

SUMARIO

PRÓLOGO

DIPLOMACIA PÚBLICA EN TIEMPOS DE COMPETENCIA NARRATIVA	15
--	----

PARTE 1 MARCO TEÓRICO

INTRODUCCIÓN

El retorno de la geopolítica, multipolaridad y crisis del multilateralismo	21
Por qué estos ocho casos: EEUU, China, la Unión Europea, Japón, Brasil, Catar, India y Sudáfrica	23
1. La superpotencia fundacional: Estados Unidos	24
2. El retador sistémico: China	24
3. El actor supranacional: la Unión Europea	24
4. La otra gran potencia asiática: Japón	25
5. Las potencias medias y emergentes: Brasil, Catar, India y Sudáfrica	25
Por qué Rusia no es un caso de estudio	26

1. EL *SOFT POWER* DE LAS POTENCIAS

1.1. El origen del concepto: Joseph Nye	26
1.2. El <i>soft power</i> como recurso desigualmente distribuido	27
1.3. El poder inteligente (<i>smart power</i>)	27
1.4. Límites y críticas al concepto de <i>soft power</i>	28

2. EL AUGE DEL *SHARP POWER*

2.1. Del <i>soft power</i> al <i>sharp power</i>	29
2.2. El <i>sharp power</i> ruso: desinformación como instrumento de Estado	29
2.3. El <i>sharp power</i> chino: de los Institutos Confucio a la diplomacia del guerrero lobo	30
2.4. Dos modelos de <i>sharp power</i>	31
2.5. <i>Sharp power</i> y diplomacia pública: una frontera a trazar con cuidado	32

3. QUÉ ES LA DIPLOMACIA PÚBLICA

3.1. Origen del término	33
3.2. Definiciones en competencia	33

3.3. Diplomacia pública y <i>soft power</i> : instrumento y recurso	34
3.4. La «nueva» diplomacia pública	34
3.5. Otras definiciones clásicas: Tuch y la distinción con las relaciones públicas	35

4. DIFERENCIAS ENTRE DIPLOMACIA PÚBLICA Y PROPAGANDA

4.1. Definir la propaganda	35
4.2. Un debate académico no resuelto: Berridge frente a Melissen	36
4.3. Cuatro criterios de distinción	36
a) Veracidad y transparencia de la fuente	36
b) Vocación dialógica frente a comunicación unidireccional	37
c) Horizonte temporal	37
d) Coherencia entre discurso y política	37
4.4. Una frontera porosa, no una dicotomía.	37

5. DIPLOMACIA PÚBLICA Y MARCA PAÍS: DOS CONCEPTOS QUE NO DEBEN CONFUNDIRSE

5.1. El origen de la marca país: Simon Anholt	38
5.2. Cuatro diferencias de fondo.	38
a) El objeto de la comunicación	38
b) El horizonte y los instrumentos	39
c) El tipo de actor que la lidera	39
d) Politización y neutralidad	39
5.3. Dónde se solapan: por qué la confusión es comprensible	39
5.4. El caso español: de «Marca España» a la Estrategia de Diplomacia Pública 2026-2028	40
5.4.1 Antecedentes: de la propaganda a la apertura al exterior	40
5.4.2. El Proyecto Marca España (2001-2012): de la diplomacia económica a la marca-país	40
5.4.3. El Alto Comisionado para la Marca España (2012-2018)	41
5.4.4. España Global (2018-2021): del <i>nation branding</i> a la explicación de la democracia	42
5.4.5. Fortalecimiento del español en el mundo (2021-2026)	42
5.4.6. El Índice Elcano de Presencia Global	43
5.4.7. La Estrategia de Diplomacia Pública 2026-2028: el vacío institucional, por fin cubierto.	43
5.4.8. Valoración: continuidad, ruptura y una asignatura pendiente	44

6. TIPOLOGÍA DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA

6.1. Diplomacia cultural: educación, intercambios y deporte	46
6.1.1. Institutos culturales	46
6.1.2. Diplomacia educativa y de intercambio	46
6.1.3. Diplomacia deportiva	47
6.1.4. El poder de la cultura popular: del anime al K-pop	47
6.1.5. Gastrodiplomacia	48
6.1.6. Cine y plataformas globales: Hollywood, Bollywood y el streaming ..	48

SUMARIO

6.2. Diplomacia económica	49
6.2.1. Definición y marco conceptual	49
6.2.2. Diplomacia comercial: la vertiente operativa	50
6.2.3. Diplomacia corporativa: un campo próximo pero distinto	50
6.2.4. Instrumentos financieros, jurídicos y de inversión	51
6.2.5. Tres modelos comparados: China, Estados Unidos y la Unión Europea	51
6.3. Diplomacia científico-tecnológica	53
6.3.1. Concepto y relevancia estratégica	53
6.3.2. La inteligencia artificial como nuevo terreno de diplomacia científica	54
6.3.3. La diplomacia de los modelos abiertos de inteligencia artificial: un nuevo terreno de competencia del poder blando	54
6.4. Diplomacia digital	55
6.4.1. Tres dimensiones de la diplomacia digital	55
6.4.2. Diplomacia cibernética	55
6.4.3. El marco de la narrativa estratégica	56
6.4.4. La diplomacia pública digital en América Latina	57
6.4.5. Diplomacia digital después del <i>soft power</i> : la seguridad reputacional	58
6.4.6. Pequeñas potencias, influencers y los límites de la evaluación	59
6.5. Los grandes medios internacionales como instrumento de Diplomacia Pública	60
6.6. Diplomacia de defensa	61
6.6.1. El State Partnership Program: el modelo estadounidense	61
6.6.2. La diplomacia de defensa ante desastres naturales: el caso de Venezuela (2026)	62
6.7. Diplomacia migratoria y de la diáspora	63
6.7.1. Un caso extremo: la diáspora china y la «diplomacia de las mascarillas»	64

7. ACTORES DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA

7.1. Actores estatales	65
7.2. Organizaciones supranacionales e internacionales	66
7.3. Actores no estatales	67
7.4. Sector privado e industrias culturales	67
7.5. Actores subestatales: la paradiplomacia	68
7.6. Diplomacia de ciudades	69
7.6.1. Un caso latinoamericano: Buenos Aires como ciudad global	69
7.6.2. Las ciudades y la Agenda 2030 tras la Covid-19	70

8. ÍNDICES QUE MIDEN LA DIPLOMACIA PÚBLICA

8.1. El <i>Global Soft Power Index</i> de <i>Brand Finance</i>	70
8.2. El <i>Global Diplomacy Index</i> del <i>Lowy Institute</i>	72
8.3. El <i>Nation Brands Index</i> y el Hexágono de Anholt	72

8.4. <i>Monocle Soft Power Survey</i> y el <i>Soft Power30</i>	73
8.5. Los límites de la medición	73

9. ¿ESTAMOS ANTE UNA CRISIS DEL *SOFT POWER*?

9.1. La tesis de la crisis: el caso estadounidense	74
9.2. La tesis de la continuidad: redistribución, no desaparición	75
9.3. Una hipótesis de trabajo	76
Cronología de hitos clave	76
Glosario de términos clave	77

PARTE 2 OCHO ESTUDIOS DE CASO

CAPÍTULO 1 - ESTADOS UNIDOS

1. Introducción	83
2. El <i>soft power</i> estadounidense: los índices de medición	83
3. Análisis institucional de la diplomacia pública estadounidense	85
3.1. Estructura institucional: estrategia y agencias	85
3.1.1. El vaciamiento del cuerpo diplomático de carrera	87
3.2. Actores de la diplomacia pública estadounidense	89
4. Tipología de la diplomacia pública estadounidense	90
4.1. Diplomacia cultural: deporte, ciencia, intercambios estudiantiles y gas- tronomía	90
4.1.1. El programa Fulbright y los intercambios educativos	90
4.1.2. El poder de las universidades americanas	90
4.1.3. Diplomacia deportiva: del ping-pong al Mundial de fútbol de 2026	91
4.1.4. Cultura popular: Hollywood y las plataformas de streaming	92
4.2.1. Diplomacia corporativa: Silicon Valley y la carrera por la inteligencia artificial	93
4.3. Diplomacia digital: el uso de plataformas sociales	94
4.6. Diplomacia de defensa	96
4.7. Diplomacia de la diáspora	98
5. Conclusiones	99

CAPÍTULO 2 - CHINA

1. Introducción	101
2. El <i>soft power</i> chino: los índices de medición	101
3. Análisis institucional de la diplomacia pública china	102
3.1. Estructura institucional: estrategia y agencias	102
3.1.1. La reforma de 2018: la centralización partidista de la propaganda exterior	103
3.1.2. Los Institutos Confucio y la gestión formal de los intercambios culturales	104
3.2. Actores de la diplomacia pública china	105
4. Tipología de la diplomacia pública china	106

SUMARIO

4.1.1. La red de Institutos Confucio	106
4.1.2. Diplomacia deportiva: de Pekín 2008 al patrocinio corporativo	107
4.1.3. Diplomacia educativa: las becas del <i>China Scholarship Council</i>	107
4.1.4. Formación de líderes y periodistas extranjeros: el canal del partido	108
4.2. Diplomacia económica: la Iniciativa de la Franja y la Ruta	110
4.2.1. La guerra comercial y arancelaria con Estados Unidos (2025-2026)	111
4.2.2. Tierras raras: la palanca coercitiva de la diplomacia económica china	112
4.2.3. Diplomacia corporativa: campeones nacionales y expansión global	113
4.3. Diplomacia digital: <i>TikTok</i> , <i>WeChat</i> y el Gran Cortafuegos	113
4.4. Diplomacia científico-tecnológica	114
4.4.1. Diplomacia de la inteligencia artificial: la WAICO y los modelos de código abierto	115
4.4.2. Diplomacia sanitaria: de las vacunas de la Covid-19 a la carrera por el ARN mensajero	116
4.4.3. Diplomacia espacial: Tiangong, Chang'e y la Estación Internacional de Investigación Lunar	116
4.5. Los grandes medios internacionales: Xinhua y CGTN	117
4.6. Diplomacia de defensa	118
4.7. Diplomacia de la diáspora	118
4.8. China y el <i>sharp power</i>	119
5. Conclusiones	121

CAPÍTULO 3 - LA UNIÓN EUROPEA

1. Introducción	123
2. El <i>soft power</i> europeo: los índices de medición	124
3. Análisis institucional de la diplomacia pública europea	124
3.1. Estructura institucional: el Tratado de Lisboa y el SEAE	124
3.2. Actores de la diplomacia pública europea	125
4. Tipología de la diplomacia pública europea	127
4.1. Diplomacia cultural y deportiva	127
4.1.1. Erasmus+ y Erasmus Mundus	127
4.1.2. El Programa de Visitantes de la UE (EUVP)	127
4.1.3. La Red de Institutos Culturales Nacionales de la Unión Europea (EUNIC)	128
4.1.4. Eurovisión: diplomacia pública no intencionada	128
4.1.5. Diplomacia deportiva: el acuerdo con la UEFA	128
4.2. Diplomacia digital: el estudio de caso de Ucrania	129
4.2.1. La diplomacia digital europea como componente básico de la acción exterior	129
4.2.2. Estrategia diferenciada por plataforma: <i>TikTok</i> , X e Instagram	130
4.2.3. Un estudio empírico: Borrell, Von der Leyen y Michel ante la invasión de Ucrania	131
4.2.4. Capacidad reguladora de la UE sobre las grandes plataformas digitales	132
4.3. Diplomacia económica y comercial de la UE	132
4.3.1. Diplomacia comercial: el efecto Bruselas, la respuesta a la coerción y el acuerdo con Mercosur	133

SUMARIO

4.3.2. Diplomacia industrial: el caso de los semiconductores	134
4.3.3. Diplomacia corporativa: el caso <i>Airbus</i>	135
4.4. Diplomacia científico-tecnológica y la regulación digital	136
4.5. Los grandes medios internacionales: Euronews y el ecosistema mediático paneuropeo.	137
4.5.1. Euronews: origen, crítica académica y balance	137
4.5.2. Otros instrumentos mediáticos: Arte, Voxeurop, Euranet Plus y Europe by Satellite.	138
4.6. Diplomacia de defensa: del <i>soft power</i> al ReArm Europe.	139
4.7. Diplomacia migratoria y de la diáspora	140
4.8. Un instrumento distintivo: la lucha contra la desinformación y la injerencia extranjera (FIMI)	140
4.9. Diplomacia de la ayuda al desarrollo y la cooperación internacional	142
4.10. Diplomacia climática: el Green Deal y el liderazgo en las COP	143
5. Conclusiones	144

CAPÍTULO 4 - JAPÓN

1. Introducción	145
2. El <i>soft power</i> japonés: los índices de medición	145
3. Análisis institucional de la diplomacia pública japonesa	146
3.1. El Ministerio de Asuntos Exteriores y la arquitectura gubernamental	146
3.2. Actores no estatales y sector privado	147
4. Tipología de la diplomacia pública japonesa	148
4.1. Diplomacia cultural: de «Cool Japan» al gigante del contenido	148
4.2. Diplomacia de gran evento: la Expo 2025 de Osaka-Kansai	149
4.3. Diplomacia económica y de seguridad económica.	150
4.4. Diplomacia mediática y digital	152
4.5. El Indo-Pacífico Libre y Abierto y el Quad	153
4.6. Diplomacia de defensa: del pacifismo del artículo 9 al <i>smart power</i>	154
4.7. Diplomacia de la diáspora: los <i>nikkei</i> y la relación con Brasil	155
5. Conclusiones	156

CAPÍTULO 5 - BRASIL

1. Introducción	159
2. El <i>soft power</i> brasileño: los índices de medición	160
3. Análisis institucional de la diplomacia pública brasileña	161
3.1. El Itamaraty y los principios de la política exterior.	161
3.2. La diplomacia cultural institucionalizada	161
3.3. La comunicación institucional y la Secom.	162
4. Tipología de la diplomacia pública brasileña	162
4.1. Diplomacia cultural y deportiva.	162
4.1.1. Diplomacia mediática: las telenovelas de Globo	163
4.2. Diplomacia científica y educativa	164
4.3. Diplomacia de gran evento climático: la COP30 de Belém	165
4.4. Diplomacia económica y la guerra arancelaria con Estados Unidos	166

SUMARIO

4.5. Diplomacia multilateral: los BRICS, el Mercosur y el liderazgo del Sur Global .	167
4.6. Diplomacia digital y el pulso con las plataformas tecnológicas	168
4.7. Diplomacia de la diáspora africana y migratoria	169
4.8. La marca país: la Marca Brasil y sus vaivenes políticos	170
4.9. La ambivalencia de las favelas	171
5. Conclusiones	172

CAPÍTULO 6 - INDIA

1. Introducción	173
2. El <i>soft power</i> indio: los índices de medición	173
3. Análisis institucional de la diplomacia pública india	174
3.1. El Ministerio de Asuntos Exteriores y sus divisiones	174
3.2. Instituciones mediáticas: All India Radio y Doordarshan.	175
3.3. Actores urbanos y corporativos: Nueva Delhi, Bombay y el Tata Group	175
4. Tipología de la diplomacia pública india	176
4.1. Diplomacia cultural y religiosa: yoga, budismo y Bollywood	176
4.2. Diplomacia científica y espacial: de Chandrayaan a Gaganyaan.	178
4.3. Diplomacia económica y de marca país: Make in India, Incredible India y la presidencia del G20	179
4.4. Diplomacia multilateral: el Quad, los BRICS y el equilibrio entre bloques	180
4.5. ¿India o Bharat? La disputa por el nombre y la marca país.	181
4.6. La guerra arancelaria con Estados Unidos por el petróleo ruso	181
4.7. Diplomacia de seguridad: la Operación Sindoor y la autonomía estratégica	182
4.8. Diplomacia digital: el liderazgo de Narendra Modi en redes sociales	183
5. Conclusiones	185

CAPÍTULO 7 - CATAR

1. Introducción	187
2. Marco teórico: la mediación como recurso de poder blando	188
3. El <i>soft power</i> catari: los índices de medición	188
4. Análisis institucional de la diplomacia pública catari.	189
4.1. El Ministerio de Asuntos Exteriores y la diplomacia de mediación	189
4.2. La Fundación Catar y Education City.	189
4.3. Los vehículos de inversión estatal: QIA, Qatar Airways y Qatar Sports Investments	190
5. Tipología de la diplomacia pública catari.	190
5.1. Diplomacia mediadora: de Sudán a la guerra de Gaza	190
5.2. Diplomacia cultural y mediática: Al Jazeera y Education City.	192
5.3. Diplomacia deportiva: del Mundial de 2022 a la candidatura olímpica de 2036.	192
5.4. Diplomacia económica y energética: el gas natural licuado	193
5.5. Diplomacia pública catari sometida a presión geopolítica	194
5.5.1. El bloqueo del Golfo de 2017-2021	195
5.5.2. La crisis de seguridad de 2025: el ataque israelí a Doha y la garantía estadounidense	196

SUMARIO

5.5.3. La guerra de Irán de 2026 y el cierre del estrecho de Ormuz	196
5.6. Diplomacia de la diáspora migrante y los derechos laborales	197
6. Conclusiones	198

CAPÍTULO 8 - SUDÁFRICA

1. Introducción	201
2. El <i>soft power</i> sudafricano: los índices de medición	202
3. Análisis institucional de la diplomacia pública sudafricana	203
3.1. Estructura institucional: el Gobierno de Unidad Nacional y el DIRCO	203
3.2. La credibilidad institucional puesta a prueba: la herencia de la Comisión Zondo	204
3.3. Actores de la diplomacia pública sudafricana	204
4. Tipología de la diplomacia pública sudafricana	205
4.1. Diplomacia cultural: Ubuntu, Mandela y el deporte	205
4.2. Diplomacia económica y multilateral: G-20, BRICS y la crisis con Estados Unidos	206
4.2.1. Turismo, vino y marca país	206
4.2.2. El G-20 y los BRICS: el multilateralismo como proyección de poder	206
4.2.3. La crisis con Estados Unidos	207
4.3. Diplomacia digital	208
4.4. Diplomacia científico-tecnológica	208
4.5. Diplomacia mediática	209
4.6. Diplomacia de defensa: entre el <i>peacekeeping</i> y la retirada de la RDC	210
4.7. Diplomacia de diáspora y migración: la contradicción de Ubuntu	211
5. Conclusiones	212

CONCLUSIONES GENERALES

1. Balance de la hipótesis de trabajo: una crisis específica dentro de una tendencia general	215
2. Vasos comunicantes, no un juego de suma cero: Estados Unidos y China	216
3. La frontera erosionada entre poder blando y poder coercitivo	216
4. El rearme y la coacción comercial como denominador común	217
5. La brecha entre la proyección exterior y la realidad interna	218
6. Instituciones: centralización, fragmentación y el factor democrático	218
7. Cuando el <i>soft power</i> no basta: los límites frente a la seguridad física	219
8. Un nuevo terreno de competencia: la inteligencia artificial	219
9. Limitaciones del estudio y perspectivas de investigación	220
Bibliografía general	221