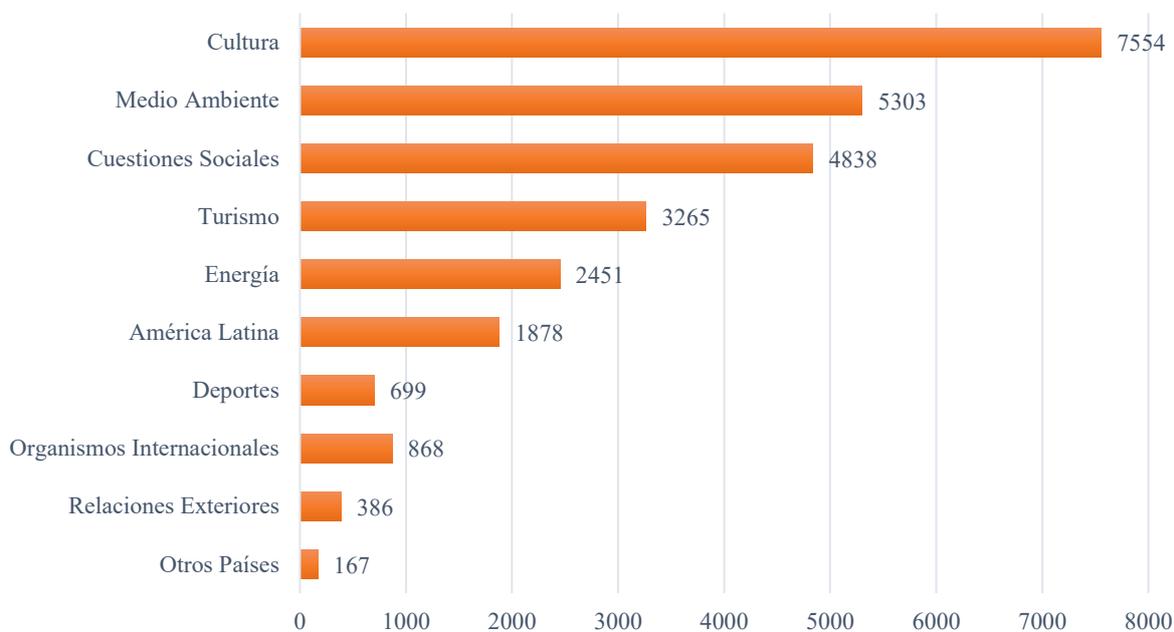
La distribución de *retweets* de mensajes de temas de interés internacional, por otro lado, indica que los temas que más fueron compartidos por otros usuarios de Twitter fueron los siguientes: cultura, medio ambiente, cuestiones sociales, turismo y energía. Los que fueron menos compartidos fueron tweets relacionados con países europeos, asuntos de organismos internacionales, relaciones exteriores, otros países y deportes.

GRÁFICO 9: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 10: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @GOBIERNODECHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS



Fuente: elaboración propia

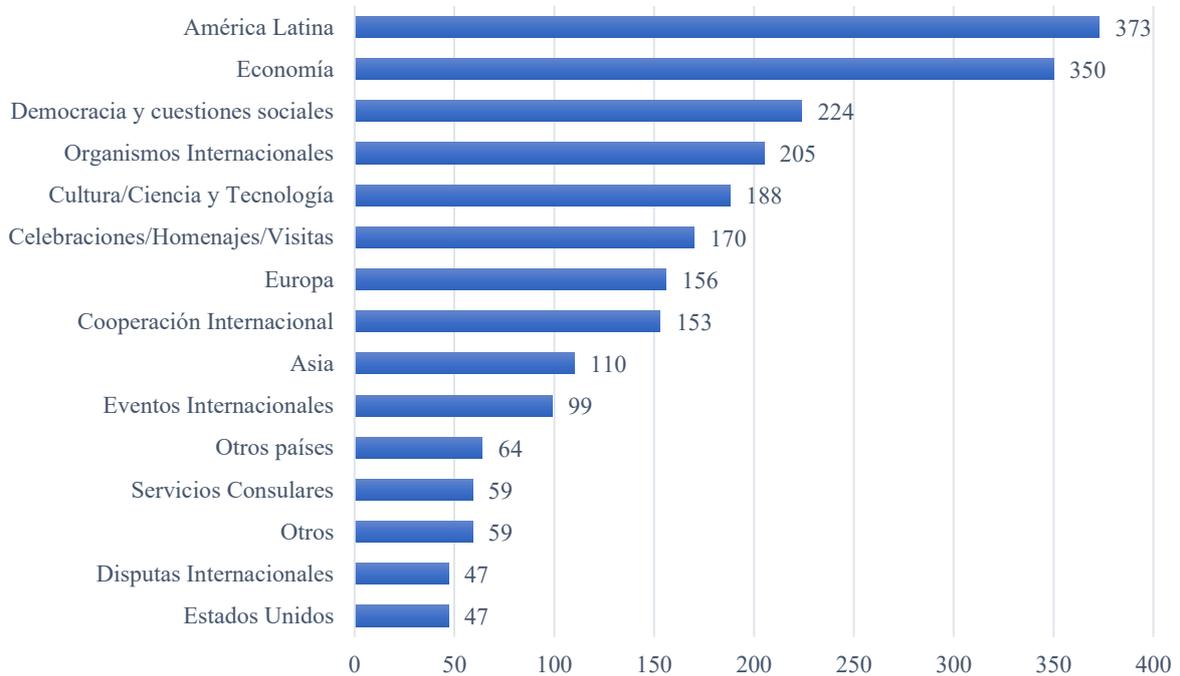
5.3 TWEETS DE @CANCILLERIAARG

La cuenta oficial de Cancillería de la República Argentina acumuló una totalidad de 1630 durante el período en cuestión, clasificados de manera individual de acuerdo con la metodología ya mencionada. A diferencia de las cuentas anteriores no se realizó una división de tweets y temas en “domésticos” o “internacionales”. Dada la naturaleza del organismo al que pertenece la cuenta se trataron a todos los temas como internacionales o de interés internacional. Los tweets fueron entonces categorizados de la siguiente manera:

TABLA 6: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCILLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	
TEMA	TOTAL DE TWEETS
América Latina	373
Economía	350
Democracia y cuestiones sociales	224
Organismos Internacionales	205
Cultura/Ciencia y Tecnología	188
Celebraciones/Homenajes/Visitas	170
Europa	156
Cooperación Internacional	153
Asia	110
Eventos Internacionales	99
Otros países	64
Otros	59
Servicios Consulares	59
Estados Unidos	47
Disputas Internacionales	47

Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 11: TEMAS PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCILLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS



Fuente: elaboración propia

Del análisis temporal de los tweets encontramos que la cuenta twiteó un promedio de 73 tweets por mes, aunque hay poca consistencia entre mes y mes, con picos significativos en abril, mayo y octubre de 2018. Dichos picos se asemejan a los vistos anteriormente en la cuenta oficial del gobierno de Argentina, por lo que resulta lógico concluir que se deben a las mismas causas.

GRÁFICO 12: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCILLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES



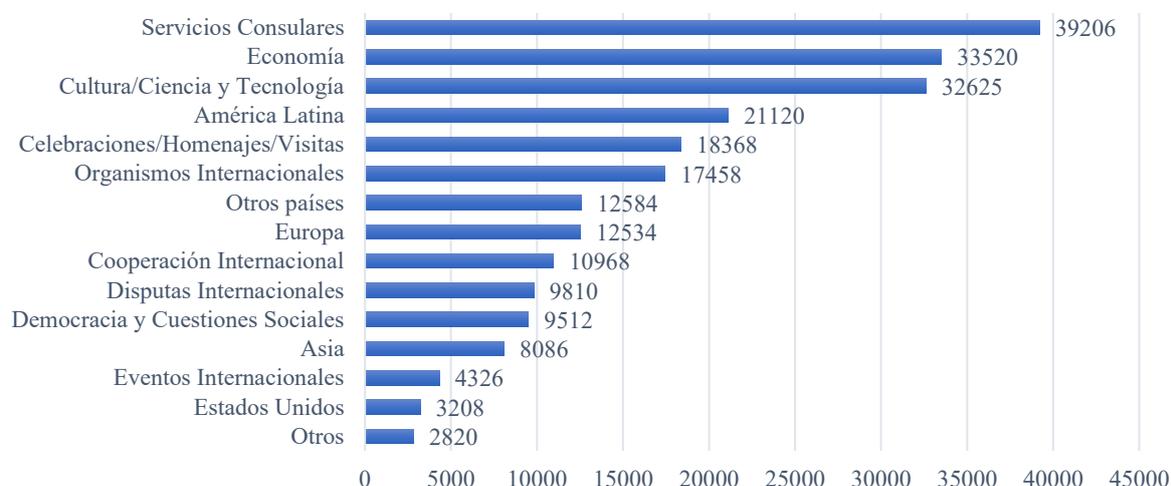
Fuente: elaboración propia

482 de los 1630 tweets corresponden a *retweets* de otras cuentas, mayormente de la cuenta oficial del presidente Macri, de la cuenta oficial de Jorge Faurie (@JorgeFaurie), canciller de la Argentina entre durante el período en cuestión, y de cuentas oficiales de gobierno. Esta cantidad de tweets representa un 29.57% del total, una porción significativa. Cada tweet recibió en promedio 83 *likes* y fue compartido en promedio 112 veces, aunque en ambos casos existen grandes discrepancias entre los tweets con mayor cantidad de *likes* (6317 en el caso del tweet más popular, sobre Venezuela) y *retweets* (43754 en el caso del tweet más compartido, también sobre Venezuela) y aquellos que recibieron menos (cero en ambos casos).

En cuanto a la distribución de *likes* por tema encontramos que los tweets con mayor cantidad de *likes* corresponden a los siguientes temas: servicios consulares, economía, cultura y ciencia y tecnología y América Latina. Los temas con menos *likes* fueron: democracia y cuestiones sociales, Asia, eventos internacionales, Estados Unidos y otros.

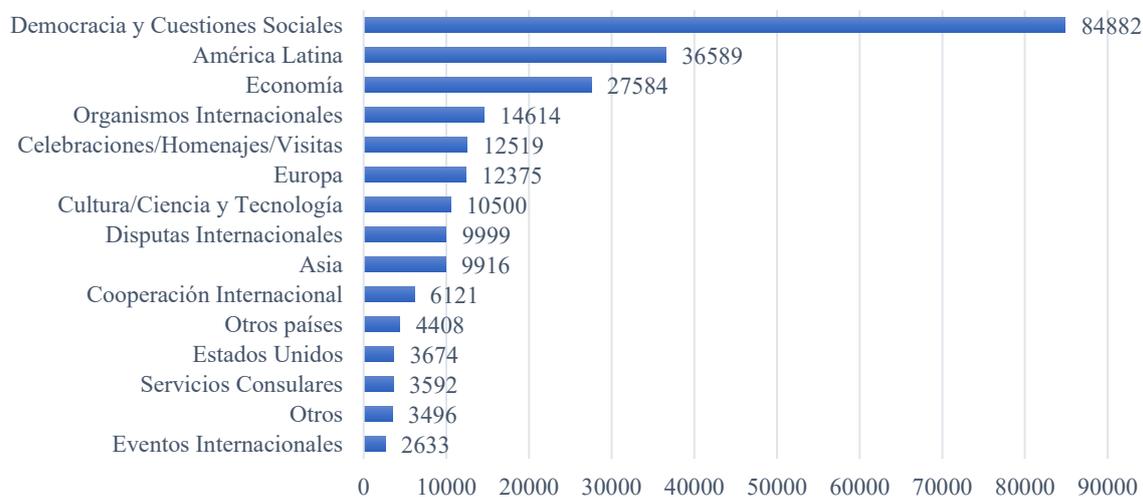
Los tweets más compartidos, por otro lado, fueron en gran medida los relacionados con democracia y cuestiones sociales, países de América Latina, Organismos Internacionales, economía, celebraciones y homenajes, Europa, Asia y disputas internacionales. Los que menos circularon en Twitter fueron los mensajes relacionados con eventos internacionales, otros, servicios consulares, Estados Unidos y otros países.

GRÁFICO 13: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 14: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @CANCELLERIAARG DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS



Fuente: elaboración propia

5.4 TWEETS DE @MINREL CHILE

La cuenta oficial de Cancillería del gobierno de Chile produjo una totalidad de 2839 tweets dentro del período estudiado, clasificados de manera individual de acuerdo con los temas más predominantes. Tampoco en este caso se realizó una categorización de temas en “domésticos”

e “internacionales” debido a la misma razón por la que no se realizó dicha categorización al analizar la cuenta de Twitter de la cancillería argentina. Los tweets fueron entonces clasificados en los siguientes temas:

TABLA 7: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	
TEMAS	TOTAL DE TWEETS
América Latina	551
Organismos Internacionales	449
Cultura/Ciencia y Tecnología	427
Servicios Consulares	399
Economía	311
Otros	271
Democracia y Cuestiones Sociales	249
Medio Ambiente	197
Asia	187
Europa	182
Disputas Internacionales	117
Otros Países	110
Celebraciones/Homenajes/Condolencias/Visitas	109
Turismo y Deportes	102
Cooperación Internacional	96

Fuente: elaboración propia

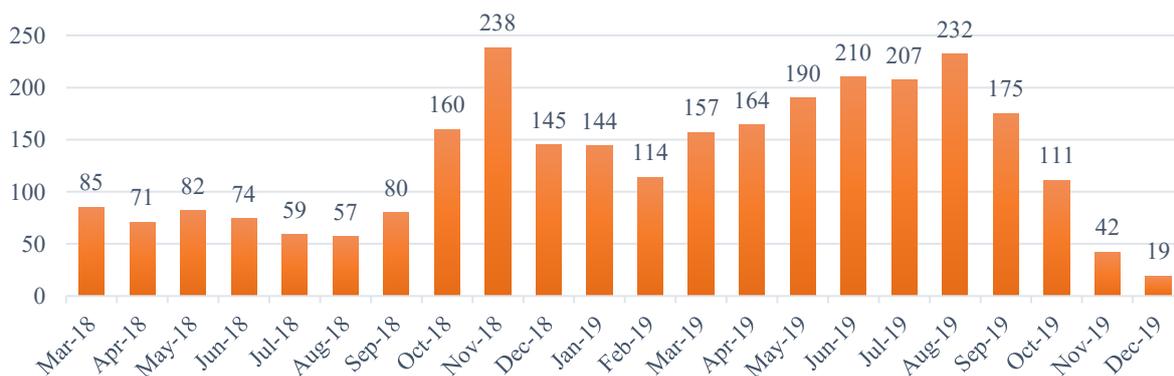
GRÁFICO 15: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS



Fuente: elaboración propia

El análisis temporal de los *tweets* de la cuenta revela que se *twiteó* en promedio de 128 veces por mes, aunque existe poca consistencia entre mes y mes. Entre marzo y septiembre de 2018 la cuenta mostró un número constante y reducido de *tweets* mensuales, con un salto considerable en octubre de 2018 y otro mayor en noviembre del mismo año. Estos saltos son seguidos por un nuevo período de *tweets* mensuales consistentes, aunque en mayor número que al comienzo del período. Se produce un gradual segundo pico entre mayo y agosto de 2019, luego de lo cual la cantidad de *tweets* mensuales disminuye de manera gradual pero considerable. El primer pico corresponde a un período de intensificación de actividades dentro de la cancillería, como lo evidencia un análisis superficial de los *tweets* correspondientes, que corresponden a acuerdos comerciales firmados, visitas y encuentros con funcionarios de otros países y eventos varios. De manera similar el pico de agosto de 2019 no parece deberse a ningún evento en particular sino a un incremento de la actividad de cancillería o simplemente de sus redes sociales, con *tweets* similares sobre diversos temas que guardan escasa relación entre sí.

GRÁFICO 16: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS POR MES



Fuente: elaboración propia

808 de los *tweets* analizados corresponden a *retweets* de otras cuentas, algunas oficiales del gobierno de Chile o pertenecientes a funcionarios del gobierno (en particular el Ministro de Relaciones Exteriores, Roberto Ampuero), y otros pertenecientes a periodistas y celebridades.

Esta cantidad representa un 28.46% de la totalidad de los tweets analizados de esta cuenta, cementando un patrón antes visto en la de cancillería del gobierno argentino. Asimismo, cada tweet recibió en promedio 34 *likes* y fue compartido 104 veces.

El tema que acaparó sin dudas la mayor cantidad de *likes* fue democracia y cuestiones sociales, seguido por América Latina, disputas internacionales (mayormente la disputa entre Chile y Bolivia por el río Silala), tweets sobre cultura y ciencia y tecnología y sobre cooperación internacional. Los tweets menos populares tratan sobre turismo y deportes, Asia, Europa, economía y otros países.

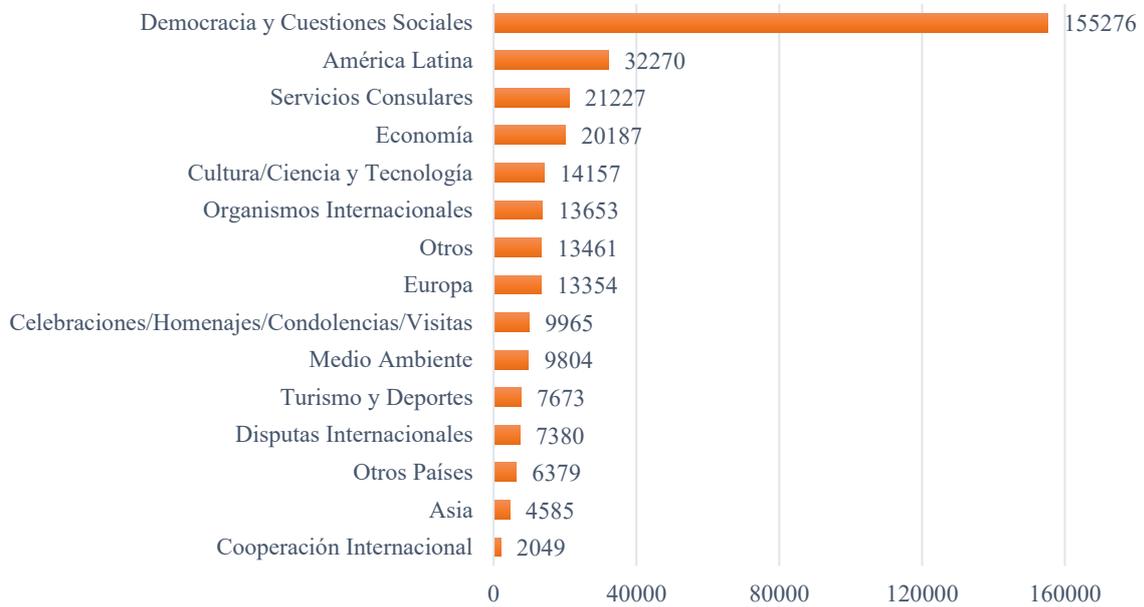
Por otro lado, los *tweets* que más circulación tuvieron fueron los relacionados con los siguientes temas: democracia y cuestiones sociales (por amplia mayoría), países latinoamericanos, servicios consulares, cuestiones económicas y ciencia y tecnología. Los mensajes que menos circulación tuvieron fueron los concernientes a la cooperación internacional, países asiáticos, otros países y disputas internacionales.

GRÁFICO 17: TEMAS DE INTERÉS INTERNACIONAL PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE LIKES



Fuente: elaboración propia

GRÁFICO 18: TEMAS INTERNACIONALES PRESENTES EN LA CUENTA DE @MINREL_CHILE DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS



Fuente: elaboración propia

6. DISCUSIÓN

6.1 DOS AGENDAS DE POLÍTICA EXTERIOR

6.1.1 LA AGENDA ARGENTINA

Para poder analizar los resultados dentro de su propio contexto es necesario esbozar los principales lineamientos de política exterior de ambos gobiernos, y las características que tuvo su accionar en términos de política exterior durante los años estudiados.

La política exterior Argentina del siglo XXI se ha sido, en muchas cuestiones, constante, a pesar de populares teorías contrarias a esta noción (Russell, *La Argentina del segundo centenario: ficciones y realidades de la política exterior*, 2010). Durante fines del siglo XX primó en todo ámbito del gobierno el paradigma neoliberal de Menem, con un énfasis importante en cuestiones económicas y menos en cuestiones políticas, según lo pautado en el modelo alberdiano (que privilegiaba la idea de una política exterior enfocada en el comercio exterior), que involucró en el momento un acercamiento marcado a los Estados Unidos y en menor medida a la Unión Europea y los países regionales que eventualmente conformaron el MERCOSUR, en particular Brasil. Tanto Estados Unidos como Brasil han sabido retener, con los años, su lugar de importancia en las relaciones exteriores argentinas, a pesar de los vaivenes políticos internos (Russell & Tokatlian, 2004).

Constante dentro de la política exterior Argentina del siglo XXI ha sido, también, la promoción a nivel mundial de los derechos humanos, un reflejo de cuestiones internas asociadas a eventos sucedidos durante la última dictadura militar y la respuesta por parte de la sociedad y eventualmente por parte del gobierno democrático que eventualmente se formó en 1983, con la victoria de Raúl Alfonsín en las elecciones de dicho año (Corigliano, 2011).

En el caso del gobierno de Mauricio Macri éste destacó la importancia de la política exterior constantemente durante su campaña en el año 2015, enfatizando ante todo la necesidad de un

“cambio en lo externo” como herramienta clave para reforzar cambios a nivel doméstico (Listrani Blanco & Zaccato, 2018). Dicho “cambio en lo externo” estaría dado, mayormente, por la recomposición de vínculos con actores internacionales, con una “reinserción de la Argentina en el mundo”, idea que repetiría en entrevistas y discursos a lo largo de su presidencia¹⁷. Si bien muchas características de la política exterior argentina se mantendrían, incluyendo el énfasis en derechos humanos, la relación prioritaria con Brasil y la búsqueda de un equilibrio que promueva la autonomía de la Argentina (Pauselli, Lo que vendrá en política exterior argentina con Macri, 2015). La política exterior de la era de Macri se caracterizó también por la preponderancia del poder ejecutivo en el manejo de las relaciones exteriores, con el presidente tomando un papel protagónico en estos asuntos (Listrani Blanco & Zaccato, 2018).

Los ejes centrales de dicha política exterior fueron la economía y la seguridad o la defensa, con el primero ocupando la mayor parte del interés. Se caracterizó ante todo por una apertura incondicional de Argentina al mundo, una apuesta al globalismo incluso cuando las circunstancias internacionales comenzaron a decantarse firmemente en contra de dicho impulso. Hubo además un acercamiento marcado hacia Estados Unidos, al comienzo explicado por una coincidencia ideológica entre el presidente Obama y Macri, ambos liberales pro-globalistas. Este acercamiento, sin embargo, no significó un descuido de las relaciones con otras potencias como China o Rusia (Pauselli, Lo que vendrá en política exterior argentina con Macri, 2015) o con actores regionales, sino más bien una ampliación y un reforzamiento de un multilateralismo centrado en lo pragmático (Listrani Blanco & Zaccato, 2018). Esta estrategia no varió luego del sorpresivo resultado de las elecciones estadounidenses de 2016, a pesar de que el presidente electo, Donald Trump, no compartía la tendencia globalista de Macri. La

¹⁷ “Recuperar la confianza y reinsertar a la Argentina en el mundo, las obsesiones de Macri en el G20.” Télam, 28 de noviembre de 2018, <https://www.telam.com.ar/notas/201811/310347-argentina-g20-mauricio-macri-cumbre-antecedentes.html>. Consultado el 8 de diciembre de 2020.

“reapertura de Argentina al mundo” incluyó también una normalización de las estadísticas nacionales, la eliminación del régimen de control de cambios la disminución de barreras comerciales, la puesta de metas inflacionarias y la negociación con los *holdouts*¹⁸. Esto tiene sentido si se tiene en cuenta el rol protagónico de las inversiones, que el perfil desarrollista del presidente consideró como esenciales, con el estado asumiendo un rol activo en la orientación de dichas inversiones (Listrani Blanco & Zaccato, 2018).

El modelo económico de inserción propuesto por la administración de Macri, por lo tanto, es principalmente pro-occidental, con énfasis en el desarrollo de los vínculos con Estados Unidos y Europa, pero es también firmemente multilateral, centrándose en incrementar contactos con países como Canadá y Japón y con organismos multilaterales de crédito y otros espacios multilaterales como la OMC y el G-20¹⁹ (Busso & Barreto, 2020), con la intención de buscar fuentes de financiamiento internacionales y atraer inversiones (Pauselli, Lo que vendrá en política exterior argentina con Macri, 2015). En cuanto al enfoque regional, éste buscó caracterizar a otros países latinoamericanos como socios, con un hincapié en asuntos económicos y acuerdos de cooperación en materia de defensa (Listrani Blanco & Zaccato, 2018).

En materia de seguridad/defensa la política exterior argentina de la era de Macri estuvo aún más impactada por la elección de Donal Trump en 2016, que promovió una serie de cambios en la agenda bilateral debido al rechazo de Trump por el globalismo tan abrazado por Obama y por Hillary Clinton, candidata demócrata a la presidencia en 2016. Se buscó construir sobre las coincidencias existentes con la nueva administración estadounidense, que fueron la lucha internacional contra el narcotráfico, el terrorismo y la seguridad pública. Para abordar estos nuevos ejes resultaría clave el rol del Ejército Argentino para el control y la defensa de las

¹⁸ Popularmente conocidos en Argentina como los “fondos buitres”.

¹⁹ Ejemplo claro de esto es la organización de la conferencia de 2018 del G-20 en Buenos Aires.

fronteras, con diversas actividades de cooperación e intercambio entre fuerzas armadas argentinas y estadounidenses (Busso & Barreto, 2020). Este significativo acercamiento con Estados Unidos en términos militares decantó además en acuerdos de cooperación en misiones de paz en África y en un reequipamiento de las fuerzas armadas (Listrani Blanco & Zaccato, 2018), para lo cual resultó relevante también el rol de Israel (Busso & Barreto, 2020), aliado cercano de Estados Unidos y en particular de la administración de Donal Trump.

En cuanto a temas de seguridad específicos durante la presidencia de Macri se dio una pérdida de centralidad del asunto de Malvinas en las relaciones bilaterales con el Reino Unido, con el objetivo de revincular a ambos países priorizando cuestiones económicas (Listrani Blanco & Zaccato, 2018). Esto, sin embargo, no significa un abandono del reclamo o un cambio significativo en el accionar argentino ante organismos extranjeros involucrados en el mismo. La lucha contra el narcotráfico y el crimen organizado también fue central en las relaciones bilaterales de Argentina con Bolivia (Listrani Blanco & Zaccato, 2018).

Dentro de este eje de seguridad podemos también ubicar el asunto de Venezuela, donde la presunta erosión de las bases democráticas devino, durante el período estudiado, en una aguda crisis humanitaria a la que los países de la región respondieron en general con una intensa crítica al régimen de Maduro. Argentina fue un partícipe activo de esta condena al gobierno venezolano, tanto de manera individual como colectiva, a través de diversos organismos regionales como el MERCOSUR, la OEA o el Grupo de Lima (Listrani Blanco & Zaccato, 2018). La posición del gobierno de Macri frente a Venezuela marca un claro y decisivo contraste con la administración anterior (Pauselli, Lo que vendrá en política exterior argentina con Macri, 2015). Crucial a la hora de considerar el asunto de Venezuela resultó el único cambio de canciller que se dio durante la presidencia de Macri, con la renuncia de Susana

Malcorra y la llegada de Jorge Faurie²⁰ el 12 de junio de 2017, marcando un cambio de una política exterior más pragmática a una más enfocada en cuestiones ideológicas.

Por último, y asociado a la crisis humanitaria de Venezuela, se encuentra el eje de derechos humanos, eje que ha tenido un papel importante en la política exterior argentina desde el regreso del país a la democracia con la elección de Raúl Alfonsín en 1983. El país se ha visto envuelto desde entonces en la promoción de valores democráticos y derechos humanos a nivel mundial, con especial énfasis en las Américas (Pauselli, 2014).

Una mirada siquiera superficial de las categorías de tweets encontradas en las cuentas analizadas en este trabajo del gobierno argentino nos permite ver una gran cantidad de coincidencias entre la agenda de política exterior de Macri y el contenido de los mensajes de Twitter de cuentas oficiales del gobierno, y una coincidencia similar en las prioridades.

Por un lado, resulta relevante la predominancia de tweets sobre Europa, América Latina, Asia (en especial China) y Estados Unidos, lo que hace eco de esa *reinserción de la Argentina en el mundo* de la que habla de manera constante el macrismo, buscando vincularse con otros países no bajo lineamientos ideológicos sino enfocándose en beneficios económicos y la diversificación de exportaciones que permitiera a la Argentina un mayor nivel de autonomía. Mientras se dio importancia relevante a las relaciones bilaterales con Estados Unidos y la Unión Europea, demostrando una tendencia pro-occidental clara, también se buscó seguir fomentando relaciones sur-sur no solo en base a la idea de la hermandad existente entre pueblos latinoamericanos sino también en las ventajas mutuas que pueden surgir de ese tipo de relaciones. En menor medida también podemos ver otras regiones, como el Medio Oriente, presentes en las cuentas del gobierno argentino.

²⁰ “Renunció la canciller Susana Malcorra y la reemplaza Jorge Faurie.” *Clarín*, 29 de mayo de 2017, https://www.clarin.com/politica/renuncio-canciller-susana-malcorra_0_S1MrzyqWb.html. Consultado el 4 de diciembre de 2020.

Esto marca, sin dudas, una apertura de la Argentina, una apuesta a las tendencias globalizadoras que hemos visto se encuentra muy presente en la política exterior de la época estudiada. Una “apuesta al multilateralismo” enfocado ante todo en el desarrollo de la economía argentina, lo que puede observarse en las cuentas estudiadas en el lugar de relevancia que ocupan los temas económicos, en particular las inversiones, tanto en la cuenta de Twitter de la Casa Rosada como en la de Cancillería, con un marcado hincapié en la visita de CEOs y en eventos de relevancia económica como el encuentro del G-20 del año 2018, organizado en Buenos Aires.

La agenda de seguridad encuentra un menor reflejo en las cuentas de Twitter analizadas. Existe una cierta mención a asuntos como el terrorismo y una atención mayor tal vez en cuestiones de cooperación internacional relacionadas con esfuerzos humanitarios (29 de los 153 tweets etiquetados como Cooperación internacional se refieren a esta temática, en particular sobre la colaboración de la Argentina con el programa de Cascos Blancos de las Naciones Unidas). Pero no hay otras menciones a cuestiones relacionadas con seguridad y defensa, tal vez porque dicha agenda no se beneficiaría de la exposición a la opinión pública para su avance, sino que se trata más bien de políticas desarrolladas entre actores internacionales, como los acuerdos de cooperación e intercambio entre las Fuerzas Armadas argentinas y las estadounidenses.

Sin embargo, es posible rescatar como tema de seguridad que trasciende la presidencia de Macri pero que también la permea, el asunto de Malvinas, que figura tanto en numerosos tweets de Casa Rosada como en la cuenta de Cancillería (se etiquetaron los tweets referidos a Malvinas como “disputas internacionales”, para establecer paralelismos la disputa sobre la cuenca del río Silala de Chile). Las islas son protagonistas de 3 *tweets* en la cuenta oficial de gobierno y 47 *tweets* en la cuenta de cancillería.

Otro tema que potencialmente está conectado con el área de seguridad y que como Malvinas ha caracterizado a la política exterior argentina durante décadas es la democracia, y las cuestiones sociales asociadas (discriminación, derechos humanos, problemas de los pueblos

originarios, el tratamiento de minorías, mujeres y niños, etc.). El 2.65% de los temas internacionales de Casa Rosada tratan de Derechos Humanos, pero es en la cuenta de Cancillería en donde realmente se nota un énfasis en cuestiones democráticas. Dichas cuestiones representan el 9.7% del total de los tweets de Cancillería, con un particular énfasis en la crisis democrática de Venezuela, sobre la que el presidente Macri y el canciller Faurie se mostraron particularmente vocales, en oposición a las posturas de Nicolás Maduro y en apoyo de la oposición nucleada en torno a la figura de Juan Guaidó²¹.

Este interés por los derechos humanos y por cuestiones relacionadas con las instituciones democráticas no pueden desasociarse de la reciente historia argentina, plagada de golpes de estado, y de la imagen que el país busca dejar atrás luego de la caída de la Junta Militar en 1983 y la vuelta a la democracia con la elección de Raúl Alfonsín. El énfasis en cuestiones democráticas a nivel regional y mundial tiene como objetivo un cambio en la imagen país de la Argentina, a través de una mejora en la categoría de gobernanza. Este cambio de imagen serviría también para promover la llegada de inversiones y aumentar las exportaciones, ya que existe una creciente preocupación por parte de consumidores globales por el consumo ético, es decir, el consumo de productos provenientes de lugares donde se respetan los derechos humanos, el medioambiente y el bienestar de los animales.

En conclusión, las cuentas analizadas del gobierno argentino muestran un uso de la diplomacia pública digital al servicio mayormente de la agenda económica de política exterior, con el objetivo de promover la imagen de un país abierto, con instituciones democráticas estables y una pasión por la promoción de valores democráticos a nivel global, con abundante potencial

²¹ El presidente Macri llegó incluso a recibir en suelo argentino a Guaidó, acontecimiento sobre el cual la cuenta de Casa Rosada twitteó el dos de marzo de 2019, llamando a Guaidó “presidente encargado” de Venezuela.

económico y dispuesto a entablar vínculos duraderos con actores internacionales tradicionales y miembros de la comunidad civil internacional.

6.1.2 LA AGENDA CHILENA

En el caso de Chile su política exterior en los últimos diez años estuvo marcada en parte por un continuo esfuerzo por dejar atrás su pasado dictatorial, aunque esta preocupación había sido en gran parte abordada durante las primeras presidencias de la era post-Pinochet, en particular la presidencia de Aylwin. Durante las últimas presidencias la política exterior chilena se enfocó en gran medida en cuestiones económicas, en especial en torno a la realización de acuerdos comerciales y el acercamiento a socios regionales sudamericanos, por un lado, y a la región del sudeste asiático, por el otro, haciendo énfasis en cooperación e integración (esto se nota en particular en la propensión de Chile de participar en proyectos como el MERCOSUR, la Alianza del Pacífico, y el UNASUR, entre otros). También existe en la política exterior chilena un énfasis en eficacia y transparencia burocrática y administrativa y un hincapié en valores democráticos, buscando dejar atrás la imagen dejada por la última dictadura (Salgado Ávila & Quintremán Lara, 2018).

Gran parte de la inserción de Chile en el mundo como se la conoce en la actualidad es herencia de la dictadura de Pinochet, donde se hizo un gran hincapié en la importancia de las relaciones exteriores para el desarrollo económico del país a la par que el país se veía aislado o apartado en el plano político debido a la dictadura. Luego de la vuelta de la democracia se buscó mantener este eje intacto y hacer de la política exterior un eje primordial de las estrategias económicas de Chile, en una política que llegó a denominarse “regionalismo abierto” por la amplitud y variedad de su alcance, con un enfoque tanto multilateral como bilateral (Santander Campos, 2018). Sin embargo, se reconoció un preocupante distanciamiento político de Chile con respecto de otros países de la región, y una falta de políticas exteriores relacionadas con cuestiones sociales o democráticas, lo que ha buscado corregirse, en particular desde

comienzos del siglo XXI. Esto ha llevado a un creciente interés de Chile por la cooperación Sur-Sur, tanto como país receptor de ayuda como país proveedor de cooperación para países en vías de desarrollo, tanto a través de programas e instituciones nacionales (como la Agencia Chilena de Cooperación Internacional), como a través de la participación en organismos internacionales dedicados a la cooperación, incluyendo la OCDE (Santander Campos, 2018). Esto ha resultado en un marcado y sostenido compromiso por parte del gobierno chileno con la región, principalmente mediante la cooperación, la inversión y el comercio (Jenne & Briones Razeto, 2018).

La política exterior de Sebastián Piñera durante el período analizado se caracterizó por los siguientes ejes, según lo escrito y presentado por el propio presidente a comienzos de su mandato: las relaciones vecinales, los nuevos desafíos globales, regionales y bilaterales, la cuenca del Pacífico, la Alianza del Pacífico, las relaciones comerciales bilaterales, la imagen-país y promoción de inversiones y exportaciones y la política migratoria (Piñera Echenique, 2018). En cuanto a las relaciones vecinales se busca un fortalecimiento de las relaciones con Argentina y Perú en temas que se consideran prioritarios (libre tránsito de personas, cuestiones de seguridad, comercio bilateral y cooperación energética y académica) y el establecimiento de los lineamientos de una relación bilateral con Bolivia luego del fallo de la Corte internacional de Justicia de 2018²² respecto a la salida al mar de Bolivia.

Por fuera de la región la política exterior que plantea Piñera en el documento sobre los lineamientos de su gestión 2018-2022 la necesidad de evaluar posibles acuerdos comerciales con países de África, Eurasia y ASEAN, así como continuar con las negociaciones existentes, muchas de las cuales comenzaron más de una década atrás, con los primeros acuerdos firmados

²² Ferrer, Isabel. “La Haya falla a favor de Chile y rechaza que deba negociar la salida al mar con Bolivia”. El País, 2 de octubre de 2018, https://elpais.com/internacional/2018/10/01/actualidad/1538392033_737210.html. Consultado el 10 de diciembre de 2020.

en torno al año 2005. Pone un hincapié importante ante todo en el establecimiento de acuerdos y alianzas con instituciones académicas para la capacitación de funcionarios públicos (Piñera Echenique, 2018), así como la organización de misiones empresariales, en donde se busca la promoción de negocios mediante asociaciones con agentes locales, cuyo entendimiento de la cultura y la burocracia local resulta de gran ayuda (Una proyección al futuro de Chile con ASEAN, 2014).

En cuanto a los desafíos globales parte de la política exterior chilena durante el segundo gobierno de Piñera incluye cuestiones medioambientales, como el reforzamiento del compromiso de Chile con la agenda 2030 para el desarrollo sustentable y con la lucha contra el cambio climático, lo que ha llevado a la creación del Consejo Nacional para la Implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, integrado en parte por el Ministerio de Relaciones exteriores chileno (ONU Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2020).

También se busca el fortalecimiento de la carta democrática interamericana de la OEA y del rol del secretario general del organismo en defensa de la democracia en la región (Piñera Echenique, 2018), parte de un esfuerzo de Chile por reconectarse políticamente con la región sudamericana. En particular el gobierno de Chile centró su atención en la situación venezolana, con la lucha interna entre el gobierno de Nicolás Maduro y la oposición, liderada eventualmente por Juan Guaidó (Malamud & Nuñez, 2019).

Con respecto a la cuenca del Pacífico la política exterior chilena se propuso, en los años estudiados, impulsar tratados de libre comercio con países de la región Asia-Pacífico, así como con India y China, así como enfocarse de manera significativa en la Alianza del Pacífico, primariamente en cuestiones de inversión, comercio digital y pasantías. Esto es parte de una continua y establecida política de estado chilena que involucra no solo actores gubernamentales sino de la sociedad civil (Wilhelmly, 2010). Resulta importante destacar el rol de China y Japón

tanto en la región como en particular en Chile, sobre todo como proveedores de inversiones (Telias, 2020). Con China, Chile ha comenzado a ir más allá, con el desarrollo de estrategias de cooperación no tradicionales que han tenido como resultado una profundización de la relación bilateral, para el beneficio mutuo de ambos países (Bórquez, 2019).

La estrategia de política exterior planteada por Piñera incluye también un énfasis en la imagen país y la promoción de las inversiones y las exportaciones, proponiendo un rediseño de Pro-Chile 3.0, conocido anteriormente como el Instituto de Promoción de Exportaciones, una institución ligada al Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile creada en 1974 con el objetivo de promover la exportación de productos chilenos a mercados internacionales²³, así como el desarrollo de actividades de cooperación con otras agencias de promoción de los estados de la Alianza del Pacífico y de actividades y programas de promoción internos con un foco en las pequeñas y medianas empresas y el sector de servicios (Piñera Echenique, 2018).

Un análisis de la cuenta de gobierno de Chile arroja interesantes datos para contrarrestar con la política exterior seguida por Chile durante el período estudiado. Por un lado, notamos un escaso peso de la agenda internacional dentro de los temas abordados por la cuenta, con una particular y marcada ausencia de temas económicos de índole internacional, como ser inversiones extranjeras o comercio exterior. El tema de interés internacional que más figura en esta cuenta es el de cuestiones sociales (minorías, mujeres, comunidades indígenas, niños, etc.), que no parece tener gran relación con los objetivos del gobierno con respecto a su política exterior. Sin embargo, ese hincapié en cuestiones sociales reaparece en la cuenta de la cancillería chilena, en donde, como muestran los gráficos, ocupa un lugar primordial. Esto será analizado en el apartado siguiente, cuando se realice un estudio comparativo de las redes sociales chilenas y las argentinas, buscando explicar diferencias como ésta.

²³ “Historia de Pro Chile”. ProChile, <https://www.prochile.gob.cl/landing/historia/>. Consultado el 20 de diciembre de 2020.

Por otro lado, podemos ver destacados también las temáticas en torno a la cultura y el medio ambiente. Este tema en particular sí tiene un lugar privilegiado dentro de la agenda del Ministerio de Relaciones Exteriores de Piñera, lo que se ve reflejado en la importancia que la cuenta de gobierno chilena le otorga. Las cuestiones relacionadas con el turismo, la energía y los deportes ocupan los siguientes lugares de importancia dentro de la cuenta, con un número significativamente chico de tweets (43 tweets de turismo, 25 de energía y 14 de deportes). La cuenta de gobierno de Chile, por lo tanto, les da una clara preponderancia a mensajes de índole doméstica, sobre todo sobre temáticas sociales y en respuesta a situaciones internas de importancia que serán estudiadas en el siguiente apartado.

La cuenta de cancillería de Chile, por otro lado, muestran resultados distintos. Por un lado, priman los mensajes sobre países latinoamericanos, lo que concuerda con la política exterior chilena que busca un “acercamiento” a nivel regional, ya que se percibe que, política y socialmente, Chile estuvo muy aislada durante el gobierno de Pinochet. Dicho acercamiento no se busca tan solo a través de acuerdos comerciales, sino también a través del fomento de la cooperación sur-sur y de la participación de Chile en organismos regionales como el UNASUR. Esto también explica la predominancia de *tweets* sobre cuestiones democráticas y sociales, en particular referidos a procesos democráticos en la región y en particular la cuestión de Venezuela, en la que Chile, bajo Piñera, ha buscado tomar un rol participativo importante.

El segundo tema en cuanto a cantidad de *tweets* es “organismos internacionales”, lo que también evidencia el interés de Chile por la participación en asuntos políticos regionales a través de organismos regionales sudamericanos, latinoamericanos o americanos (como la OEA) (Portales, 2011), así como su interés por fomentar la cooperación, a través no solo de agencias nacionales sino también de organismos como la OCDE, que también fue prioridad durante el primer gobierno de Piñera (OCDE, 2013). Los organismos internacionales también juegan un papel de gran relevancia en el fomento de los vínculos entre Chile y Asia, en especial

la Alianza del Pacífico y la APEC, teniendo en cuenta su reiterada aparición en las cuentas de Twitter de Chile. La región asiática, sin embargo, se encuentra novena en cantidad de *tweets*, lo que puede resultar un tanto sorprendente si se toma en cuenta el lugar de gran importancia que tiene la región en la agenda internacional chilena (Fernández, 2019).

La cultura y la ciencia y tecnología componen el tercer tema de mayor relevancia, lo que indica un interés por parte de Chile de ampliar el alcance de su imagen país a través del fomento de su cultura, así como construir una percepción de la “marca chilena” progresiva y moderna, dejando atrás percepciones más tradicionales sobre los valores y costumbres de Chile como país latinoamericano en vías de desarrollo. Hay también un marcado acento en cuestiones educativas (75 temas eran exclusivos de educación), sobre todo en un contexto de cooperación internacional, que pueden también leerse como propias de un país que busca establecer una imagen más sofisticada y moderna. Esto también se observa en la abundancia de temas relacionados al medio ambiente, en especial a la cuestión del desarrollo sustentable.

Los temas de economía ocupan un quinto puesto dentro de la cuenta de cancillería de Chile, lo que es también un reflejo de la importancia que sigue teniendo, para el gobierno, la política exterior en el progreso y desarrollo económico del país. Es relevante destacar, asimismo, la cantidad de mensajes que la cuenta de cancillería dedicó a las disputas internacionales, en particular la disputa por las aguas del río Silala que mantiene con Bolivia. Esto puede explicarse, en parte, por el afán de Chile de minimizar cualquier impacto negativo que el conflicto pueda tener sobre su imagen, sobre todo a nivel regional (siendo que Bolivia no tiene salida al mar en parte debido a territorio perdido en una guerra con Chile tiende a gozar de un mayor nivel de simpatía a los ojos de la opinión pública global, en especial en Sudamérica), y acentuar el hecho de que el país ha acudido a métodos de resolución de conflictos internacionales imparciales, legítimos y respetados, otorgándole un mayor grado de credibilidad a nivel mundial.

6.2 ANÁLISIS COMPARATIVO

6.2.1 AGENDA DOMÉSTICA VS. AGENDA INTERNACIONAL

Del análisis de las cuentas oficiales de los gobiernos de Argentina y Chile se destaca, a simple vista, la relevancia de la agenda internacional para cada país. La cuenta oficial de Argentina dedica un porcentaje considerablemente mayor de tweets a temas internacionales o de interés internacional (un 44% de los tweets de la cuenta de Casa Rosada son de temas de interés internacional, comparado a un 13% de los tweets del gobierno de Chile). Esta diferencia es reflejo de un claro contraste del lugar que ocupa la política exterior en cada país.

El gobierno de Piñera pone su hincapié mayormente en temas de índole doméstica con escasos vínculos hacia el exterior, principalmente cuestiones sociales (132 *tweets*), de salud (110 *tweets*), educación (108 *tweets*) y seguridad (91 *tweets*). Esto cuadra con la situación a nivel interno por la que pasaba Chile durante la época estudiada, con fuertes reclamos domésticos centrados en temas sociales y educativos²⁴.

En contraposición, el gobierno de Macri pone hincapié, a través de los mensajes de su cuenta oficial, ante todo en cuestiones relacionadas con la economía, temática en la que resulta de gran importancia para la política exterior desarrollada por dicho gobierno. Central para el plan de desarrollo económico del gobierno era la atracción de inversiones extranjeras, para lo que resultaba indispensable una política exterior diseñada en torno a crear y proyectar una cierta imagen de la Argentina, que resultara atractiva para capitales internacionales. Eso explica que la cuenta de Casa Rosada dedicase una proporción mucho mayor de sus mensajes a temas de interés internacional y más precisamente, temas relacionados con cuestiones económicas (en especial visitas de CEOs de compañías americanas, europeas y asiáticas y mensajes relacionados específicamente a inversiones).

²⁴ Dichos temas serán desarrollados con mayor detalle en el siguiente apartado.

Estos resultados también se alinean con aquellos encontrados por otros organismos y publicaciones encargadas de analizar cuestiones de *soft power* a nivel internacional. El índice de *Soft Power 30*, que realiza un ranking anual de los treinta países que más han buscado desarrollar e impulsar recursos relacionados con el *soft power*²⁵. Dicho índice ha incluido a la Argentina en el puesto 30 en 2018 y en el 2016, pero nunca ha incluido a Chile en el top 30, aunque lo ha posicionado cercano al puesto en el 2017. Esto explica las diferencias grandes entre la importancia del *soft power* y la diplomacia pública en la agenda de cada gobierno²⁶.

Además, como se mencionó previamente, la política exterior del gobierno del presidente Macri se caracterizó por un alto nivel de participación del poder ejecutivo, con el presidente tomando, en muchas instancias, un papel predominante, marcando a la política exterior como una de las mayores prioridades del gobierno. Teniendo en cuenta el peso de la economía dentro de la política interior argentina no resulta sorpresivo que el poder ejecutivo concentre parte significativa de su atención en todo aquello que pueda dar resultados económicos positivos. Explica esto, entonces, la mayor cantidad de mensajes relacionados a temas internacionales, incluyendo muchos mensajes donde el presidente es protagonista, como ser el recibimiento de CEOs de empresas internacionales a la Casa Rosada y el encuentro del G-20 organizado en Buenos Aires.

6.2.2 ARGENTINA Y CHILE: ¿SIMILITUDES O DIFERENCIAS TEMÁTICAS?

En cuanto a su composición, las cuentas de los gobiernos estudiados muestran un importante número de similitudes en los temas de interés internacional que abordan sus tweets. Ambos países dedican gran parte de los temas abordados por sus cuentas de gobierno oficiales a

²⁵ El índice mide atributos relacionados con las siguientes categorías: recursos digitales, emprendimiento, educación, cultura, *engagement*, gobierno y encuestas.

²⁶ Cabe destacar, sin embargo, que, pese a que Argentina parecería tener un mayor interés en el desarrollo de la diplomacia pública digital como herramienta de una estrategia de *soft power*, las cuentas de Chile consistentemente muestran mayor actividad, con una cantidad significativa de tweets mensuales mayores a los de las cuentas argentinas. Este dato contradictorio no deja de ser relevante.

mensajes dirigidos a países particulares, en especial de Latinoamérica, así como a organismos internacionales varios. También abordan cuestiones propias del turismo, de los deportes, del medioambiente, turismo, agua y energía. Existe, como previamente mencionamos, una mayor dedicación por parte de la cuenta de Casa Rosada de Argentina a mensajes sobre cuestiones internacionales, lo que explica su mayor variedad. Existe también un mayor interés por lo económico, lo que se refleja no solo en los mensajes que tratan exclusivamente sobre esa temática sino también en aquellos que hablan de Asia, en particular de China, del G20²⁷ y de Europa.

Los tweets sobre cultura, medioambiente, energía, turismo y agua ocupan un lugar mucho menor en la composición total de los tweets de temas internacionales de esta cuenta. Existe un contraste particular entre la relevancia que tienen los tweets de cultura, cuestiones medioambientales y turismo en la cuenta chilena con respecto a la poca importancia que éstos ocupan en la cuenta argentina, signo de una clara separación entre objetivos de agenda exterior.

Del análisis exclusivo de los temas de las cuentas oficiales de ambos gobiernos, por lo tanto, se puede observar que la cuenta chilena se centra en temáticas hasta cierto punto más tradicionales de un país periférico que busca hacer uso de herramientas de *soft power*, con un énfasis en temáticas culturales, de naturaleza, y turísticas. Argentina, por otro lado, no muestra tendencias similares.

Analizando los contenidos de las cuentas correspondientes a los ministerios de relaciones exteriores de ambos países también podemos comprobar, a primera vista, una gran cantidad de similitud en los temas que abordan (algunos de estos temas luego fueron incorporados a categorías más genéricas). Dichos temas son: acuerdos, América Latina, Asia,

²⁷ Resulta también importante destacar la participación de Buenos Aires como sede de la conferencia del G20 en 2018, lo que explica que fuera tema central en las cuentas de tweets oficiales del gobierno durante gran parte de dicho año.

celebraciones/homenajes/condolencias/visitas, ciencia y tecnología, cultura, cooperación internacional, democracia y cuestiones sociales, turismo y deportes, disputas internacionales, economía, servicios consulares y organismos internacionales.

Tweets sobre estos temas representan el 75% de la totalidad de los temas de @Minrel_Chile y el 80.5% de la totalidad de los de @CancilleriaARG, lo que resulta una coincidencia significativa. Esto, sin embargo, no necesariamente implica una similitud de peso. Los tweets pertenecientes a temas en común componen el 85.8% de la totalidad de los tweets de la cuenta chilena y el 88.2% de la cuenta argentina. Esto cementa la profunda similitud entre ambas cuentas y plantea la existencia de similares estrategias de uso de la diplomacia pública para construir una marca-país.

Resulta interesante también la lista de temas únicos a cada país. En el caso de Chile, si bien originalmente contaba con una significativa cantidad de temas únicos a sus cuentas, éstos fueron eventualmente absorbidos por etiquetas más genéricas, por lo que no aparecen en los gráficos o las tablas finales. Sin embargo, algunos temas que caben destacar por su cantidad de mensajes, a pesar de que eventualmente no se sostuvieron como categorías separadas, son: Alianza del Pacífico, TPP11, astronomía, conferencias internacionales, cuestiones domésticas, migración y Poder Legislativo.

Los temas únicos de la cuenta de cancillería de Chile hacen eco, hasta cierto punto, de los de su cuenta de gobierno, destacando ante todo cuestiones sociales e internas, dando a entender el peso de acontecimientos internos de Chile en la agenda del gobierno de Piñera. Desde el comienzo han sido noticia central en el país una serie de escándalos por abusos sexuales por parte de sacerdotes, una reactivación de viejas protestas en escuelas y universidades²⁸ en favor

²⁸ Franklin, Jonathan. “Chilean girls stage ‘occupation’ of their own school in education rights protest”. *The Guardian*, 7 de octubre de 2011, <https://www.theguardian.com/world/2011/oct/07/chilean-girls-occupation-school-protest>. Consultado el 20 de noviembre de 2020.

de una educación inclusiva y gratuita a nivel universitario²⁹ con el agregado de denunciar también abusos y acosos sexuales en universidades³⁰, así como luchas en favor de pueblos originarios³¹ y derechos de mujeres³² y la resurrección en la esfera pública de temas asociados a la dictadura militar de Pinochet, con la cual la sociedad chilena continuó intentando hacer las paces, incluyendo detalles sobre las violaciones a los derechos humanos³³ y la finalización de juicios sobre crímenes cometidos durante la dictadura³⁴. Esto ha llevado a que el poder ejecutivo preste una mayor atención a cuestiones de género, de discriminación y de desigualdad, o que al menos se muestre involucrado con estos temas, impulsando una Agenda de Igualdad de Género en mayo de 2018 y llevando a cabo una extensiva labor legislativa, ante todo de modificación de leyes que eran percibidas como “desiguales” (Reyes-Housholder & Roque, 2019).

Los problemas sociales llegaron a su punto más álgido durante la última parte del año 2019, tras una protesta por el anuncio de un aumento del boleto estudiantil de subte en Santiago de Chile. Esto lleva a protestas en las estaciones de subte, eventuales enfrentamientos entre fuerzas armadas y grupos de estudiantes, barricadas, incendios y la declaración de un estado de emergencia el 19 de octubre. Durante esta nueva oleada de protestas se unieron a los estudiantes

²⁹ Cabe destacar que esta primera ola de protestas, ocurridas alrededor de octubre de 2011, se sucedieron durante el primer gobierno de Sebastián Piñera, por lo que la reaparición de estas puede atarse también a la vuelta de un gobierno económicamente liberal y ortodoxo.

³⁰ Bartlett, John. “Chile’s #MeToo moment: students protest against sexual harassment”. *The Guardian*, 9 de julio de 2018, <https://www.theguardian.com/world/2018/jul/09/chile-metoo-sexual-harassment-universities>. Consultado el 20 de noviembre de 2020.

³¹ Youkee, Matt. “‘We are hostages’: indigenous Mapuche accuse Chile and Argentina of genocide”. *The Guardian*, 12 de abril de 2019, <https://www.theguardian.com/world/2019/apr/12/indigenous-mapuche-accuse-chile-brazil-genocide>. Consultado el 20 de noviembre de 2020.

³² McGowan, Charis. “Triple stabbing at Chile abortion rights rally sparks outcry”. *The Guardian*, 29 de julio de 2018, <https://www.theguardian.com/world/2018/jul/29/chile-abortion-rights-rally-attack-stabbing>. Consultado el 20 de noviembre de 2020.

³³ Oppenheim, Marella. “Excavations at Chile torture site offer new hope for relatives of disappeared”. *The Guardian*, 2 de mayo de 2018, <https://www.theguardian.com/world/2018/may/02/chile-disappeared-excavations-colonia-dignidad>. Consultado el 25 de noviembre de 2020.

³⁴ Associated Press in Santiago. “Chile: six people sentenced for 1982 murder of former president”. *The Guardian*, 30 de enero de 2019, <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/30/chile-eduardo-frei-montalva-death-sentencing-murder-pinochet>. Consultado el 25 de noviembre de 2020.

otros grupos sociales con su propio historial de lucha, incluyendo agrupaciones feministas, mapuches y otros movimientos sociales (Palacios-Valladares, 2020).

Estos acontecimientos tuvieron un impacto profundo sobre la imagen del gobierno a nivel nacional e internacional, en especial en las redes sociales, lugar de convocatoria y descarga para muchos grupos sociales que buscaban hacerse oír. La imagen del presidente Piñera, en especial, fue dañada, especialmente cuando comentarios desafortunados del presidente llevaron a la creación y propagación de la *hashtag* #Piñeranoesfeminista (Reyes-Housholder & Roque, 2019). Contrarrestar dicha imagen se convirtió en uno de los grandes objetivos de la cuenta oficial de Twitter del gobierno chileno, y también explica la preponderancia de temas de género, de minorías, de educación y de derechos humanos en la cuenta de la Cancillería chilena. Teniendo en cuenta que gran parte de estos acontecimientos tuvieron trascendencia mundial, siendo noticia cubierta por medios de comunicación a nivel global, el gobierno chileno se vio en la necesidad de contrarrestar esa imagen negativa del país, de atraso y conflicto social muy asociada a países periféricos, para intentar establecer una imagen de país moderno y progresivo.

Por otro lado, los indicadores económicos de Chile durante el período estudiado resultan en su mayoría positivos, con una tasa de inflación estable y poco preocupante, buen crecimiento del PBI, una tasa de desempleo que se mantiene constante (alrededor del 7%) y un creciente flujo de inversiones (Reyes-Housholder & Roque, 2019). Esto explica que las cuestiones económicas no sean de gran preocupación para el gobierno de Piñera en lo que respecta a la opinión pública, ya que los indicadores macroeconómicos del país crean por sí solos una buena imagen de la situación chilena para los actores globales.

Los temas únicos del lado argentino, incluyendo aquellos que fueron eventualmente absorbidos por temas más genéricos, son: G-20, inversiones, Estados Unidos, derechos humanos, esfuerzo humanitario, productos argentinos, MERCOSUR, Venezuela y terrorismo. Estos temas

también nos permiten una mirada más puntual sobre las preocupaciones individuales del gobierno argentino. Argentina, como Chile, lucha durante el período estudiado con una similar situación en la que los acontecimientos a nivel doméstico, en especial la crisis económica que pasa a primera plana en 2018, exige que las redes sociales de dicho país incrementen sus esfuerzos por producir, contra la corriente, la imagen de un país económicamente progresivo que fuese, por lo tanto, atractivo para capitales extranjeros, razón por la cual en la cuenta de cancillería argentina aparecen docenas de tweets sobre inversiones y el G20.

Durante el año 2018 se contrajo el PBI y aumentó de manera significativa la inflación, con un proceso de devaluación acelerada que deviene en una corrida cambiara a mediados del año, lo que impulsa al gobierno a entrar en negociaciones de urgencia con el FMI, con un acuerdo concretado el 20 de junio de dicho año (y una revisión de dicho acuerdo a fin de año) (Margheritis, 2019).

La inflación continuó siendo un problema durante el 2019, llegando a un récord anual, y la inversión cayó de manera significativa en el segundo cuarto del año. A la par, el índice de pobreza aumentó (venía en caída hasta el 2017) y creció también la sensación de inseguridad. Todo esto tuvo un impacto directo y negativo en la imagen del presidente Macri en un año de elecciones, lo que se vio reflejado en el resultado de las primarias (PASO) llevadas a cabo en agosto de dicho año. El resultado favorable obtenido por la fórmula Fernández-Fernández del Frente de Todos tuvo importantes e inmediatas consecuencias económicas, llevando a una devaluación masiva y, por ende, a un mayor hundimiento del índice de aprobación del presidente. Esto logra cementar la situación económica de crisis y falta de confianza (Garriga, 2020).

No es sorprendente, por lo tanto, que los temas económicos tengan un lugar privilegiado en las cuentas de Twitter de Casa Rosada y Cancillería Argentina, teniendo en cuenta el contexto interno del país en el período estudiado. Resultaba imperioso, por un lado, transmitir una

imagen de país con potencial para la atracción de capital extranjero, pasando por un período de inestabilidad pasajero pero comprometido a una normalización de sus índices económicos, incluyendo el déficit fiscal y la inflación, y abierto al escrutinio y la ayuda de organismos internacionales como el FMI. Por otro lado, la apariencia de cierta estabilidad económica era necesaria para solucionar la crisis política en la que se encontraba el presidente Macri, enfrentado a índices de aprobación muy bajos en un año de elecciones en donde, paradójicamente, cuanto más crecía la sensación de que su partido perdería las elecciones, más aumentaba el pánico en el mercado, que aceleraba a su vez la devaluación de la moneda y la corrida cambiaria, perjudicando aún más las chances de Juntos por el Cambio de retener la presidencia.

Ambos países, a su vez, tienen un enfoque marcado por el público latinoamericano, con un interés por parte de ambos países de ejercer influencia considerable sobre la región. Los *tweets* sobre países de la región ocupan el segundo lugar en la lista de temas con más mensajes en la cuenta de cancillería chilena y el primer puesto en la cuenta argentina. Pocos *tweets* de cualquiera de las cuentas están escritos en inglés, otro indicio de que la audiencia buscada es mayormente hispana. Un tema que domina las cuentas de ambos países es la denuncia y el rechazo del supuesto gobierno antidemocrático de Nicolás Maduro en Venezuela, que tuvo relevancia significativa particularmente en 2019 con la aparición de la figura de Juan Guaidó³⁵ como líder de la oposición venezolana. Guaidó realizó, a comienzos de 2019, una gira internacional que incluyó paradas en Argentina y Chile y reuniones entre Guaidó y Macri y Piñera³⁶.

³⁵ Presidente de la Asamblea Nacional de Venezuela a partir del 5 de enero de 2019, aunque su cargo está en disputa.

³⁶ Juan Guaidó en Argentina: "Agradecemos el gesto que han tenido con los venezolanos", Perfil, 1 de marzo de 2019, <https://www.perfil.com/noticias/internacional/juan-guaido-en-argentina-dijo-gradecemos-el-gesto-que-han-tenido-con-los-venezolanos.phtml>. Consultado el 30 de noviembre de 2020.

El interés de ambos países por la crisis política y social de Venezuela se enmarca, en parte, en un deseo de ambos países de desprenderse de las miradas tradicionales que pintan a los estados latinoamericanos como poco democráticos o como democracias débiles, propensas a violaciones de derechos constitucionales y negaciones de libertades básicas (Zakaria, 1997). Ambos países arrastran en su pasado gobiernos dictatoriales no tan lejanos, que causaron, a nivel mundial, un impacto importante por las graves violaciones de derechos humanos que ocurrieron durante los mismos, así como una larga historia de golpes de estado y gobiernos democráticos interrumpidos, una característica compartida por gran parte de América Latina y fija en la mente de audiencias internacionales hasta el día de hoy. Es contra esa imagen, un eco de la infame noción de república bananera creada por O. Henry en su novela *Cabbages and Kings* de 1904³⁷, que ambos países buscan posicionarse, enfatizando en sus cuentas de Twitter mensajes no solo sobre Venezuela sino también sobre cuestiones democráticas en general (democracia es el doceavo tema más presente en la cuenta de cancillería de la Argentina, aunque ocupa el puesto 36 en la cuenta chilena).

El interés por Venezuela no solo es un interés por la posible defensa de una democracia en América Latina, sino también por la profunda crisis humanitaria que se desarrolla, y las posibles violaciones a los derechos humanos, que tuvo y sigue teniendo un gran impacto a nivel regional y global. Tanto Chile como Argentina continúan lidiando con una imagen a nivel exterior marcada por relativamente recientes gobiernos militares infames a nivel internacional por sus flagrantes violaciones a los derechos humanos, en particular por la detención y la ejecución ilegal de miles de personas, la mayoría jóvenes. Teniendo en cuenta dicho contexto no resulta sorprendente que tanto Argentina como Chile busquen erigirse a nivel regional como defensores de las instituciones democráticas y los derechos humanos, en un intento de dejar

³⁷ El libro se centra en la ficticia República de Anchuria, una versión ficcional de la Honduras de la época.

atrás un pasado poco favorecedor para la opinión pública global. La situación venezolana les permite no solo eso sino también construir un lugar de liderazgo dentro de la región, además de otorgarles beneficios a nivel doméstico, ya que la crisis venezolana resulta de considerable interés tanto para la población argentina como la chilena, que se muestran tanto mayormente críticas de la figura de Nicolás Maduro como simpatizantes por el sufrimiento del pueblo venezolano.

6.3 LIKES Y RETWEETS: LA IMPORTANCIA DEL *ENGAGEMENT*

Otro parámetro que resulta interesante de analizar se relaciona con la recepción de los mensajes que las cuentas estudiadas han publicado durante el tiempo elegido. De acuerdo con la cantidad de *tweets* de cada tema clasificado en dichas cuentas existen temas que claramente resultaron prioritarios para los encargados de dichas cuentas, mensajes que tuvieron un mayor índice de transmisión. Pero los mensajes de Twitter no existen solo para ser transmitidos, sino que otros usuarios pueden interactuar con ellos de diversas maneras, que permitirán una comparación entre los intereses y las intenciones del locutor y aquellos de la audiencia. Esto resulta particularmente relevante al estudiar la diplomacia pública digital, ya que ésta no trata con estructuras de comunicación verticales como las más tradicionales, sino que se basa en estructuras horizontales, en donde la interacción de los usuarios con el mensaje resulta primordial. Una estrategia de diplomacia pública exitosa debe contar con un alto nivel de interacción de los usuarios con los mensajes (Cull N. , 2010), lo que estudiosos de las redes sociales en marketing denominan *engagement* (Di Gangi & Wasko, 2016).

Dos que se tendrán en cuenta para este estudio, y que han sido presentadas en el apartado de resultados, los *likes* y *retweets* (*like* siendo una manera de marcar un tweet como “favorito” y *retweet* siendo una manera de reproducir dicho tweet en la cuenta propia del usuario, mostrando a su vez su procedencia original). Tomando los cinco temas con mayor cantidad de tweets, de *likes* y de *retweets* se obtiene la siguiente tabla:

TABLA 8: LOS CINCO TEMAS MÁS POPULARES DE LAS CUENTAS ANALIZADAS DURANTE EL PERÍODO DEL 11/03/18 AL 10/12/19 SEGÚN LAS DISTINTAS MÉTRICAS DISPONIBLES			
CUENTA	TOP 5 TEMAS SEGÚN CANTIDAD DE TWEETS	TOP 5 TEMAS SEGÚN CANTIDAD DE LIKES	TOP 5 TEMAS SEGÚN CANTIDAD DE RETWEETS
@CasaRosada	1. Europa 2. Asia 3. Relaciones Exteriores 4. América Latina 5. China	1. Cultura/Ciencia y Tecnología 2. Asia 3. Europa 4. G20 5. Economía (internacional)	1. Europa 2. Cultura/Ciencia y Tecnología) 3. Economía (internacional) 4. G20 5. Asia
@GobiernoDeChile	1. Cultura 2. Medio Ambiente 3. Turismo 4. Energía 5. Deportes	1. Cultura 2. Medio Ambiente 3. Cuestiones Sociales 4. Turismo 5. América Latina	1. Cultura 2. Medio Ambiente 3. Cuestiones Sociales 4. Turismo 5. Energía
@CancilleriaARG	1. América Latina 2. Economía 3. Democracia y Cuestiones Sociales 4. Organismos Internacionales 5. Cultura/Ciencia y Tecnología	1. Servicios Consulares 2. Economía 3. Cultura/Ciencia y Tecnología 4. América Latina 5. Celebraciones, homenajes y visitas	1. Democracia y Cuestiones Sociales 2. América Latina 3. Economía 4. Organismos Internacionales 5. Celebraciones, homenajes y visitas
@Minrel_Chile	1. América Latina 2. Organismos Internacionales 3. Economía 4. Servicios Consulares 5. Cultura	1. Democracia y Cuestiones Sociales 2. América Latina 3. Disputas Internacionales 4. Cultura/Ciencia y Tecnología 5. Cooperación Internacional	1. Democracia y Cuestiones Sociales 2. América Latina 3. Servicios Consulares 4. Economía 5. Cultura/Ciencia y Tecnología

Fuente: elaboración propia

Esta información, por un lado, muestra una gran cantidad de coincidencia entre los temas que fueron priorizados por las distintas cuentas y aquellos que recibieron mayor nivel de interés por parte de los usuarios de la red social. En la cuenta de @CasaRosada podemos ver, por ejemplo, la repetición de dos temas (Europa y Asia) en la lista de temas que fueron tanto

prioridad para la cuenta como de gran interés para la audiencia. Por otro lado, dicha cuenta también revela una discrepancia relevante: mientras que en los temas con mayor cantidad de *tweets* no aparecen ni “Economía (internacional)” ni “G20”, ambos temas sí se encuentran entre los que tienen mayor cantidad de *likes* y de *retweets*. Esto revelaría un marcado mayor interés por parte de la audiencia de la cuenta por temas económicos, y también un mayor nivel de interacción con los mismos, dado el alto número de *retweets* que estos temas acaparan. Dichos *retweets*, asimismo, garantizan una mayor diseminación de estos mensajes a través de Twitter, y logran entablar un mayor diálogo. Esto favorece a los intereses de la política exterior argentina, que como se ha visto anteriormente centra gran parte de su atención en cuestiones económicas, en particular la búsqueda de inversiones y la promoción del comercio exterior.

La cuenta de Cancillería de Argentina presenta un panorama distinto. Los mensajes relacionados a asuntos económicos aparecen entre los temas con mayor cantidad de *tweets*, *likes* y de *retweets*, mostrando una mayor coincidencia entre locutor y audiencia en torno a la importancia del tema. Existen, además, otras coincidencias entre un ranking y el otro, con cada uno de los temas con más mensajes apareciendo también en la lista de los temas con más cantidad de *likes* o de *retweets*, o en ambas. Esto da cuenta de una positiva recepción del mensaje, así como el establecimiento de una de una buena comunicación de tipo horizontal donde no solo se consigue el envío de un mensaje a la audiencia sino la participación de esta.

En el caso de Chile se puede observar, en la cuenta oficial del gobierno, una gran cantidad de coincidencias entre los temas con mayor cantidad de mensajes, y los temas con mayor cantidad de *likes* y *retweets*, no solo por coincidencias en la presencia de gran cantidad de temas entre los cinco predominantes sino también en el ranking mismo de los temas (cultura y medio ambiente y, hasta cierto punto, turismo). Los tweets de América Latina son los únicos que, a pesar de recibir una gran cantidad de *engagement* por parte de la audiencia de la cuenta, no figuraron entre los destacados por la cuenta misma. Esto demuestra una consonancia entre la

audiencia y la política exterior chilena durante esa época, que como se caracterizó anteriormente se enfocaba en relaciones vecinales (de acá la importancia de la interacción de usuarios de Twitter con mensajes sobre países latinoamericanos).

La cuenta de la cancillería chilena, por otro lado, no consigue el mismo nivel de armonía entre locutor y audiencia que consigue la cuenta de gobierno, aunque existen marcadas coincidencias entre el ranking de temas con mayor cantidad de mensajes y temas con mayor cantidad de *retweets* y *likes*, lo que es un claro indicador de los intereses de la audiencia. Interesantemente, la lista de temas con mayor cantidad de favoritos agrega coincidencias con la política exterior de Chile que resultan interesantes, la audiencia marcando un gran interés por cuestiones relacionadas con la disputa que el gobierno chileno sostiene con Bolivia en torno al río Silala (General Assembly United Nations, 2017) (disputa que se encuentra en proceso frente a la Corte Internacional de Justicia, con avances claves durante el año 2018 (General Assembly United Nations, 2019)), un tema que el programa de gobierno de Piñera resalta como de gran importancia (Piñera Echenique, 2018). La aparición del tema democracia entre aquellos con más cantidad de *likes* resulta interesante, ya que formalmente el apartado de política exterior del gobierno chileno no menciona nada con respecto a temas de democracia o derechos humanos, pero en la realidad Chile se encuentra, hasta la actualidad, tratando de lidiar con el legado de la dictadura de Pinochet, cuyas consecuencias se siguen sintiendo no solo a nivel doméstico sino a nivel internacional. A pesar de que no existe ninguna indicación explícita de esto en el programa de Piñera³⁸ estos resultados apuntarían a que éste es un tema que sigue siendo central para la imagen país de Chile, y que sigue siendo central para la audiencia de las cuentas chilenas.

³⁸ Piñera no menciona esto ni siquiera en su apartado sobre imagen país, en donde habla, mayormente, de cuestiones relacionadas con el comercio exterior.

7. CONCLUSIÓN

Una primera y obvia conclusión a la que arribar es que mucho queda por ser analizado. Las redes sociales ofrecen cantidades nunca antes vistas de materia prima para el universo de las ciencias sociales. Este trabajo buscó estudiar una parte muy pequeña y puntual de esta materia prima, y más estudios serían necesarios para sostener o desmentir los resultados aquí encontrados. Los estudios centrados en el uso de las redes sociales están en muchos sentidos en su infancia, y quedan cuestiones metodológicas a mejorar y teorías a proponer.

En cuanto a lo analizado, este trabajo ha arrojado interesantes conclusiones con respecto a la diplomacia pública digital y al lugar que ésta tiene en la política exterior de países periféricos de ingresos medios, alejados del foco de atención de la audiencia internacional por encontrarse en partes del mundo donde poco pasa que capture la atención. Estos países, percibidos como “en vías de desarrollo”, buscan impulsar una imagen de estabilidad, progreso y potencial para atraer inversiones y fomentar el aumento del comercio exterior.

Argentina y Chile son, en muchos sentidos, países muy similares. Ubicados en la punta de Sudamérica, alejados de la atención del público internacional, con parecidas desarrollos históricos y etapas de desarrollo económico. Ambos países lograron cierta notoriedad a mediados de los '70 y principios de los '80 por sus dictaduras militares y los crímenes de lesa humanidad que se llevaron a cabo durante las mismas. Dichas atrocidades dejaron una profunda marca a nivel global, y en particular en la reputación de ambos países. Ambos son también países deseosos por atraer capital extranjero y proyectar una imagen moderna y progresiva, tanto a nivel de valores y costumbres como en torno al desarrollo y progreso tecnológico.

Dichas similitudes se ven reflejadas en sus políticas exteriores, con objetivos y prioridades similares en muchos sentidos: una política exterior al servicio del desarrollo económico del

país, un énfasis en tratados bilaterales con miras al multilateralismo y un afán por la defensa de los valores democráticos, por un lado, y la cooperación internacional, por el otro.

Sin embargo, el trabajo ha demostrado, a través del estudio de la cuenta oficial de gobierno y la cuenta oficial de cancillería de Twitter de cada país, una interesante y marcada discrepancia entre ambos casos, inesperada a la hora de plantearse la hipótesis inicial. El caso argentino, por un lado, plantea un uso moderno de la diplomacia pública digital con la mirada claramente puesta en los actores económicos internacionales y en aquellos mensajes que puedan acrecentar la confianza de dichos actores en la estabilidad política y económica del país, así como hacerlos apreciar el potencial para la inversión y el desarrollo basado en la tecnología y la sustentabilidad. En un contexto en donde empresas comienzan a públicamente ser conscientes de su impacto medioambiental, en gran parte debido a un interés por parte de los consumidores en este tipo de cuestiones, resulta vital para cualquier país que busque hacerse atractivo para empresas extranjeras generar una imagen positiva en cuanto al cuidado del medio ambiente.

El caso chileno, si bien también plantea en muchos de sus mensajes de Twitter cuestiones orientadas al desarrollo económico, la atracción de capitales extranjeros y la promoción de una imagen de país con conciencia ecológica, enfoca gran parte de su atención, sorpresivamente, en cuestiones sociales. Gran cantidad de *tweets* sobre temas relacionados con el feminismo y las mujeres, sobre indígenas, minorías, niños, desigualdad económica, derechos humanos y el rol del estado en el cuidado de sus habitantes. Esto resulta particularmente sorpresivo en el caso de la cuenta de cancillería, donde uno esperaría naturalmente mensajes más relacionados con cuestiones internacionales y menos *tweets* relacionados con asuntos domésticos.

Pero la revolución tecnológica, que en gran parte ha significado una dramática revolución de las comunicaciones, lo que pasa dentro de un país no se queda en dicho país. Se disemina por Twitter e Instagram, y un hashtag contagioso o un *retweet* de una persona famosa puede hacer que un pequeño tema se vuelva viral. Esto explica, en gran medida, la discrepancia entre

Argentina y Chile, dos países que, en papel, parecían tan similares, especialmente en el planeamiento y desarrollo de su política exterior.

En el caso argentino, también son eventos a nivel doméstico los que permiten una lectura completa y entendida de los mensajes priorizados en sus cuentas de Twitter, en especial la dramática devaluación del peso en la segunda mitad del gobierno del presidente Macri y la creciente desestabilización de la economía argentina, con la correspondiente pérdida de confianza por parte del sector empresarial, tanto a nivel nacional como internacional. Eso coincide con el aumento de cantidad de *tweets* en las cuentas argentinas y el sesgo crecientemente económico de su contenido. Chile, por otro lado, priorizó mensajes relacionados con los valores, la cultura y la idiosincrasia de Chile, una mirada un tanto más tradicional de diplomacia pública, más relacionada con lo cultural.

Esto resalta, ante todo, la capacidad de la diplomacia pública tanto como herramienta de reacción a eventos en tiempo real, como manera de establecer un diálogo horizontal con su audiencia, en donde el mensaje no está estrictamente controlado por el locutor y depende, para su diseminación y el cumplimiento de su objetivo, de la participación activa de la audiencia, del *engagement*. El uso inteligente de las redes sociales puede hacer o deshacer las ambiciones de un país en términos de su política exterior, algo impensado una década atrás. Es uno de los grandes desafíos del siglo XXI para muchos países: hacer política exterior en 140 caracteres.

9. LISTADO DE REFERENCIAS

- Aguirre, Daniel “Conceptual implications of Peru’s recent charm offensive in Chile: societal-level engagement driving a shift in bilateral relations?” *Place Brand Public Diplomacy*. 16 (2020): 121-130.
- Aguirre, Daniel y Miguel Ángel López. "Diplomacia pública digital en tiempos de crisis: El uso de Twitter en la disputa chileno-boliviana." *Diplomacia pública digital: el contexto iberoamericano*. Costa Rica: Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional, 2018.
- Alden, Chris y Aran Amnon. *Foreign Policy Analysis: New Approaches*. Taylor & Francis Group, 2017.
- Amorim Neto, Octavio y Andrés Malamud. “What Determines Foreign Policy in Latin America? Systemic versus Domestic Factors in Argentina, Brazil, and Mexico, 1946-2008” *Latin American Politics and Society* 57(4) (2015): 1-27.
- Arkenbout, F. “National Identity and Nation Branding in Argentina.” Masters Thesis. 2015.
- Avendaño Manelli, Carla Fernanda. “La administración y gestión del “intangible nacional” Marca País Argentina como herramienta para el reposicionamiento internacional post crisis 2001 – 2002.” *2do Congreso de administración del centro de la República. Encuentro regional Centro Oeste de ADENAG / Congreso de Administración del Centro de la República*. Córdoba: Universidad Nacional de Villa María, 2013.
- Aruguete, Natalia y Ernesto Calvo, “El Hashtag que no polariza”, *Revista Anfibia*. (2020)
- Ayhan, Emrah. “The New Public Diplomacy and Soft Power in Developing Countries: The Case of Turkey.” *The Journal of MacroTrends in Social Science* (2018): 45-65.
- Bjola, Corneliu. “Getting digital diplomacy right: what quantum theory can teach us about measuring impact.” *Global Affairs* (2016): 345-353.

- Bórquez, Andrés. “Iniciativas Estratégicas No-Tradicionales en las relaciones chino-chilenas: ¿un caso de poder blando de China en América del Sur?” *Estudios Internacionales* (2019): 95-110.
- Busso, Anabella E y Luis M. Barreto. “Política exterior y de defensa en Argentina. De los gobiernos kirchneristas a Mauricio Macri (2003-2019).” *Revista Latinoamericana De Estudios De Seguridad* (2020): 74-93.
- Chatin, Mathilde. “Lula's Brazil in Africa: Cultural Diplomacy as an Instrument of Soft Power.” *Revista de Estudos Culturais n°4* (2019): 37-51.
- Colombo, Sandra y Julia Teresa Igoa. “Política exterior argentina: estrategia marca país y nueva diplomacia pública, ¿instrumentos de reinserción internacional del gobierno de Néstor Kirchner?” *III Congreso de Relaciones Internacionales*. La Plata: Instituto de Relaciones Internacionales, UNLP, 2006.
- Corigliano, Francisco. "Los derechos humanos en política exterior argentina: de la reestauración democrática al Bicentenario de la Revolución de Mayo (1983-2010)." *Los derechos humanos en las políticas exteriores latinoamericanas*, México, Editorial Porrúa, 2011
- Cull, Nicholas J. “The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in U.S. Public Diplomacy.” *International Studies Review* (2013): 123–139.
- . *Public Diplomacy Before Gullion: The Evolution of a Phrase*. 18 de Abril de 2006. Fecha de acceso: 20 de mayo de 2020 <<https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase>>.
- . “Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past.” *Place Branding and Public Diplomacy* (2010): 11-17.
- Darwish, Hiba. *From leading to influencing: The Case for Innovative Public Diplomacy*. 13 de marzo de 2018. Fecha de acceso: 18 de septiembre de 2020.

<<https://www.pwc.com/m1/en/blog/from-leading-to-influencing-innovative-public-diplomacy.html>>.

De Moya, María y Jain Rajul. “Communicating Nation Brands through Mass and Social Media.” Association, Information Resources Management. *Social Media and Networking: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*. IGI Global, 2014. 1497-1514.

Di Gangi, Paul y Molly Wasko. “Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage.” *Journal of Organizational and End User Computing* (2016).

Ferhat Anwar, Syed. "Building a 'nation brand'" *The Daily Star*, 20 de febrero de 2018.

Fernández, Airam. “Asia-Pacífico: Brújula del comercio internacional.” *AMCHAM Chile* (2019). Fecha de acceso: 3 de julio de 2020. <<https://www.amchamchile.cl/2019/05/asia-pacifico-brujula-del-comercio-internacional/>>.

G20 2018. 14 de Noviembre de 2020. <<https://www.argentina.gob.ar/g20/g20-2018>>.

Garriga, Ana Carolina. “It's Almost Always The Economy: Economic Performance and Political Realignment in Argentina in 2019.” *Revista de Ciencia Política* (2020): 137-161.

General Assembly United Nations. 2019. 14 de Diciembre de 2020. <<https://www.icj-cij.org/public/files/annual-reports/2018-2019-en.pdf>>.

—. *Report of the International Court of Justice*. New York: Report of the International Court of Justice, 2017. 14 de Diciembre de 2020. <<https://www.icj-cij.org/public/files/annual-reports/2016-2017-en.pdf>>.

Gilboa, Eytan. “Searching for a Theory of Public Diplomacy.” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (2008): 55-77.

- Han Jiyeon Karen., Young-A Song, Soyoung Lee, Sujin Kim y Arnold Chung. “Promoting Nation’s Soft Power: How U.S. and Korea Use Public Diplomacy in Nation Branding in Social Media.” Obal M., Krey N., Bushardt C. (eds). *Let’s Get Engaged! Crossing the Threshold of Marketing’s Engagement Era. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*. Springer, Cham, 2016. Fecha de acceso 01 de 05 de 2020. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-11815-4_256>.
- Hartig, Fark. “How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests.” *International Studies Review* (2016): 655-680.
- Hocking, Brian. “Rethinking the 'New' Public Diplomacy.” (eds), Melissen J. *The New Public Diplomacy. Studies in Diplomacy and International Relations*. London: Palgrave Macmillan, 2005. 28-43. <https://doi.org/10.1057/9780230554931_2>.
- Huijgh, Ellen y Jordan Warlick. *The Public Diplomacy of Emerging Powers Part 2: The Case of Indonesia*. Los Angeles: Figueroa Press, abril 2016.
- Hunt, Alan. *Public Diplomacy. What it is and how to do it*. Geneva: United Nations Institute for Training and Research, 2016.
- Huq, Sabiha. “Soft-power, culturalism and developing economies: the case of Global Ibsen.” *Palgrave Commun* 5 (2019).
- Iosifidis, Petros y Mark Wheeler. “Public Diplomacy 2.0 and the Social Media.” *Public Spheres and Mediated Social Networks in the Western Context and Beyond* . Palgrave Macmillan, 2016.
- Jenne, Nicole y Sebastián Briones Razeto. “Integración regional y la política exterior de Chile. ¿Paradoja o acomodo?” *Estudios Internacionales* (2018): 9-35.
- Keohane, Robert y Joseph Nye. “Power and interdependence.” *Survival, Global Politics and Strategy* (1973): 158-165.

- Listrani Blanco, Tomás. y Carolina Zaccato. “Tendiendo puentes en aguas tumultuosas: la política exterior del gobierno de Mauricio Macri (2015-2018).” *Perspectivas Revista De Ciencias Sociales* (2018): 167 - 188.
- Malamud, Carlos y Rogelio Nuñez. “La crisis de Venezuela y el tablero geopolítico internacional.” 2019. Fecha de acceso: 30 de agosto de 2020. <<http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/fc8bb7f4-7ced-4429-bd94-7e7de52ea2f2/ARI24-2019-Malamud-Nunez-crisis-Venezuela-tablero-geopolitico-internacional.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fc8bb7f4-7ced-4429-bd94-7e7de52ea2f2>>.
- Margheritis, Ana. “2018 Argentina: Haunted by Instability Once Again.” *Revista de Ciencia Política* (2019): 129-146.
- Melissen, Jan. “The New Public Diplomacy: Between Theory and Practice.” *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (2005): 3-27.
- Milissen, Jan y KwaJung Kim. *Learning from South Korean Diplomatic Experimentation*. 27 de Abril de 2018. Fecha de accesos: 4 de octubre de 2020. <<https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/learning-south-korean-diplomatic-experimentation>>.
- Muhasilovic, Jahja. “The Worker's Party Contribution to the City Diplomacy in Brazil. A Local-global Strategy.” *Rising Powers Quarterly* (2018): 87-110.
- Niesing, Eva. *Latin America's Potential in Nation Branding: A closer look at Brazil's, Chile's and Colombia's practices*. Anchor Academic Publishing, 2013.
- Nye, Joseph. “The Information Revolution and Soft Power.” *Current History* (2014): 19-22.
- . *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York : Public Affairs, 2004.
- . *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Londres: Basic Books, 1990.
- OCDE. “Special Review of Chile.” 2013.

- ONU Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. “Reporte de la División de Desarrollo Sostenible sobre Chile.” 2020. 30 de Enero de 2021. <[https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/15134Chile\(spanish\).pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/15134Chile(spanish).pdf)>
- Oviamionayi Iyamu, Victor. “Diplomacia pública en la bibliografía actual.” *Ámbitos: Revista Internacional de comunicación* (2004): 215-236.
- Palacios-Valladares, Indira. “Chile's 2019 October Protests and the Student Movement: Eventful Mobilization?” *Revista de Ciencia Política* (2020): 215-234.
- Pauselli, Gino. “La política exterior argentina de derechos humanos.” *Foreign Affairs Latinoamérica* (2014). 8 de diciembre de 2020. <<http://revistafal.com/la-politica-exterior-argentina-de-derechos-humanos/>>.
- . “Lo que vendrá en política exterior argentina con Macri.” *Foreign Affairs Latinoamérica* (2015). 4 de diciembre de 2020. <<http://revistafal.com/lo-que-vendra-en-politica-exterior-argentina-con-macri/>>.
- Piñera Echenique, Sebastián. *Programa de gobierno 2018-2022*. Buenos Aires: SITEAL, 2018.
- Portales, Carlos. “Desafíos para la política exterior en las próximas décadas: Chile y la región en un mundo global.” *Estudios Internacionales* (2011): 171-193.
- Potter, E. *Branding Canada: Projecting Canada's Soft Power through Public Diplomacy*. London: McGill-Queen's University Press, 2009.
- Reyes-Housholder, Catherine y Beatriz Roque. “Chile 2018: desafíos al poder de género desde la calle hasta La Moneda.” *Revista de Ciencia Política* (2019): 191-215.
- Rose, Gideon. “Neoclassical Realism and Theories of Foreign Policy.” *World Politics* 51,1 (1998): 144-172.

- Russell, Roberto. "La Argentina del segundo centenario: ficciones y realidades de la política exterior." Russell, Roberto (editor). *Argentina 1910-2010. Balance del siglo*. Buenos Aires: Taurus, 2010. 227-307.
- Russell, Roberto y Juan Gabriel Tokatlian. "Argentina, Brasil y EE.UU.: El desafío de una esfera de cooperación." *Agenda Internacional* (2004): 16-30.
- Salgado Ávila, Juan José y Patricio Quintremán Lara. "Política exterior chilena en democracia, el camino a la integración global." *Latin American Journal of Trade Policy* (2018): 48-63.
- Santander Campos, Guillermo. "Chile como oferente de cooperación Sur-Sur: la progresiva adaptación a los nuevos tiempos y responsabilidades." *Estudios Internacionales* (2018): 9-35.
- Sevin, Efe. "Public Diplomacy: The New Foreign Policy "Tool"." Sevin, Efe. *Public Diplomacy and the Implementation of Foreign Policy in the US, Sweden and Turkey*. Palgrave Macmillan, 2017. 19-49.
- Social Media Research Group. "Using Social Media for Social Research: An Introduction." 2016.
- Stewart, Bonnie. "Twitter as Method: Using Twitter as a Tool to Conduct Research." Sloan, Luke. y Anabel Quan-Haase. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE, 2016.
- Telias, Diego. "El retorno de Japón hacia América Latina y el Caribe: ¿una estrategia de hedging ante el crecimiento de China?" *Estudios Internacionales* (2020): 9-37.
- Tolosa Castillo, Cristian y Sofía Calvo Foxley, eds. *ASEAN, la nueva frontera de Chile en el Asia*. Valparaíso: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2014. 65-87.

Unas 100 mil personas, sin energía eléctrica por un temporal de viento y lluvia. 10 de Junio de 2018. <<https://www.telam.com.ar/notas/201806/288456-chile-temporal-viento-lluvia-sin-energia-electrica.html>>.

Wilhelmly, Manfred. “La trayectoria de Chile frente a la región Asia-Pacífico.” *Estudios Internacionales* (2010): 125-141.

Xin, Zhong y Lu Jiayi. “Public diplomacy meets social media: A study of the U.S. Embassy's blogs and micro-blogs.” *Public Relations Review* (2013): 542-548.

Zakaria, Fareed. “The rise of Illeberal Democracies.” *Foreign Affairs* (1997): 22-43.

Zeineddine, Cornelia. “Branding European countries in the aftermath of important political transitions.” *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* (2018): 1059-1068.

—. “Employing nation branding in the Middle East - United Arab Emirates (UAE) and Qatar.” *Management & Marketing: Challenges for the Knowledge Society* (2017): 208-221.

8. ANEXO

TABLA 9: EJEMPLOS DE TWEETS DE LAS DISTINTAS CATEGORÍAS DE TEMAS INTERNACIONALES ENCONTRADAS EN EL PROCESO DE CLASIFICACIÓN DE LOS TWEETS DE LAS CUENTAS SELECCIONADAS DE ARGENTINA Y CHILE ENTRE EL 11/03/18 Y EL 10/12/19			
ETIQUETA	EJEMPLO		
	CUENTA	FECHA	TWEET
América Latina	@CancilleriaARG	28/10/2019	El Gobierno argentino saluda al pueblo y al Gobierno uruguayos por la jornada electoral desarrollada el domingo 27 de octubre. ARUY
Asia	@Minrel_Chile	18/11/2018	Hemos avanzado en importantes acuerdos con el Presidente de China, Primer Ministro de Japón y primer@s ministr@s de Australia y Nueva Zelanda y hemos manifestado la urgente necesidad de terminar guerra comercial y proteccionismo para profundizar libre comercio y cooperación. https://t.co/eNzFYnGFrJ
China	@Minrel_Chile	03/09/2019	El Ecommerce Party y el Chile Food Market son dos de las actividades que la delegación nacional que participó de #ChileWeek China encabezó en Shanghái para finalizar las actividades de promoción de nuestro país en el gigante asiático CNCL. Más  https://t.co/02MEdXaCJ9 https://t.co/AykTeIaDCC
Ciencia y Tecnología	@CasaRosada	12/03/2019	El Presidente recibió hoy en Casa Rosada a investigadores y emprendedores que trabajan en desarrollos tecnológicos y científicos de impacto social y global. https://t.co/dTHmmBnzsy
Cooperación Internacional	@CancilleriaARG	28/10/2019	Somos 22 países que trabajamos unidos para mejorar las vidas de las personas a través de la cooperación en cultura, inclusión social, educación, innovación, igualdad de género y mucho más. ARUYPEMXBRADBOCOCRCUCLDOECSVGT HNNIPAPYPEPTVE @SEGIBdigital https://t.co/Laxwnhgjkh
Cultura/ Ciencia y Tecnología	@GobiernodeChile	12/05/2018	Hasta el 22 de julio puedes visitar la exposición Grandes Artistas Latinoamericanos en el @CCPLM

			Conoce las miradas de diferentes artistas sobre América Latina. Entrada gratuita todos los días hasta las 12 hrs.
Democracia/ Cuestiones Sociales	@Minrel_Chile	10/12/2018	Declaración Pública del Presidente @sebastianpinera en que reitera el respeto y protección de los derechos humanos de todos y comparte con la ciudadanía sus argumentos para no adoptar el pacto de migraciones suscrito hoy en Marruecos #DiaDeLosDerechosHumanos #ChileEnMarcha https://t.co/i6RJkU0DxW
Disputas Internacionales	Minrel_Chile	24/05/2019	CL Hoy en Ginebra, Suiza, se realizó la segunda jornada de trabajo del equipo de defensa de Chile en el caso #Silala. 📄 Conoce más de esta reunión 📍 https://t.co/wKhuKLTv0c
Economía (internacional)	@CasaRosada	28/05/2018	El Presidente recibió esta tarde en su despacho a Ken Kobayashi, Aiichiro Matsunaga y Kentaro Ichino, autoridades de Mitsubishi. https://t.co/vvoHM0r9Lg
Estados Unidos	@CancilleriaARG	12/04/2019	Estados Unidos entregó a nuestro país nueva documentación desclasificada producida por agencias de seguridad e inteligencia, relacionada con la última dictadura cívico-militar en la Argentina https://t.co/paR7hCeJVM https://t.co/6zT1rCeScQ
Europa	@CancilleriaARG	19/03/2019	ARDKParticipé del Foro de Negocios con #Dinamarca, junto a empresarios argentinos y daneses de primer nivel. Nuestro intercambio es de USD 600 millones y las inversiones danesas alcanzan los USD 500 millones. Aquí algunas oportunidades para incrementar los negocios bilaterales 📍 https://t.co/CHtCkgFFfG
Eventos Internacionales	@Minrel_Chile	08/03/2019	Conversatorio en @Minrel #DiaInternacionalDeLaMujer #Mujeresqueinspiran. Subsecretaria @carovaldiviat y rol de la mujer en la defensa de Chile en La Haya: “Hay que tener una enorme convicción en

			lo que uno hace”  https://t.co/FAcrNTqggE https://t.co/sGaFH0EH7d
Medio Ambiente	@GobiernodeChile	08/05/2018	Por la protección de nuestros océanos y del medio ambiente , hoy se ingresó indicación para prohibir utilización de bolsas plásticas en el comercio de todo el país. ¡#ChaoBolsasPlásticas!
Organismos Internacionales	@GobiernodeChile	27/09/2018	Hoy el Presidente @sebastianpinera intervino en la 73° Asamblea General de las Naciones Unidas @ONU_es, donde abordó las prioridades de su Gobierno en seguridad, migraciones, medio ambiente y derechos humanos. Lee más sobre su intervención en https://s.gob.cl/2OguizD
Otros	@GobiernodeChile	11/08/2019	Chile nos sigue dando alegrías en @Lima2019Juegos Es otra obtenida en judo 100 kgs. por Thomas Briceño!
Otros Países	@Minrel_Chile	12/08/2019	¿Te gustaría estudiar en Marruecos? Mira las ofertas de becas que la Agencia de Cooperación Internacional de Marruecos ofrece para estudiantes chilenos en instituciones públicas de educación superior, técnica y profesional. Más información en: https://t.co/79NVaWHwB0 https://t.co/oaXZ7nzJcv
Relaciones Exteriores	@CasaRosada	11/09/2018	El jefe de Gabinete, Marcos Peña, recibió en el Museo Casa Rosada a embajadores acreditados en el país. El canciller Jorge Faurie y el ministro de Hacienda, Nicolás Dujovne, también participaron del encuentro. https://t.co/361y95Fx5t
Servicios Consulares	@Minrel_Chile	16/05/2019	Con tu #ClaveÚnica puedes acceder a más de 350 trámites y servicios del Estado, sin la necesidad de hacer filas   ¿Ya activaste la tuya? Infórmate aquí de todos los detalles: https://t.co/tX4xM9bD4i https://t.co/Mq0vz5LnC6
Sociales	@Minrel_Chile	23/10/2019	La #NuevaAgendaSocial anunciada por el Pdte. @sebastianpinera establece beneficios urgentes para los sectores vulnerables, la clase media y los adultos mayores por un CL más

			unido, más equitativo y más justo. Infórmate aquí  https://t.co/I20KIEb0Hp https://t.co/JfpiGb86Uj
--	--	--	--