

ARGENTINA EL MUNDO ES TUYO

El auge de la diplomacia pública

Estudio de casos



ARGENTINA EL MUNDO ES TUYO

El auge de la diplomacia pública

Estudio de casos

MARIANA INÉS MANGIAROTTI



MADRID BARCELONA MÉXICO D.F. MONTERREY
BOGOTÁ BUENOS AIRES LONDRES NUEVA YORK

Mangiarotti, Mariana Inés

Argentina el mundo es tuyo : el auge de la diplomacia pública / Mariana Inés Mangiarotti. - 1a ed. - Buenos Aires : LID Editorial Empresarial, 2019.
208 p. ; 21 x 15 cm. - (Acción empresarial)

ISBN 978-987-4467-14-0

1. Diplomacia. 2. Marca País. 3. Argentina. I. Título.
CDD 327.2

LID Editorial Empresarial, S.R.L.
Donato Álvarez 936 - 10° L
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
info@lideditorial.com
LIDeditorial.com

Queda hecho el depósito que establece la Ley 11.723.

Libro de edición argentina.

No se permite la reproducción total o parcial, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Editorial y patrocinadores respetan íntegramente los textos de los autores, sin que ello suponga compartir lo expresado en ellos.

© LID Editorial Empresarial 2019

ISBN:

Directora editorial: María Laura Caruso

Editora de la colección: María Laura Caruso

Edición: MLC, Servicios Editoriales

Diseño: Cecilia Ricci

Te escuchamos. Escríbenos con tus sugerencias, dudas, errores que veas o lo que tú quieras. Te contestaremos, seguro: queremosleerteati@lideditorial.com

Índice

	Introducción	
	¿Por qué algunos países crecen?	9
	El enfoque	11
01	Cómo son vistos los países por el mundo	13
	La metodología de investigación.....	16
02	Dónde nace la diplomacia pública	19
	Un poco de historia.....	20
	Relación entre diplomacia pública y diplomacia tradicional...	25
03	Las experiencias de los países	31
	Los actores intervinientes	31
	Los canales	42
	El contenido de los mensajes.....	54
	Los tipos de países.....	59
	Los tiempos.....	62
	Los públicos.....	63
	El modelo de comunicación	66
	El presupuesto	72
	El tipo de estrategia y los objetivos	74
04	Hay una nueva diplomacia pública	75
05	Los enfoques	81
	Diplomacia cultural.....	81
	Diplomacia digital	85

	Diplomacia de intercambio	90
	Diplomacia pública mediática	93
	Diplomacia de diáspora	95
	Diplomacia científica	98
	Diplomacia pública como defensoría	101
	Diplomacia pública para la paz	102
	Diplomacia pública como operación psicológica	105
06	Marca país	107
	Las tres dimensiones del <i>nation branding</i>	108
	<i>Rebranding</i> de un país	116
	Marca país y diplomacia pública	117
07	El poder del turismo	125
08	Análisis de casos	131
	Criterio de selección de casos	131
	España	133
	Estados Unidos	147
	Australia	162
	Colombia	175
	Conclusiones	
	¿Por dónde empezar?	187
	1. Conclusiones generales	190
	2. Conclusiones particulares	194
	Consideraciones finales	
	Nuestros valores	199
	Bibliografía citada	201

**Por una Argentina
benedicida
y próspera.**

Dedicado y en agradecimiento a

Marietta y Andrés
por el ejemplo y la paciencia

Horacio y Teresita
por esos valores que predicán con hechos

Balduino
por estimularme a publicar este libro

Y a vos,
por tu lectura



Introducción

¿Por qué algunos países crecen?

¿Por qué algunas naciones tienen éxito y otras fallan en la competencia internacional? Michael Porter, reconocido académico y consultor en desarrollo económico de países y regiones, asegura que las naciones prósperas “son capaces de sostener sus posiciones competitivas a través de considerables períodos de tiempo” y que “algunas naciones han gozado rápidamente de aumento del nivel de vida a pesar del déficit en el presupuesto (Japón, Italia y Corea), de la devaluación de la moneda (Alemania y Suiza) y de altas tasas de intereses (Italia y Corea)” (Michael Porter, 1990, p. 5).

El gobierno de cada país es, sin duda, un actor importante en la competitividad internacional y su rol, en este sentido, es impulsar una robusta identidad en el escenario global, sostenida a largo plazo, con el objetivo final del crecimiento económico que estimule el crecimiento social y el bienestar de los ciudadanos. Basta con observar cómo el crecimiento económico de India y de China en las últimas décadas ha mejorado la vida de más de mil millones de personas y este crecimiento vino de la mano de cómo estos países se han vuelto más asertivos en su implantación en el mundo.

El turismo es una variable de medición y se puede observar que entre los mercados de mayor crecimiento de turistas emisivos al mundo se encuentran China e India. Los chinos y los indios comienzan a consumir más y más, dentro y fuera de sus países. Hace treinta y

cinco años, el papel de China en el mundo era notablemente menor y no tenía poder estratégico fuera de Asia. Los países más poderosos han implementando estrategias con visión a veinte, treinta y cincuenta años.

Me detengo en este concepto -que se repetirá en el desarrollo de este libro- “estrategia sostenida a largo plazo”. A lo largo de los diferentes capítulos se presentarán experiencias de diversos países de diferentes continentes, algunas de gran curiosidad. Y se podrá observar cómo los casos de mayor éxito se refieren a los que continúan su plan internacional a lo largo de diferentes ciclos de gobierno.

Cuando una nación comprende la importancia de “continuidad” y “largo plazo”, los planetas se alinean a su favor. En este sentido, Australia es un ejemplo interesante de país que desarrolla una estrategia continua de posicionamiento internacional y crecimiento económico con resultados efectivos y medibles desde hace más de 20 años, a través de diferentes ciclos de gobiernos. Y no solamente Australia se posiciona en los primeros puestos de los rankings por su desarrollo económico, sino también que figura dentro de los países más felices del planeta según el Informe de Felicidad Mundial publicado por Naciones Unidas. Cabe destacar, que Australia tiene el mejor desempeño en la temática de compromiso cívico del ranking *Better Life Index*¹ (Índice para una Vida Mejor) de OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos).

Australia es uno de los cuatro casos de estudio del capítulo 8, que servirán para enunciar recomendaciones para la Argentina y los países de la región, realizadas desde un pensamiento de ampliación, enriquecimiento y profundidad. Se analizan dos países del hemisferio sur: Australia y Colombia, y dos del hemisferio norte: España y Estados Unidos.

1. <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/>

El enfoque

El enfoque del presente trabajo trata una dimensión poco conocida, pero ineludible en la política exterior de los países para el crecimiento económico y el bienestar de los ciudadanos: la diplomacia pública. Este término nació en Estados Unidos, del cual la relación entre Hollywood, el Pentágono y Washington desempeñó históricamente un papel predominante. Aunque los jesuitas saben de diplomacia pública con mucha anterioridad a los Estados Unidos.

Todo país que aspira a ser un actor en la escena global, a la hora de intentarlo inicia sus pasos en el terreno de los estudios estratégicos de la diplomacia pública. En la actualidad, son cada vez más los que la implementan, grandes estados o microestados, democráticos o autoritarios, desarrollados o subdesarrollados. “La diplomacia pública –la diplomacia dirigida a las personas– es un tema de creciente fascinación en los gobiernos”², dice el investigador Charlie Edwards de Demos, el *think-thank* británico que investiga sobre temas de poder y políticas internacionales.

La diplomacia pública suele ser confundida con propaganda política, relaciones públicas y comunicación internacional o marca país. Pero se distingue como un macroconcepto originado en la interacción de diversas disciplinas. En tal sentido, el debate de diplomacia pública se está llevando a cabo con carácter multidisciplinario: relaciones internacionales, asuntos públicos, innovación, economía, historia, sociología, comunicación, estudios culturales y religión, entre otras.

Mi investigación la inicié en el año 2008, cuando comencé con la tesis de la Maestría en Gestión de la Comunicación (Universidad Austral, Buenos Aires) donde me especialicé en asuntos internacionales. La continué en Barcelona y la terminé a mi regreso a Buenos Aires. Son muchos años de analizar el comportamiento de países –y también ciudades– y es mi propósito compartir lo aprendido.

2. <http://www.demos.co.uk/projects/thenewpublicdiplomacy>

Este libro no pretende ser un debate académico teórico y complejo del tema, sino un estudio con perspectiva práctica. Es mi deseo que disfruten de esta lectura, hay capítulos para diferentes gustos e intereses, pueden comenzar por el que más curiosidad les genere. También deseo que, como sociedad, podamos reflexionar y construir el país soñado.