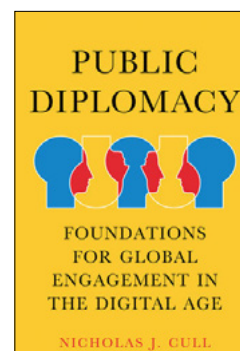


Public Diplomacy. Foundations for Global Engagement in the Digital Age

Nicholas J. Cull
Medford: Polity Press
2019
272 pp.
ISBN: 978-07-4569-12-06



La diplomacia pública es una de las áreas de estudio en materia de comunicación internacional con mayor crecimiento en la última década. Por su naturaleza, no se trata de una disciplina al uso, con sus clásicos o sus tensiones, sino uno objeto multidisciplinar en proceso, que acomoda la definición ante las prácticas de la opinión pública internacional. En su visión estrecha, es una herramienta de la diplomacia estatal, que mantiene el monopolio jurídico de las relaciones internacionales. No cabe reconocer otro actor, si no comprendemos las dinámicas de globalización, digitalización y empoderamiento ciudadano que han afectado a la captación, la gestión y la pérdida del poder. La tesis de poder blando, duro e inteligente que apuntó Joseph S. Nye hace más de quince años resulta ahora básica para comprender “el terreno de la nueva diplomacia pública” caracterizado “por la erosión de barreras y límites” en las telecomunicaciones, la acción exterior de ciudades o individuos o bien la retórica de la seguridad nacional (p.15).

En este contexto, se entiende la diplomacia pública como la gestión de la comunicación política internacional con arreglo a unos intereses de acción y política exterior. Tiene como objetivo el ejercicio de la influencia por parte de una entidad sobre un público extranjero mediante el desarrollo de estrategias de comunicación, que incluyen los pro-

gramas educativos, informativos y de entretenimiento. La influencia es concepto ambiguo, polisémico, que se define por un acuerdo de mínimos. Consiste en la capacidad de modificar el curso de una acción, bien sea por mediación del gobierno, la opinión pública o las iniciativas privadas. Para la diplomacia pública, esta influencia se concreta en el cambio en las percepciones que se tienen de un territorio, el incremento de la demanda de bienes y servicios exportados, el deseo de aprender un idioma o cualquier otra dimensión económica, política y social que se mida en una cuenta de resultados. Por tanto, como objeto de estudio académico procede de una escuela distinta: construye la teoría desde la práctica con la creación de una trama inagotable de interacciones entre Estados, ciudades globales, ciudadanos, empresas multinacionales, Iglesias, organizaciones internacionales, asociaciones o celebrities.

Estamos ante un cambio de escenario internacional, que obliga a pensar la materia de nuevo y revisar los elementos fundacionales que estableció el propio Cull en 2009. A saber, la escucha activa, la promoción de los interés, la diplomacia cultural, los intercambios y los programas educativos y las emisiones audiovisuales internacionales, sean noticias o contenidos de entretenimiento. No se trata, pues, de indagar el manejo de tuits o las campañas de Instagram, sino

de repensar la idea misma de diplomacia pública. Escribe al autor “es un libro para la era de las redes sociales, pero no necesariamente sobre éstas. El enfoque digital y el desarrollo de los medios sociales no se explicarán de forma aislada, sino dentro de cada capítulo” (p.19).

Por este motivo, dedica dos elementos que han tomado cuerpo en la última década. El primero es la gestión de la marca país, que ha evolucionado desde una campaña de marketing turístico con eslóganes vacíos “Incredible India” o “Malaysia, Truly Asia” (p. 121) hasta una gestión integral de la reputación y los activos intangibles, cuya gestión obsesiva puede convertirse en un obstáculo para otros instrumentos de la diplomacia (p.139). Cull acierta al completar sus teorías con la evaluación de los casos de Israel, Corea del Sur o Alemania.

La segunda novedad sustancial es la consolidación de las alianzas público-privadas que combina los intereses de agencias públicas, actores privados, diásporas o bien organizaciones internacionales. El programa educativo Erasmus es el paradigma de una acción transnacional de diplomacia pública, sin un planteamiento político excluyente y con reminiscencias coloniales. Cull aprovecha para reforzar su crítica a la gestión de marca país en tanto que “la necesidad de establecer alianzas dota de una crítica poderosa a la obsesión con las marcas nacionales” (p.161), ya que en

la nueva globalización es preferible ser percibido como un buen jugador de equipo o un facilitador de proyectos con objetivos comunes.

En síntesis, la obra de Cull se antoja necesaria ante una coyuntura de globalización en cambio. No cabe una interpretación estática de las dinámicas de comunicación internacional, porque los desafíos no han hecho más que comenzar. El desorden informativo y la desinformación como armas de guerra permiten manipular el pasado y arrogarse la posición de víctima (p.167-168). Los gobiernos, cualesquiera sea su color político, padecen su particular crisis de credibilidad y no podrán afrontar este desafío solos. Si algo hemos aprendido del pasado, es precisamente que la “comunicación juega un rol sin precedentes” en la esperanza de un mundo mejor (p.170). La nueva diplomacia pública, si es que existe tal cosa, habrá de ser el resultado de una estrategia de política exterior ambiciosa, que apalanque la comunicación para afrontar los desafíos éticos actuales, que implique a gobiernos subestatales, empresas y ciudadanos, que defienda los derechos humanos y que valore la empatía. Es un desafío enorme para la academia, para el gobierno y para la sociedad. Ojalá esta contribución teórica facilite el camino de paradigma.

Juan Luis Manfredi

Universidad de Castilla-La Mancha