

REVISTA 89.2

Revista RELACIONES INTERNACIONALES
Escuela de Relaciones Internacionales.
Universidad Nacional, Costa Rica.
N.º 89.2 • Julio-Diciembre de 2016
doi: <http://dx.doi.org/10.15359/ri.89-2.3>
Pp. 83-108

DIPLOMACIA PÚBLICA: UNA NUEVA Y MODERNA FUNCIÓN DE LA DIPLOMACIA QUE EXIGE UNA FORMACIÓN ESPECÍFICA

*PUBLIC DIPLOMACY: PUBLIC DIPLOMACY:
A NEW AND MODERN FUNCTION OF THE DIPLOMA-
CY THAT DEMANDS A SPECIFIC FORMATION*

Luisa Portugal de Rodrich*

RESUMEN:

Como suele suceder en toda profesión, en este caso en particular, se sostiene también que la eficacia de la actividad diplomática está estrechamente vinculada con la calidad de los diplomáticos y diplomáticas que la ejercen. De ahí que la formación de los sujetos funcionarios haya constituido una constante preocupación de quienes son responsables de la política exterior y de internacionalistas, en general, incluso, desde el siglo XVIII. El presente trabajo pretende subrayar la importancia de empezar a cuestionarse seriamente sobre la clase de formación específica que debe recibir la persona que se va a desempeñar en las labores de comunicación con la opinión pública extranjera a través de las modernas tecnologías de masas. Hoy, en países como Estados Unidos, Inglaterra, Israel, España, China, etc., esta clase de trabajo que vincula la diplomacia con la comunicación de masas se conoce como diplomacia pública** (por ser una diplomacia pensada y dirigida a las grandes audiencias internacionales) Esta que ha sido parte de la diplomacia (aunque no de manera oficial) desde comienzos del siglo XX. Es tal la relevancia que esta función ha alcanzado en la actual sociedad

ABSTRACT:

As often happens in every profession, in this particular case, it is also argued that the effectiveness of diplomatic activity is closely linked with the quality of the diplomats who exercise. Hence, the training of officials has been a constant concern of those responsible for foreign policy and internationalists in general, even from the eighteenth century. This paper aims to highlight the importance of starting to seriously question about the kind of specific training that should receive the diplomat who will serve in the work of communication with foreign public opinion through mass modern technologies. Today, in countries like the United States, England, Israel, Spain, China, etc., this kind of work linking diplomacy with mass communication known as public diplomacy (being a thoughtful diplomacy aimed at large international audiences); the same that has been part of Diplomacy (though not officially) since the early twentieth century. Such is the importance that this function has reached in the current Information society, in countries like the United States and begins to train all diplomats in matters of public diplomacy. Formerly, the communication of

* Profesora del Seminario de Diplomacia Pública, Facultad de Comunicación, Universidad de Piura.
Correo electrónico: luisa.portugal@udep.pe

** A partir de este momento nos referiremos a la diplomacia pública como DP.

de la información que, en países como Estados Unidos ya se empieza a entrenar a todo el personal diplomático en asuntos de DP. Antiguamente, la comunicación de los Estados, a través de la diplomacia, con los públicos extranjeros, estaba a cargo de las direcciones de prensa y cultura de los ministerios de relaciones exteriores, y de las oficinas de prensa y cultura de las embajadas, a cargo de “agregados de prensa” y “agregados de cultura”. Hoy se abre paso una nueva estructura y una nueva manera de gestionar la comunicación con esta clase de audiencias. En parte, esto tiene que ver: a) con el desarrollo espectacular de una moderna tecnología de la comunicación de masas que enlaza a casi todo el planeta, b) el desarrollo de la democracia en el mundo y c) el protagonismo de la opinión pública en el escenario internacional. A través de esta investigación queremos demostrar que la DP, a la que consideramos en todo momento como una moderna función de la diplomacia, es una ciencia y una práctica vinculada a conceptos y actividades propios de la carrera de comunicación y de la diplomacia; así también plantear la necesidad de impartir una formación especializada en tales asuntos al más alto nivel académico a quienes tendrán a cargo esta clase de ejercicios.

Palabras claves: Diplomacia; diplomacia pública; formación; prensa; cultura; opinión pública internacional; comunicación de masas.

the states through diplomacy with foreign public was in charge of the departments of the press and culture ministries of foreign affairs; and press offices and embassies culture, in charge of “press officers” and “cultural attaches.” Today is gaining a new structure and a new way of managing communication with this kind of audience. In part this has to do with the spectacular development of modern technology of mass communication that links to almost the entire planet, the development of democracy in the world and the role of public opinion in the international arena, as Nicolson left already pointed out since the mid-twentieth century. Through research will seek to demonstrate that public diplomacy is a modern role of diplomacy linked to concepts and activities of the career of Communication and requires proper training of officials who are in charge this kind of exercise.

Keywords: diplomacy, public diplomacy, formation, press, culture, international public opinion, mass communication.

En busca de una formación para el diplomático público

La diplomacia se erige en una de las profesiones más trascendentes, delicadas y exigentes en su labor. A través de todas sus funciones busca proyectar y relacionar al país que representa con diversas culturas extranjeras. Pero, sobre todo, le asiste el encargo de construir y velar por una convivencia pacífica entre todos los pueblos del mundo, intentando prevenir y resolver a tiempo diversas situaciones de crisis que podrían a futuro derivar en conflictos abiertos.

Sobre esta carrera pesa la enorme responsabilidad de anticipar y prevenir las amenazas a la seguridad de su propio país de origen y del ámbito mundial. Al respecto, son numerosas las definiciones que reconocen esa labor eminentemente preventiva en la naturaleza de una auténtica diplomacia (Pinto-Bazurco, 1995). Karl Deutsch, en su libro *El análisis de las relaciones internacionales*, ha dejado muy claro el tremendo compromiso de la diplomacia al sentenciar

que si se destruye la civilización actual no será por culpa del hambre ni de las plagas, sino por obra de la política exterior y de las relaciones internacionales (Marrou, 1994).

Precisamente, dada esa significativa influencia de la diplomacia en el destino de la humanidad, los Estados, los ministerios de relaciones exteriores (a través de sus respectivas academias diplomáticas) y las universidades (desde las facultades de comunicación y relaciones internacionales, principalmente) vienen considerando, con la seriedad y preocupación debida, la clase de formación que debe recibir quien se dedique a la diplomacia en el siglo XXI. Una preocupación que se remonta a comienzos del siglo XVIII (Cahier, 1965) En cualquier caso, se aboga por una preparación cada vez más exigente y rigurosa, acorde con los tiempos (Orozco, y Pereira, 2004). Y, lo más importante, extendida a todas las personas, que por una u otra razón van a ser parte de un servicio exterior. Su preparación debe ser guiada por un cuidadoso plan de estudio donde destaque siempre una enseñanza humanística y en valores, la que, sin lugar a dudas, deberá complementarse con la relacionada a la actividad diplomática. Una enseñanza de esta naturaleza sabrá redundar definitivamente en la calidad de cualquier servicio diplomático (Cahier, 1965; Jara, 1989; Mariategui, 1992; Morgenthau, 1986).

En este sentido, este trabajo plantea fundamentalmente subrayar la necesidad de impartir una formación específica en asuntos de DP al futuro diplomático o diplomática. No es propósito de este artículo ocuparse de la formación diplomática en general, cosa que excede sobre manera nuestra competencia, sino solamente generar la reflexión en torno a la urgencia de impartir esta clase de enseñanza específica a profesionales que en algún momento deberán lidiar con la comunicación de masas y las audiencias extranjeras. Para ello se pretende previamente dejar sentado que la DP es una función moderna de la diplomacia encargada de las labores de prensa y de la promoción cultural, asuntos que actúan como medios eficaces para conectarse en estos tiempos con la opinión pública internacional, para difundir y promocionar la imagen y la cultura del país al que se representa y, para relacionar e integrar culturas.

En la sociedad mundial, reconocida también como una sociedad de la información y del conocimiento (Unesco), en donde los actores transnacionales se han multiplicado tanto como los mensajes y la velocidad con que se intercambian, no hay la menor duda del protagonismo que tiene y seguirá teniendo la comunicación internacional (de masas) y los sujetos comunicadores, auténticos promotores del flujo y la calidad de mensajes que se consumen en el planeta. Por esta razón, esta nueva coyuntura del sistema mundial viene demandando profesionales de la comunicación con perfiles y formación internacionalista, y

con entrenamiento en asuntos de relaciones internacionales y de comunicación internacional, para trabajar con eficacia en un mundo completamente intercultural, tal como abogaba el diplomático Félix Fernández–Shaw en las aulas de la Universidad Complutense de Madrid en 1985.

Concretamente, el trabajo en el área o en la oficina de DP de un ministerio de relaciones exteriores, una organización internacional, una embajada o consulado o en la institución que centraliza la DP de un país (como Hanban o el British Council), reclama una educación especializada en asuntos de comunicación internacional y diplomacia; es decir, de toda una gama de materias imprescindibles para saber cómo conectar correctamente con las diferentes audiencias mundiales a través de los modernos medios de comunicación de masas, incluidos por supuesto, internet y las diferentes redes sociales, tecnologías y modos nuevos de comunicación que constituyen también parte de ese desafío en el nuevo milenio.

Alcanzar los objetivos arriba expuestos demanda iniciar el estudio identificando los alcances y las actividades que son competencia del campo de la DP, estableciendo, paralelamente, su pertenencia a la diplomacia tradicional, en calidad de una nueva función diplomática. Este primer paso permitirá más adelante plantear la necesidad de una formación especializada en asuntos de DP, a través de la propuesta de un plan académico curricular, con el ánimo de que sea objeto de reflexión y discusión por parte de especialistas del área. La propuesta de este plan curricular para formar a personal diplomático público se sostiene básicamente en más de 25 años de labor docente e investigadora en asuntos de comunicación internacional y DP. Este último viene canalizándose a través de un seminario que se imparte cada año en una Facultad de Comunicación y que ha permitido acercar la teoría al trabajo práctico de esta nueva disciplina académica; iniciativas que se han fortalecido por el frecuente contacto con personal diplomático que estuvo al frente de las oficinas de comunicación o la promoción cultural. Así, también enriqueció nuestra visión y comprensión la visita a los centros de DP, tal vez más importantes del mundo ahora mismo: la Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA, que forma parte del Departamento de Estado), Hanban (China) y el Centro R. Murrow de Diplomacia Pública que funciona en la Escuela de Leyes y Diplomacia de la Universidad de Tufts (Boston-Estados Unidos).

El presente trabajo aspira a plantear un tema que consideramos de gran envergadura en la actual coyuntura internacional, como es la formación de especialistas en DP, con el ánimo de someter a consideración de especialistas de las relaciones internacionales y, principalmente, de la diplomacia y de la universidad del tercer milenio.

Una función diplomática para conectar con la opinión pública

La DP una herramienta de la diplomacia del tercer milenio

Existen dos posturas muy marcadas en torno a la DP. Hay estudios que sostienen que se trata de una nueva diplomacia y otros que la consideran como una nueva y moderna función de la diplomacia tradicional (Jara Roncati, 1989; Schwarzenberger, 1960). Estamos convencidos de que la DP simplemente llegó para fortalecerla como consecuencia de los cambios operados en el sistema internacional, en gran medida por la llegada de una novedosa tecnología de la comunicación que parece haber globalizado todo. No se ha inventado una nueva diplomacia, solo se está adaptando a la altura de los tiempos.

La DP debe entenderse como una función de la diplomacia que practica un tipo de política transgubernamental dirigida a audiencias extranjeras y a una opinión pública internacional, haciendo uso de conocimientos y técnicas propias de la comunicación masiva. La relación entre diplomacia y comunicación masiva ha sido tema de interés de muchos autores y en épocas tempranas como Edward Bernays (1990), Allen Hansen (1984), David Newson (1989) y hasta el propio Harold Nicolson (1955), entre otros.

Las actividades propias de la DP están diseñadas y elaboradas para perseguir objetivos planteados en los programas de la política exterior de un Estado, como son la información, la promoción y la difusión de lo que acontece en el propio país tanto como su respectiva cultura, en otros Estados con los que se mantienen relaciones diplomáticas. Esto, con el fin de alcanzar a la comunidad internacional una imagen lo más adecuada y digna posible del país de origen, con el propósito de proteger sus intereses, su seguridad nacional y, además, buscar la posibilidad de construir mejores relaciones entre los pueblos del orbe.

Actualmente, los programas de DP son diseñados, preparados y ejecutados por personal vinculado a la política exterior y a la diplomacia de un país, entrenado previamente en dichos menesteres. Estos programas responden a tres modalidades: de información (que comprende tareas de acopio, análisis de opinión y asesoramiento); de difusión (de índole informativo-periodístico); de promoción (de naturaleza cultural-educativo). A través de estos se difunde y promociona la propia cultura y los acontecimientos relevantes de la política, la economía y la sociedad que han tenido lugar al interior del país. La confección y operatividad

de dichos programas demanda el empleo de conocimientos, arte, y tecnología, propios de las ciencias de la comunicación masiva (esencialmente de las relaciones públicas, del periodismo, la teledifusión y la radiodifusión) así como de la diplomacia. Se presenta hoy como la herramienta imprescindible de la diplomacia del tercer milenio (Portugal, 2001).

Como función diplomática, comparte el mismo propósito fundamental de la diplomacia clásica: proteger los intereses y la seguridad nacional y ayudar a construir mejores relaciones con distintas culturas extranjeras. Pero puede decirse que también cumple una función de antesala y previsor de la política exterior porque su actuar es comparable al de unas relaciones públicas internacionales que, en este caso, busca hacer visible a su país de procedencia y aumentar su presencia y prestigio en la sociedad mundial.

Sus orígenes se sitúan a mediados del siglo XIX, cuando los Estados empiezan a buscar influir en los públicos internacionales. En un primer momento lo hacen a través de sus propias agencias nacionales de noticias de cobertura internacional (Pizarroso, 1993, p.207-209); más adelante contarán para tales propósitos con oficinas de prensa y cultura en sus ministerios de relaciones exteriores y en sus embajadas, las que harán uso de los medios de comunicación masivos internacionales que van apareciendo, como el cine, la radiodifusión de onda corta, la teledifusión y hoy internet. En mayor o menor medida, hoy la DP está presente en casi todos los países y se canaliza a través de estructuras complejas y organizadas expresamente para centralizar esta clase de labores, en busca de darle coherencia a los diversos programas.

La moderna DP tiene también como principales aliados y representantes a las denominadas casas culturales, localizadas en cada uno de los países con los que se mantiene relaciones diplomáticas. Hay países, como China, que sostienen gran parte de sus programas de DP a través de estas instituciones. Hoy se han establecido más de 500 institutos Confucio y más de 1000 aulas Confucio en 34 países, administrados y dirigidos por Hanban, su central de DP. A través de estas instancias enseñan la lengua china, promociona su cultura y establecen relaciones de amistad. Según fuentes oficiales hoy hablan chino 836 millones de personas. Estas casas culturales se han convertido en el brazo derecho de la DP china y uno de los puntales de sus relaciones internacionales. Por su singular naturaleza, actúan como auténticas embajadas culturales, siempre con las puertas abiertas a la ciudadanía del país anfitrión, acercándoles su cultura de modo cordial y sincero; coyuntura que, como se ve, plantea la necesidad de una exigente selección y formación del personal que labora en las casas culturales.

Un destinatario especial: la opinión pública internacional

Primera confusión frecuente: A propósito, entre una de las dificultades más comunes, figura la de quienes creen encontrar un parecido similar entre lo que realiza la DP y lo que formulan las dos últimas funciones reconocidas en Viena¹. Nada más alejado de la realidad. La de “Observación e Información” tiene poco que ver con las tareas propias de las direcciones u oficinas de Prensa (o difusión) de los ministerios y embajadas; y, de igual modo, la que manda el “Fomento de las Relaciones Amistosas y Desarrollo de las Relaciones Económicas, Culturales y Científicas” con la labor encargada a las direcciones u oficinas de la promoción cultural.

La diferencia esencial está puesta en el destinatario de las estrategias y actividades propias de estas funciones. Así, mientras las dos funciones reconocidas en Viena tienen como único destinatario principal a otros estados (gobiernos), a través de procesos intergubernamentales reservados sólo a dicho ámbito; las actividades de prensa (difusión) y promoción cultural de la DP están dirigidas a diversos públicos internacionales. En este caso, las actividades de la DP están inmersas dentro de procesos transgubernamentales, que van desde el estado a la sociedad civil.

La DP es también una nueva forma de comunicación masiva

Debemos seguir insistiendo en lo mismo, porque otra característica relevante de la DP es que hace uso de conocimientos y prácticas propias de la carrera de comunicación (Azpíroz, 2012; Portugal, 2001), donde básicamente se forman los comunicadores y comunicadoras especialistas en producir mensajes de diversa índole (información noticiosa, publicitaria, de propaganda y de entretenimiento), destinados a audiencias públicas, y canalizados a través de una tecnología de masas.

En el caso de la DP, predominan los mensajes penetrados y estimulados por las intenciones y el arte de la propaganda (Beneyto, 1963; Bernays, 1990; Pizarroso 1993; Portugal 2013). Dada la mala reputación del concepto “propaganda” resulta muy importante detenerse a precisar sobre su real sentido. Y, para ello hace falta establecer previamente la diferencia que existe entre el significado de la publicidad y de la propaganda.

¹ Funciones diplomáticas reconocidas en la Convención de Viena de 1961: Representación, Protección, negociación, Observación e Información, Fomento de las Relaciones Amistosas y Desarrollo de las Relaciones Económicas, Culturales y Científicas.

Primera confusión frecuente

Mientras la propaganda es un mundo de ideas, una ideología, la publicidad, en cambio, construye mensajes para vender un producto o un servicio determinado, su naturaleza es más de índole comercial. La DP no hace publicidad sino propaga ideas, propaga una ideología favorable al país de origen.

Segunda confusión frecuente

Muchos son los que piensan que hablar de propaganda es tabú, porque la consideran de plano un sinónimo de mensaje nocivo, por lo que cuidan de “disfrazarla” y evitar su sola mención. Esto es errado, ya que en su definición originaria, la propaganda solo quiere aludir al “acto de esparcir, de propagar”. La propaganda, siguiendo a J. Huizinga, en Aguilar Navarro (1957) y a José María Desantes (1976), no es buena ni mala, todo dependerá de cómo o para qué se la use, porque tanto se puede propagar el bien como propagar el mal. Lo que ocurre es que, a raíz del uso que se le dio durante la I y II Guerra Mundial, el concepto permanece durante décadas vinculado a mensajes negativos, falsos, tendenciosos, carentes de honradez, asociados a control, “a una pretensión de alterar o mantener un determinado equilibrio de poder a favor del emisor del mensaje, es decir del propagandista” (Pizarroso Quintero, 1993, p. 29).

Tal vez, en estas reflexiones encontremos la inexplicable razón de por qué no se estudia la propaganda en las facultades de comunicación (con honrosas excepciones, como en Brasil); a pesar de que hoy por hoy, la propaganda es el tipo de información que predomina en los mensajes difundidos por los medios de comunicación de masas internacionales. En el ámbito académico, su estudio suele limitarse a una enseñanza, casi encubierta, dentro de materias como la publicidad, con lo que se acarrea confusión al respecto. Y ni siquiera merece una mínima atención en los cursos o escuelas de relaciones públicas, teniendo en cuenta que las relaciones públicas es una de las tantas formas de propaganda que existen.

Para Edward Bernays (padre de las relaciones públicas), la persona relacionista público era “el propagandista que se especializa en interpretar las empresas y las ideas al público y, a su vez, en interpretar al público, a quienes promueven esas nuevas empresas o ideas” (Rey Lennon, 1996, p. 366-367). En este sentido, la DP vendría a ser una propaganda especializada en interacciones entre Estados, diplomacia y la opinión pública extranjera.

La DP es un medio de propaganda de los Estados, porque lo que comunica son ideas, más aún, comunica una ideología (Desantes-Guanter, 1976), porque

además busca hacernos partícipes de un estilo de vida, de una concepción de la vida y sus valores y todo ello de un modo consciente y abiertamente. Aquí, parece oportuno mencionar parte del discurso que pronunciara Donna Oglesby, tras ser reconocida en 1995 como la mejor diplomática pública de los Estados Unidos, reconocimiento que fue otorgado por el Centro R. Murrow de Diplomacia Pública de la Escuela Fletcher de Leyes y Diplomacia, en la Universidad de Tufts:

He trabajado en USIA por 25 años, para entender, informar e influir en el público extranjero buscando los intereses de América y contribuyendo a ampliar el diálogo entre americanos, sus instituciones y sus similares en el exterior.

En la diplomacia pública lo nuestro es un mundo de ideas... ideas que civilizan, que resuelven conflictos. Es posible que la comunidad global pueda encontrar caminos para limitar la proliferación de armas nucleares, que juntos podamos dirigir los recursos de la tierra para los niños de nuestros niños. Si nosotros podemos trabajar para conocer historias de otras naciones, lenguas y cultura, podremos realmente entender sus diferentes perspectivas sobre nuestra común realidad. En una institución como la Fletcher, la propagación de estas ideas es llamada educación. La promoción de los discursos civilizados conducidos alrededor de las culturas y fronteras es llamada Diplomacia Pública. Mis colegas hoy día trabajan para compartir con los pueblos lo que USA está aprendiendo acerca de la solución de conflictos con la gente de Irlanda del Norte, Cyprus y Gaza... además estamos realizando actividades para la no proliferación nuclear. Y aprovecharemos la ocasión del 25 Aniversario del día de la Tierra para llamar la atención sobre qué necesitamos hacer para cuidar la salud de este planeta.

Ideas como las de esta materia deben germinar y crecer si queremos que el mundo viva en paz. Hay otras ideas como la limpieza étnica, terrorismo, formas violentas del purismo religiosos y las afirmaciones de supremacía que penetran en la mente de los hombres. (Portugal 2013, p. 294)

La DP como instrumento de una política exterior tiene que compartir necesariamente la ideología que defiende esta clase de programas. En este sentido, el diplomático peruano Wieland Alzamora define las ideologías como:

Conjuntos de representaciones que implican a la vez una visión coherente de la realidad, que pretende suministrar una explicación a la totalidad de los fenómenos, y la adhesión a un sistema de valores que constituye una justificación de la acción... Las ideologías sirven para persuadir a los pueblos a que adopten ciertos rumbos a fin de alcanzar determinados objetivos, cuyo logro es materia de justificación, (1993, p. 7)

Para Huizinga, el concepto de la propaganda es neutro; y, nunca podrá ser defendible una propaganda que actúe maliciosamente:

... falazmente para presentar las cosas tal como no son, para ocultar las características reales que informan a los hechos, cuando de todo ello se quiere obtener un poder falso, por ser falsos sus supuestos, y justificar una actuación del poder arbitraria e ilegal, presentándola con caracteres que no son los que posee, [porque] entonces la propaganda se convierte en un instrumento nocivo y deja de ser una noción neutra. En suma, la propaganda es repudiable: a) cuando resulta desorbitada; b) cuando los medios, técnicas e instrumentos de que se sirve son recusables; c) cuando este juicio se da en cualquiera de estos índices. (Aguilar Navarro, p. 31)

Por su parte, el diplomático Alejandro San Martín entiende que la propaganda busca:

... ganar posiciones o actitudes vitales. Influir, persuadir, más que convencer, sería la tarea que define la propaganda. Se trata de influir en la percepción integral de la realidad, modificar en última instancia la cosmovisión, la certeza sobre algún punto, o crear una imagen positiva de algo, que puede ser la de un país o la de una ideología, a través de la comunicación de contenidos que aluden más a lo afectivo que a lo racional. La propaganda busca la identificación afectiva, más que el convencimiento racional. (San Martín, 1987, p. 103)

Y la persuasión, como fenómeno comunicativo es inherente al ser humano desde el momento en que este es tal (Pizarroso). Ferrater Mora presenta la persuasión “como la fuerza de toda información que no consiste en una mera lucha verbal, sino que, como afirmaba Platón en el Fedro, la persuasión legítima es un intento de conducir el alma humana por la vía de la verdad” (Ferrater, 1971, p. 408).

Una DP bien orientada debe estar siempre al servicio de los ideales más sublimes como la construcción de una sociedad mundial donde impere una cultura de la paz. El contenido de la propaganda, como contenido informativo debe, y está obligada a perfeccionar al ser humano y estar al servicio de este mismo, debe hacerle participar de ciertas concepciones de la vida, de ciertas representaciones colectivas y de ciertas actitudes en relación con un concepto de la vida (Desantes-Guanter, Nieto, Urabayen, 1978).

Las personas inteligentes [decía Bernays en 1928] deben darse cuenta que la propaganda es el instrumento moderno gracias al cual pueden luchar para alcanzar fines productivos y ayudar a convertir el caos en orden. (Bernays, p. 189)

Las actividades principales de la DP

La DP es propaganda y su tarea es propagar ideas que van a ayudar a construir un mundo mejor. Su objetivo principal es proyectar una imagen positiva e integral del país que representa y compartir, con los diferentes públicos, las fortalezas y debilidades del propio país. Sus actividades deben intentar una manera sincera de decirle a la gente: “este es mi país”, “así somos”, “esta es nuestra cultura”, “queremos conocerles a ustedes también”, “es tanto lo que compartimos”, “buscamos lo mismo”, “si nos complementamos, podemos trabajar muchas cosas en conjunto”, “aprende mi idioma para que puedas entender mi cultura”. Y, cuando los problemas internos acechen, la DP saldrá diciendo “ha ocurrido algo y trata de entender”, o, “trata de ayudar”; porque no hay peor política de imagen que querer tapar el sol con un dedo, es decir, ocultar lo negativo y hablar solo de lo positivo; tanto como pretender proyectar ser algo que no se es. Y menos en una época en que los públicos se caracterizan por estar permanentemente informados, viajar constantemente y participar activamente, principalmente a través de las redes sociales. Estamos hoy frente a una audiencia global, más sensible y con herramientas de comunicación que le permiten reaccionar con rapidez frente a las injusticias, la violencia, la corrupción y la falsedad.

Para poder llevar a cabo su tarea, la DP lo hace a través de tres funciones (Portugal, 2013): las denominadas de información, la de prensa (también conocida como difusión) y la de promoción. En esta ocasión queremos poner especial énfasis en las funciones de prensa y en la de promoción.

La función de información está presente, forma parte de las otras dos funciones y tiene que ver con labores previas al trabajo de prensa y promoción de la cultura. Sus acciones consisten en el acopio de información, el diseño de estrategias y programas y brindar el asesoramiento respectivo. Puede decirse que el cometido de las otras dos restantes consistirá en poner en práctica los programas propuestos por la función de Información.

Las actividades de prensa (difusión)

El objetivo de la función encargada de la prensa es el tratamiento y difusión de información referida a la política que se genera en el país y que resulta oportuno difundir en el exterior (Oviamionayi, 1993). El Ministerio de Relaciones Exteriores provee permanentemente esta clase de información a la opinión pública nacional e internacional a través de sus direcciones de prensa que operan en centros de DP, en las cancillerías, embajadas (agregadurías de prensa), consulados y misiones especiales asignadas a organizaciones internacionales.

En el país receptor de la misión, el personal diplomático público de la prensa debe:

- Conocer el funcionamiento (el proceso) y organización de los principales medios periodísticos.
- Identificar a periodistas o comunicadores influyentes del país.
- Preparar material de prensa, como programas de difusión política para la radiodifusión, teledifusión, prensa escrita (noticias, artículos, reportajes, entrevistas), y para las páginas web en internet.
- Organizar reuniones periódicas con los periodistas destacados de la ciudad capital.
- Apoyar iniciativas de los connacionales en el exterior encaminadas a contar con medios de comunicación propios (impresos y electrónicos).
- Elaborar publicaciones, como boletines y blog virtuales.
- Mantener informados a connacionales que viven fuera del país sobre los acontecimientos que se suscitan en el país de origen, a través de medios de comunicación propios o medios privados.
- Canalizar a través de los diarios, revistas u otros medios de comunicación de la localidad o localidades de la jurisdicción, material de prensa que contribuya no solo a difundir una imagen oportuna del país emisor, sino material que difunda las actividades de los compatriotas en el exterior.
- Organizar conferencias de prensa para difundir temas de real interés para ambos países.
- Organizar *press tour*.
- Apreciar y aprovechar el servicio que la prensa extranjera puede ofrecer.
- Elaborar directorios.
- Impartir un trato equitativo a la mayor cantidad de medios.

- Hacer diplomacia digital.

Además, debe conocer bien el trabajo en un medio periodístico: quién es quién y cuál es su labor dentro del medio; saber cómo trabajan y cómo son, cómo piensan, qué buscan; adentrarse en el mundo del periodismo en general; y, saber muy bien de qué va y cómo opera el periodismo digital y la convergencia multimedia.

Esta clase de trabajo responde al interés que tiene un Estado de satisfacer:

- La demanda de información de la opinión pública internacional.
- Participar en el tráfico internacional de la información, principalmente el de las noticias.
- Popularizar su acción exterior.
- Hacer oír el propio punto de vista.
- Hacer frente a las informaciones interesadas en desfigurar parcialmente la realidad de los hechos.
- Hacerle frente al aislacionismo.
- Vivir más acorde con la realidad de nuestro tiempo.

La sociedad internacional, también llamada sociedad de la información (o global) presenta hoy un enorme desafío a los Estados que desean crear y preservar una cultura nacional coherente; ya que una cultura dividida, lastimada, disminuida, representa una amenaza para la autonomía nacional. De otro lado, la rapidez, la cobertura universal y las distintas formas de comunicar que trae consigo la nueva tecnología de la información exigen al Estado, hoy más que ayer, fortalecer sus áreas de prensa, las que deberán actuar permanentemente como canales de comunicación del Estado con el mundo.

David Newson, en su libro *“La diplomacia y la democracia norteamericana”* (1989) deja entrever el serio problema que para la diplomacia supone la velocidad que impone la moderna tecnología de la información:

Actualmente [argumenta el autor], el flujo de noticias es más rápido que nunca. La marea de información estimula e incita la decisión y la implementación de la política exterior.

La diplomacia de Estados Unidos debe luchar frecuentemente ‘por no quedarse atrás’. Las percepciones públicas de los acontecimientos son creadas antes de que los funcionarios tengan oportunidad de dar forma a esa percepción o de corregir malentendidos.

[Las noticias llegan rápido] llegan a los hogares norteamericanos antes que la información, destinada a Washington, de los representantes norteamericanos de ultramar. La difusión de esas noticias crea inmediatamente la presión sobre el gobierno, destinadas a conseguir declaraciones, incluso antes de que las embajadas hayan tenido ocasión de informar al Ministerio de Relaciones Exteriores y a otras agencias. (pp. 65 – 66)

Tercera confusión frecuente

La función de prensa se asemeja mucho al trabajo periodístico, lo que trae consigo otra de las confusiones más habituales. Las direcciones de prensa de la DP echan mano de conocimientos y técnicas propias de este campo profesional (el del periodismo) pero, hay que estar consciente en todo momento, que el trabajo que se realiza en dichas dependencias NO ES PERIODISMO. Existe un abismo de diferencia entre la función de prensa (o difusión) de la DP y el que corresponde a la profesión del periodismo. Se trata de carreras antagónicas. Y esto es bueno tenerlo en cuenta, sobre todo, cara a la selección de los perfiles profesionales para esta clase de puestos.

Son numerosos los casos diplomáticos que aún no terminan de entender la distinción entre la carrera de periodismo y la de relaciones públicas; desconocimiento o confusión que les lleva a seleccionar a periodistas de profesión para las oficinas de prensa de la DP, en lugar de relacionistas públicos. Este último grupo es el que mejor perfil profesional tiene para los puestos de la prensa (difusión) de la DP.

Los países con una DP desarrollada canalizan sus actividades de prensa, a través de potentes y bien estructurados servicios noticiosos. Entre los más representativos figuran la BBC (Reino Unido), la Voz de América (Estados Unidos), la Deutsche Welle (Alemania), EFE (España), Xinhua (China) y Aljazeera (Catar), entre otros. Medios que a su vez son parte de estructuras más complejas que centralizan todas las labores de DP del país. Entre los más conocidos tenemos a los centros de la DP de los Estados Unidos, al British Council del Reino Unido, y a Hanban de China.

La principal tarea de estos servicios noticiosos es seleccionar, tratar y difundir al mundo los acontecimientos importantes que han tenido lugar en el propio

país, y que tienen repercusión en el exterior. Otra tarea es el monitoreo constante de los medios noticiosos más influyentes del planeta, para saber pronto qué dicen las noticias del propio país. Esto último con el fin de reaccionar rápido, en caso de que se tenga que preparar una información complementaria para aclarar malos entendidos, corregir cualquier información tendenciosa, errónea o falsa, que se haya producido, y que puede dañar la imagen del país, así como las buenas relaciones con otra nación.

Una noticia falsa, sostenía Beneyto:

... informa erróneamente a los lectores, pero una noticia falsa sobre hechos imputables al gobierno de cualquier país, no sólo daña la buena relación entre la nación emisora y la receptora, sino que puede conducir a plantear dificultades en la misma vida internacional. El tema es viejo; casi puede decirse que arranca del despliegue mismo del belicismo Una propaganda agresiva contra una potencia extranjera puede constituir, en ciertas circunstancias, una verdadera amenaza para la paz del mundo Se deben evitar la divulgación de noticias o comentarios con los que puedan extorsionarse las buenas relaciones interestatales, se ofenda el sentimiento nacional o se injurie la obra de organización y consolidación de la paz. (pp. 112 – 113).

El periodismo internacional y su influencia en la política exterior

Resulta también de vital importancia que el personal encargado de la prensa conozca bien la línea editorial que defiende cada medio periodístico con los que se pretende mantener relaciones. Así como saber bien quiénes son los periodistas y las periodistas, y cuáles los medios de mayor influencia en los temas de la política internacional, dada su participación en la elaboración de la agenda que marca los acontecimientos destacados en la vida internacional.

Hoy no existe nadie en el cargo de la presidencia, o personal de alto rango de la vida política, religiosa, cultural o empresarial que pase por alto dicha agenda, sobre todo la que fijan las agencias internacionales de noticias. A estas últimas hay que prestarles una seria atención, pues son las que mueven el flujo internacional de las noticias internacionales, para lo cual disponen de una poderosa tecnología y redes de corresponsales que se diseminan a lo largo y ancho del planeta, acopiando información y reportándola las 24 horas del día a sus centrales y, a través de estas, a sus miles de clientes en el mundo; notificando a la audiencia mundial sobre lo que está ocurriendo en cada rincón del mundo y, ayudando así a los Estados y gobiernos a tomar decisiones rápidas. Un Estado, difícilmente puede reunir las condiciones necesarias para una empresa de tal envergadura.

Cuarta confusión frecuente

El personal diplomático público de la prensa debe saber todo acerca de las agencias internacionales de noticias y, sobre todo, estar en capacidad de saber distinguir cuándo estas son medios periodísticos y cuándo funcionan y en qué medida como instrumentos de DP de los Estados. Precisamente este desconocimiento constituye otro de los errores más comunes.

Aunque parezca una exageración decirlo, del 100% de agencias de noticias que existen en el mundo, no más de 10 actúan como medios periodísticos, estrictamente hablando, porque en la mayoría de las restantes agencias de noticias lo que predomina es la propaganda por sobre la información periodística, lo que las convierte, así, en importantes herramientas de la DP de su país.

Adentrarse en el estudio de cómo y de qué manera viene influyendo el periodismo internacional en la vida internacional es materia que todo diplomático o diplomática, con familiaridad en asuntos de DP, debe conocer. Y, lógicamente, es una exigencia rigurosa para el personal diplomático público encargado de la prensa; sobre todo en esta época marcada por la rapidez con que se multiplica la velocidad y el número de mensajes, panorama que torna muy difícil sopesar con calma lo que acontece y predecir a tiempo sus efectos, como antaño. Resulta imprescindible conocer a fondo el mundo del periodismo internacional y saber bien qué medios mueven el flujo de las noticias mundiales y cómo marcan la agenda de los temas internacionales minuto a minuto.

La función de promoción o diplomacia cultural

Está relacionada con la gestión y la promoción de la propia cultura en el exterior; pero también busca dar a conocer culturas extranjeras en el país de origen. Puede asegurarse que la practican casi todos los países, incluso concediéndole más atención que a la función de la prensa (o difusión). Entre las iniciativas de promoción cultural que con más frecuencia se impulsan figuran:

- Programas de becas
- Visitas
- Intercambios
- Establecimiento de bibliotecas

- Conferencias
- Exposiciones
- Promoción de la cultura artística
- Cine, televisión
- Conciertos, compañías teatrales
- Creación de institutos y colegios nacionales
- Promoción de libros
- Colaboraciones para libros y revistas (publicación de artículos, reportajes)
- Asistencia a organizaciones locales
- Asistencia a colonias
- Organización del Día Nacional
- Creación de casas de la cultura
- promoción del deporte y del turismo
- Relaciones con entidades y personas del campo cultural
- Enseñanza del idioma
- Festivales de cocina y degustaciones
- Aprovechamiento de los productos de las industrias culturales
- Fomento de las exportaciones de bienes culturales
- Creación de barrios culturales
- Programas especiales para los connacionales en el exterior

Este tipo de actividades son organizadas y canalizadas a través de las direcciones de cultura de las cancillerías, de las agregadurías culturales que funcionan en las embajadas o de sus respectivas casas culturales. Con respecto a estas últimas, entre las de más tradición y reconocimiento figuran el IPCNA (Estados Unidos), la Alianza Francesa (Francia), el Instituto Goethe (Alemania), el Instituto Británico (Reino Unido), el Instituto Confucio (China), el Dante Aligheri (Italia) y el Instituto Cervantes (España) (Azpíroz, p. 30).

Quinta confusión

Una frecuente y mala decisión está relacionada con la selección de quienes estarán a cargo de las labores de promoción. Equivocadamente, se piensa que la mejor candidatura suele ser una persona “intelectual muy culta” o “artista sobresaliente” del medio. Sin embargo, para impulsar este trabajo el perfil idóneo será el de un sujeto relacionista público con destrezas en la gestión cultural. Ni siquiera un gestor o gestora cultural, al menos, tal como vienen formándose hoy.

Los Estados han apostado más por desarrollar esta función de la DP porque con el tiempo han descubierto lo estratégico que resulta impulsar la integración cultural, antes que cualquier otro tipo de integración, para conseguir la unidad en el mundo. En este sentido, son célebres las palabras que pronunciara Jean Monnet, uno de los artífices de la Comunidad Europea, cuando dijo que si él tuviera nuevamente la oportunidad de empezar a construirla empezaría, no por la integración económica sino por la integración cultural.

En palabras de Edwin Harvey, en el último medio siglo las relaciones culturales han adquirido “una importancia creciente, al punto de que se las considere como una de las cuatro dimensiones fundamentales de las relaciones internacionales y de la política exterior: la política propiamente dicha; la económica, financiera y comercial; la de defensa o de las fuerzas armadas, y la cultura” (1991, p. 19).

La descripción de las tareas que corresponden a cada una de las tres funciones de la DP que acabamos de registrar, responde a la necesidad de dejar una efectiva constancia, una vez más, de la relación de la DP con la comunicación de masas.

El personal diplomático público: Una formación específica al más alto nivel

En cuanto al tema que ahora nos ocupa, parece que hay dos cuestiones que no ofrecen dudas: en primer lugar, que el éxito de cualquier ejercicio diplomático

está relacionado en gran medida con la calidad del servicio diplomático con el que se cuenta y que tiene que ver con la formación que se le ha impartido; y, en segundo lugar, que el personal diplomático público debe formarse en cuestiones de comunicación de masas si busca el éxito de su misión.

Su preparación se ve imprescindible por muchas razones: 1) porque la DP es parte del quehacer diplomático, 2) por las dificultades que conlleva trabajar con medios de comunicación de masas, 3) porque su trabajo se dirige precisamente a públicos extranjeros sensibles, 4) por su significativa contribución para fomentar el conocimiento y la comprensión de las culturas y la integración entre los pueblos. Por todo ello hay que cuidar bien su educación.

Y esta clase de exigencia adquiere hoy un carácter de urgencia por el nuevo orden mundial y la globalización de diferentes procesos (políticos, económicos, sociales, culturales, etc.). El sistema internacional se ve hoy tremendamente alterado y afectado por los choques culturales. Bryant Wedge ha dejado escrito que “la gran aceleración del intercambio de información a través de fronteras de naciones durante el último medio siglo, junto con grandes cambios en la organización de la vida internacional, sitúan a la diplomacia frente a desafíos que no tienen precedentes. Jamás el mundo ha sido como ahora es; las nuevas condiciones de la aventura humana exigen una nueva manera de “pensar”; una nueva manera de “hacer” las cosas” (Hoffman, 1976), una nueva manera de preparar al personal diplomático de las comunicaciones del tercer milenio.

La ciencia de la DP

Desde una perspectiva profesional universitaria, podemos argumentar que la ciencia de la DP nació oficialmente como disciplina académica en los años 60, en la Escuela Fletcher de Derecho y Diplomacia de la Universidad de Tufts, y fue cuando el diplomático Edmund A. Gullion (quien también acuñó el nombre) decidió abrir un centro de estudios dedicado específicamente a estos asuntos: el “Edward R. Murrow de DP” (Portugal, 2013).

Hoy, la DP como disciplina científica continúa abriéndose paso en las facultades de derecho y también en las de comunicación, así como en las áreas de diplomacia y relaciones internacionales.

El estudio de la DP en una facultad de comunicación se inicia en el Perú a comienzos de los 90, desde materias relacionadas con el periodismo internacional. Poco después se empezó a ofrecer en forma de seminario desde 1993 a la fecha en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura (al norte del

Perú) y, específicamente, dentro del área de comunicación internacional. Esta clase de estudios también se registra en los programas de postgrado impartidos en la facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (España), materia que fue impulsada por los profesores e internacionalistas, el Dr. Pedro Lozano Bartolozzi (Portugal, 2010) y el Dr. Esteban López Escobar. Es en esta facultad donde Víctor Oviacionayi Iyamu sustenta, en 1993, la primera tesis doctoral en habla hispana sobre DP: *Diplomacia pública. El uso de la información en la promoción de la política exterior y la imagen nacional, y las publicaciones de carácter diplomático.*

El que la ciencia de la DP surgiera en las facultades de diplomacia y comunicación internacional permite entrever la condición de un doble perfil profesional en el futuro personal diplomático público: el de un diplomático o diplomática o internacionalista, con una formación, además, en comunicación.

Para el diplomático chileno Eduardo Jara Roncati,

El diplomático generalista siempre será indispensable pero simultáneamente [subraya] surge la necesidad de que los Ministerios de Relaciones Exteriores especialicen a funcionarios en determinadas materias, que por diferentes motivos tengan una relevancia especial para sus propios intereses o concentren la atención progresiva de la comunidad internacional. Sólo así, a través de diplomáticos generalistas y especialistas, puede enfrentarse mejor el desafío de la participación cabal en la construcción de relaciones bilaterales sólidas y una acción internacional respetable y útil. (Jara, p.175)

Específicamente hablando, el personal diplomático público debe formarse: 1) en asuntos de la diplomacia y de la política exterior; 2) en asuntos de la comunicación (Bernays, p.54; Neuman, W., 1996) (masiva, también llamada pública o colectiva); y 3) en asuntos específicos de la DP.

Es un hecho muy conocido [comenta Wieland Alzamora, diplomático peruano] que el desarrollo de las comunicaciones ha facilitado la aparición de diversos y numerosos medios a través de los cuales los gobiernos extienden su influencia en el campo internacional. Variadas formas de ayuda exterior, intercambios culturales y científicos, programas de asistencia técnica y otras muchas actividades han multiplicado las labores de la misión diplomática, lo que ha determinado también que ésta cuente con el correspondiente personal especializado. (1994, p. 132)

En esta época de vertiginosas transformaciones y en donde la comunicación dinamiza y relaciona el sistema internacional, como nunca antes, el personal

diplomático público debe aprender a adaptarse rápidamente a los cambios impuestos por las conquistas tecnológicas del día a día, como la convergencia multimedia y la transmisión de mensajes en tiempo real. Pero, sobre todo, deberá aprender a comunicar a una cultura distinta a la suya (Alsina, 2014). Además, será necesario que entienda bien la naturaleza de la misma DP, de la opinión pública internacional, de los públicos o audiencias internacionales, tanto como el significado de cultura (Tuch, 1985), entre otros.

4.1.1 ¿Cuáles son las materias de estudio a privilegiar?

De modo general, y basándonos en el tenor y en los requerimientos de las tres clases de funciones que le son propias a la DP (información, prensa y promoción), se ha realizado una selección de las posibles materias a impartirse en la formación del personal a cargo de estas labores. Estas se han distribuido de la siguiente manera: cursos, seminarios y talleres para preparar al personal de la prensa (o difusión) y cursos y talleres para quien se encarga de la promoción cultural; materias que, además, están vinculadas con la carrera diplomática, con la de comunicación y con la especialidad de la DP. Conviene recordar que las actividades de la información, son competencia para ambos puestos (el de prensa y promoción).

El plan curricular se ha volcado en la tabla 1 (Portugal, 1999).

4.1.2 Instituciones responsables de la formación

Por el momento, el personal diplomático público deberá hacerse de un doble perfil profesional, a través de la carrera de comunicación y diplomacia. A todas luces, una preparación bastante larga y dificultosa y, con el riesgo de no recibir la enseñanza y la práctica exclusiva en temas de DP.

De ahí que nuestra propuesta vaya en la línea de ir impulsando escuelas de DP en donde el candidato o candidata pueda recibir una formación completa sobre los asuntos que demanda esta clase de preparación. No se trata de incorporar uno o dos cursos de comunicación internacional o DP dentro del programa de la carrera diplomática. La delicadeza que demanda el ejercicio de esta especialidad y su importante aporte a las relaciones de los pueblos exige preparar adecuadamente al futuro personal diplomático público, de una manera sistemática y con todo el rigor académico posible.

La pregunta ahora es: ¿A qué clase de institución le corresponderá esta clase de educación? Por el momento solo adelantar que lo ideal sería que las escuelas o centros de formación de DP funcionen dentro de la institución que centraliza la DP del país o sean centros adjuntos a las academias diplomáticas. Las universidades, simplemente deben actuar como un complemento de esa formación, a través de conferencias, talleres y seminarios; a menos que las universidades cuenten con facultades de relaciones internacionales o centros de comunicación internacional, en donde se incorporarían fácilmente esta clase de estudios especializados en DP.

Este trabajo, como lo dijimos al comienzo, aspira a suscitar reflexiones y compartir ideas e inquietudes sobre la necesidad de impartir una formación especializada a los funcionarios y funcionarias que trabajarán en DP. Es importante actuar y seguir apostando por el diálogo intercultural que requiere hoy más que nunca un buen instrumento diplomático (Mestre, 1979).

Referencias

- Aguilar Navarro, M. (1957). Propaganda, opinión pública y orden internacional. *Revista Española de Derecho Internacional*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 10, (1- 2) ,11- 52.
- Azpíroz, M. L. (2012). *Diplomacia pública. El caso de la guerra contra el terror*. Barcelona, España: UOC.
- Beneyto, J. (1963). *La opinión pública internacional*. Madrid, España: Tecnos.
- Bernays, E. (1990). *Los años últimos: Radiografía de las relaciones públicas, 1956-1986* (Howard Penn Hudson, editor y redactor). Escuela Superior de Relaciones Públicas. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- Cahier, P. (1965). *Derecho diplomático contemporáneo*. Madrid-México-Buenos Aires-Pamplona: Rialp.
- Desantes-Guanter, J. M. (1976). *La función de informar*. Pamplona, España: Universidad de Navarra.
- Desantes – Guanter, J. M., Nieto Tamargo, A., Urabayen, M. (1978). *La cláusula de conciencia*. Pamplona, España: EUNSA.
- Fernández-Shaw, F. (1985). *Relaciones internacionales y medios audiovisuales*. Madrid: Tecnos.
- Ferrater Mora, J. (1971). *Diccionario de filosofía, 2*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Hansen, A. (1984). *USIA: Public Diplomacy in the Computer Age*, New York. Estados Unidos: Praeger.
- Harvey, E. (1991). *Relaciones culturales internacionales en Iberoamérica y el mundo*. Madrid, España: Tecnos.
- Jara Roncati, E. (1989). *La función diplomática*, Santiago. Chile: PNUD-CEPAL.
- Mariategui Arellano, J. (1992) Discurso en la Ceremonia de Inauguración del año 1992. *Libro Memoria de la Academia Diplomática 1992* (pp. 21-22). Lima: Fondo Editorial de la Fundación Academia Diplomática del Perú.
- Marrou Loayza, E. (abril – junio, 1994). Formación del diplomático peruano del siglo XXI. *Política internacional. Naciones Unidas: Paz y desarrollo. Revista de la Academia Diplomática del Perú*, (36), 8-14.
- Mestre, T. (1979). *La política internacional como política de poder*. Barcelona: Labor.

- Morgenthau, H. (1986). *Política entre las naciones*, Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Newson, D. (1989). *La diplomacia y la democracia norteamericana*. Argentina: Grupo Editores Latinoamericanos.
- Nicolson, H. (1955). *Diplomacia*. México-Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Orozco, L. y Pereira, H. (2004). Reflexiones sobre el perfil del diplomático peruano contemporáneo. *Política Internacional. Revista de la Academia Diplomática del Perú*. (78), 50-57.
- Oviamionayi Iyamu, V. (1993) *Diplomacia pública. El uso de la información en la promoción de la política exterior y la imagen nacional, y las publicaciones de carácter diplomático* (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Pinto-Bazurco, E. (1997). *Derecho internacional. Política exterior y diplomacia*. Konrad Adenauer-Universidad de Lima, Trujillo (Perú): Normas Legales.
- Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda* (2a. Ed.). Madrid, España: Universidad Complutense.
- Ponce Vivanco, E. (1997). El diplomático en el mundo de hoy. *Política Internacional. La carrera diplomática y sus desafíos. Revista de la Academia Diplomática del Perú*, (48).
- Portugal, Luisa (1999). El agregado de prensa y el agregado cultural, agentes de la diplomacia pública peruana (Tesis de doctorado). Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Portugal, L. (2001). *Diplomacia pública: El agregado de prensa y el agregado de cultura*. Piura, Perú: Universidad de Piura.
- Portugal, L. (2010). La influencia de la Universidad de Navarra en los estudios de comunicación internacional de la Universidad de Piura (Perú). En J. Rodríguez (Ed.), *Un renacentista del siglo XXI. Homenaje al profesor Pedro Lozano Bartolozzi* (pp. 319 – 330). Pamplona, España: Eunsa.
- Portugal, M. L. (2013). *Diplomacia pública: El agregado de prensa y el agregado de cultura. El soft power*. Saarbrücken, Alemania: Académica Española.
- Rey Lennon, F. (1996). *Luces y sombras de las relaciones públicas-opinión pública, propaganda y relaciones públicas en la obra de Edward L. Bernays* (Tesis inédita de doctorado). Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Rodrigo Alsina, M. (noviembre 2014) Reflexiones sobre la comunicación intercultural, Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/242199903_REFLEXIONES_SOBRE_LA_COMUNICACION_INTERCULTURAL

- San Martín, A. (1987). *Relaciones internacionales, Política internacional y diplomacia*. Lima, Perú: Nuevo Mundo.
- Schwarzenberger, G. (1960). *La política del poder. Estudio de la sociedad internacional*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Tuch, H. (1985). *Public diplomacy: what it is and how it works*. Medford, Mass.: Tufts University, Fletcher School of Law and Diplomacy.
- Wedge, Bryant. (1976). Análisis de las comunicaciones y diplomacia total. En A. Hoffman (Ed.), *Las comunicaciones en la diplomacia moderna* (pp. 37 – 65). Buenos Aires: Edisar.
- Wieland Alzamora, H. (enero – marzo, 1993). Ideología y política exterior. Política internacional. La participación del Perú en la evolución del derecho del mar. *Revista de la Academia Diplomática*, (31), 5 – 16.
- Wieland Alzamora, H. (abril – junio, 1994) Discurso del embajador Hubert Wieland Alzamora con ocasión de la inauguración del año lectivo 1994 de la Academia Diplomática del Perú. *Política Internacional. Naciones Unidas: Paz y Desarrollo*, (36), 125-133.