

# Construir una mejor educación en diplomacia pública es el primer paso para construir un mundo mejor

Building better public diplomacy education  
is the first move in building a better world

Por Matthias Erlandsen\*

Entrevista a Nicholas J. Cull (PhD.), profesor de Diplomacia Pública y fundador del Magíster en Diplomacia Pública de la Annenberg School (University of Southern California), editor de la revista académica *Place Branding and Public Diplomacy*, presidente de la Asociación Internacional de Medios de Comunicación e Historia, y miembro del Public Diplomacy Council de los Estados Unidos.

\*\*

La disciplina de la Diplomacia Pública, enmarcada dentro de los Estudios Internacionales, es de reciente desarrollo y, por ende, es preciso distinguir entre la diplomacia pública —como objeto de estudio— y los estudios diplomáticos —como campo de estudio—, de acuerdo a lo planteado por Sharp (2011, p. 709).

A la vez, es pertinente marcar la diferencia entre ‘Diplomacia Tradicional’ y ‘Diplomacia Pública’, siendo la primera definida como aquella que se practica de forma exclusiva entre los gobernantes, a puertas cerradas, donde se discuten temas de interés nacional y que apunta a

---

\* Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile; egresado de Magíster en Estudios Internacionales de la Universidad de Chile.

desarrollar relaciones entre los Estados (Nicolson, 1950; Langhorne, 1998; Sofer, 1988). La segunda todavía necesita ser discutida con mayor profundidad, y es el objeto de estudio de numerosos investigadores, desde diferentes niveles de análisis.

Gran parte de los académicos le atribuyen al inglés Sir Harold George Nicolson el puntapié inicial sobre el debate de los alcances y la forma que adopta la Diplomacia Pública, y la diferencia entre esta y la política exterior de los Estados, lo cual con el correr del tiempo ha derivado, naturalmente, en el análisis de varios factores que la componen.

El profesor Dr. Nicholas J. Cull es uno de los principales académicos que aboca sus investigaciones desde las ciencias sociales —Historia, Relaciones Internacionales y Comunicaciones—, nutriendo la discusión, por ejemplo, al destacar que el término ‘Diplomacia Pública’ ya se utilizaba, sin mayor análisis, en los periódicos de data tan antigua como una edición de enero de 1871 del *New York Times*, donde se publicó un extracto de un debate del Congreso Nacional de Estados Unidos. Desde entonces —en su opinión—, el término se confundió con ‘diplomacia abierta’ y con ‘propaganda’. Ello hasta la década de 1960, cuando se comenzó a utilizar en los Estados Unidos, para quitarle el peso negativo con el que se asocia a la ‘propaganda’ y alejar las acciones diplomáticas del imaginario colectivo de las ‘relaciones públicas’. Citando al decano de la Escuela Fletcher de Derecho y Diplomacia de la Universidad de Tufts, Edmund Gullion, Cull (2009) establece que:

La diplomacia pública... se relaciona con la influencia de las actitudes públicas sobre la formación y ejecución de política exterior. Abarca las dimensiones de las relaciones internacionales más allá de la diplomacia tradicional; su cultivo de la opinión pública en otros países por parte de los gobiernos; la interacción de grupos privados e intereses en un país con aquellos de otro; los informes de asuntos exteriores y su impacto en las políticas públicas; la comunicación entre aquellos cuyo trabajo son las comunicaciones, así como entre di-

plomáticos y corresponsales extranjeros; y los procesos de comunicación intercultural.

— *¿En qué momento se encuentra la diplomacia pública, a la luz de los nuevos liderazgos mundiales que parecen ser, en su mayoría, de estilo radical o populistas?*

— Empezó con una pregunta que llega al corazón de nuestra situación actual internacional: la crisis de liderazgo. Creo que los fracasos de la diplomacia pública no están sucediendo solamente como el resultado de una reivindicación del populismo (tome, por ejemplo, la forma en que el presidente Donald J. Trump está proponiendo reducciones masivas del presupuesto para diplomacia pública en los Estados Unidos), sino que también creo que estos regímenes populistas reflejan en sí mismos un quiebre de la diplomacia pública. En Europa, la Unión Europea no hizo muy poco para explicársela a sus mismos ciudadanos. Muchos gobiernos —incluyendo el del Reino Unido— hablaban de la Unión Europea solo como una fuente de burocracia y nunca le permitieron a la Unión llevarse los créditos de ninguna cosa buena que trajo a esta región. Las cosas buenas siempre fueron un resultado de los esfuerzos de los gobiernos individuales que componen la Unión Europea.

Ya hemos visto que las grandes crisis de nacionalismos competitivos en nuestro pasado colectivo —las dos Guerras Mundiales— se resolvieron, en parte, por la articulación de una visión inclusiva del futuro que era más atractiva que la visión nacionalista de hacer un solo país grande otra vez (“make America great again”, en alusión al eslogan de la campaña presidencial de Donald J. Trump). Una paz duradera descansó en el cumplimiento de aquella visión. Hoy, tal como en 1910 o en 1930, es difícil encontrar un Estado-Nación líder con una visión a futuro que otros deseen compartir. Un énfasis en hacer solo un país “grande otra vez”, a presumidas expensas de otros o construyendo muros para excluir a otros, no va en la dirección correcta.

— *¿Cuál es el mensaje y el perfil que quiere imponer la administración de Donald J. Trump en el manejo diplomático?*

— Como decía anteriormente, veo al Presidente Trump como uno más de los líderes populistas alrededor del mundo. Él me parece que es justamente lo opuesto a lo que es sabio hacer en materia de diplomacia pública. La diplomacia pública comienza con escuchar, pero él usa los nuevos medios de comunicación solamente para transmitir sus ideas y no para construir relaciones. El medio tiene casi una capacidad ilimitada para reunir ideas y opiniones del público, pero él solamente está siguiendo a 45 personas en Twitter.

— *¿Cómo podría, entonces, Estados Unidos mejorar su marca-país?*

— La marca ‘Estados Unidos’ no es propiedad de un Presidente o de algún consultor de alto rango del Departamento de Estado. Es la suma de múltiples imágenes recolectadas a lo largo de su vida y las ideas que han quedado guardadas en el imaginario colectivo de las personas durante sus casi 250 años de existencia. Siento que el mensaje oficial actual alrededor de la marca ‘Estados Unidos’ —con su énfasis en vivir el sueño americano— no es ideal, ya que juega en contra de la imagen preferida de Estados Unidos de sí mismo, como un destino para los inmigrantes, en lugar de las respuestas que le serían más útil estimular a los Estados Unidos ahora mismo, como destino turístico, como socio comercial o como aliado. Siento que la elección del Presidente Trump es un recuerdo de un sentimiento de larga data en la vida política estadounidense, que los extranjeros han encontrado históricamente difícil: un sentimiento que parece jactancioso, aislacionista, orgulloso e intolerante. Yo le aconsejaría a los diplomáticos estadounidenses, y a aquellos a quienes les preocupa la imagen de los Estados Unidos, ver qué pueden hacer para diversificar las fuentes de la imagen del país en todo el mundo, incluyendo a las comunidades que votaron por el Presidente Trump y a

aquellas que no tienen un gran acceso a las audiencias internacionales, a través de discusiones organizadas en ciudades, Estados y organizaciones de la sociedad civil. La imagen de Estados Unidos que emergería gracias a ese trabajo sería auténtica.

— *¿Es esta una buena oportunidad para que otras potencias como China, Brasil, India, Sudáfrica o Rusia, inviertan en diplomacia pública?*

— Creo que en las últimas décadas, los BRICS ciertamente han alzado la vara en materia de diplomacia pública. Era importante para los Estados Unidos y para Europa darse cuenta de que muchas naciones son capaces de ejercer el *soft power*, y fue refrescante ver más narrativas entrar en el espacio de información internacional. Creo que en los años recientes las cosas se han tornado agrias y los BRICS están enfrentando un nivel de dificultades económicas, donde incluso algunos tienen crisis políticas poco envidiables, que le ponen un desafío a las imágenes positivas que han cultivado exitosamente en los últimos diez años. Brasil y Sudáfrica tienen un desafío en este sentido. India, China y Rusia, han optado por aplacar a los ciudadanos locales con una retórica nacionalista que juega bien dentro de su territorio, pero enciende las alarmas en el extranjero. Espero que estos países continúen viendo el valor de ser buenos ciudadanos de la comunidad global y que mantengan el compromiso global y el trabajo en conjunto, que es necesario para sostener las presiones domésticas bajo control. Para mí, las asociaciones entre países e incluir otros actores, también es la única forma de avanzar. Más autoafirmaciones nacionalistas no van a resolver ningún problema en el mundo.

— *¿Cuál es el rol de las nuevas plataformas de comunicación en el desarrollo de la diplomacia pública a futuro?*

— Estoy muy fascinado con el surgimiento de nuevos canales de comunicación —y por los cambios que traen al mundo—. Siento que es importante no solo poner bastante

énfasis en la técnica en particular o la plataforma —Twitter, Facebook o Instagram—, sino que más bien recordar que el éxito en diplomacia pública descansa en lo que hay detrás de la técnica: un deseo de escuchar a las audiencias extranjeras y la apertura a una transformación mutua. Creo que el futuro necesita atención a las cosas básicas de la diplomacia pública, así como también a las técnicas y los dispositivos más nuevos que aparezcan. Creo que es muy interesante ver cómo los nuevos medios están facilitando nuevas alianzas y soluciones, pero también tenemos que reconocer que traen consigo nuevos desafíos. El Estado Islámico, nación de la comunicación online.

— *¿En qué momento está la diplomacia pública en América Latina, especialmente en Chile?*

— Siento que América Latina entendió el mensaje sobre los valores de las marcas-países y está buscando exportar aspectos de su cultura. Estoy impresionado por el trabajo de la Fundación Imagen de Chile y por el trabajo que las personas de Perú han hecho para contarle al mundo sobre su maravillosa cocina. Habiendo dicho esto, ellos son solo una parte de la historia. Creo que enfatizar la marca-país de todas las formas posibles, puede ayudar a enrielar el camino hacia más alianzas y que es muy fácil descuidar otros aspectos de la diplomacia pública, incluyendo la importancia de escuchar. Estoy alentado por el potencial de la cooperación regional, que este año estará en exposición en la Feria Mundial de Astana, Kazajstán.

— *En su opinión, ¿cuál es el rol de los ciudadanos en la nueva diplomacia pública?*

— Los ciudadanos están construyendo bloques de diplomacia pública, de la vieja o de la nueva. Creo que una de las grandes esperanzas de nuestro mundo es la capacidad, sin precedentes, para entablar grupos de colegas y comunidades epistémicas —ya sean doctores, marineros, madres o profesores— que se conectan unos con otros más allá de las fronteras y los límites, y a través de aquel

contacto desarrollan experiencias personales de otras nacionalidades y agrupaciones. Estas experiencias son la mejor cobertura contra la demonización y los estereotipos, que son tan centrales en la propaganda nacionalista que vemos resurgir en estos días.

— *¿Por qué hay una mínima comunidad académica en el estudio de la diplomacia pública en los países emergentes?*

— Hay muchas razones para el lento comienzo en el estudio de la diplomacia pública fuera del mundo de habla inglesa. Un tema es que el campo creció a partir tanto del estudio como de una experiencia bien específica en la historia. En los Estados Unidos, el campo de la diplomacia pública viene del trabajo realizado para analizar cómo una superpotencia podría ordenar, de mejor manera, sus recursos para triunfar durante la Guerra Fría. En el Reino Unido, viene de la atención que se les puso a las formas en que una ex súper potencia puede mantener su influencia en el mundo. Los casos de estudios generados por estas semillas de investigación pueden fácilmente parecer que tienen una limitada aplicación en América Latina y muchas otras regiones emergentes o Estados. Siento que es tiempo de ampliar el canon de casos considerados por los académicos de la diplomacia pública, para que los académicos globales tengan la oportunidad de evaluar a su propio país y a otros similares, y para que los países con una tradición diplomática más antigua tengan la oportunidad de aprender de las experiencias de otros. Mis propias investigaciones me han llevado a pensar sobre los principios universales en la diplomacia pública y en buenas prácticas que funcionan en todas partes.

— *¿Cómo alentar a que los gobiernos se unan a los académicos para desarrollar mejores estrategias de diplomacia pública - marca país?*

— Para mí, la gran oportunidad para establecer alianzas está en las áreas de evaluación y de escuchar. Creo que una buena diplomacia pública comienza con escuchar, pero sé lo

difícil que es para los gobiernos tomarse el tiempo necesario para realmente entender los temas actuales en el plano internacional. Los académicos tienen las herramientas intelectuales y el tiempo para hacer pruebas más profundas y de esa manera entregar datos importantes para destrabar los procesos de políticas públicas. Estoy especialmente impresionado por el estudio reciente concluido por el ministro de Relaciones Exteriores de México sobre la imagen de su país, que fue desarrollado por los académicos César Villanueva Rivas (Universidad Iberoamericana) y Rebecka Villanueva Ulfgard (del Instituto Mora). Ellos pudieron tomarse el tiempo no solo para examinar un período de tiempo muy grande, sino que también para comunicar sus hallazgos de una manera irresistible, usando muchas infografías. Un consultor estaría menos dispuesto a compartir lo que encontró y, por supuesto, sería más costoso. ¿Cómo alentar, entonces, este tipo de alianzas? Creo que tenemos que empezar por promover la preocupación de toda la esfera de acción y del potencial que tiene la diplomacia pública en la región. Los gobiernos no invertirán en algo que ellos no entienden o no valoran. Construir una mejor educación en diplomacia pública es el primer movimiento para construir lo que es necesario: una mejor diplomacia y —cuando corresponda— un mundo mejor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase. En Snow, N. y Taylor, P.M. (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge. Pp. 19-23.
- Langhorne, R. (1998). History and the Evolution of Diplomacy. En Kurbalija, J. (Ed.), *Modern Diplomacy*. Malta: DiploPublishing. Pp. 53-59.
- Nicolson, H. (1950). *Diplomacy*. London: Oxford University Press.
- Sharp, P. (2011). Diplomacy, Diplomatic Studies, and the ISA. *International Studies Review*, 13 (4), pp. 709-710. doi:10.1111/j.1468-2486.2011.01079.x
- Sofer, S. (1988). Old and New Diplomacy: A Debate Revisited. *Review of International Studies*, 14 (3), pp. 195-211.