



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales  
Grado en Relaciones Internacionales

Trabajo Fin de Grado

El rol de la diplomacia  
Pública Española en la  
generación de una imagen  
de España en América  
Latina

Estudiante: Marta Aguiló de la Plaza

Director: Javier Martín Merchán

Madrid, junio y 2022

## **RESUMEN**

España y América Latina, dos regiones separadas por un océano pero que comparten una historia de casi más de cuatro siglos que se conserva hasta nuestros días. Este trabajo compone una investigación sobre la diplomacia pública y cultural española. Se constituye de un análisis sobre el rol de la de la diplomacia Pública Española en la generación de una imagen de España en América Latina

## **PALABRAS CLAVE:**

España, América Latina, Diplomacia, Diplomacia Pública, Diplomacia Cultural, Imagen.

## **ABSTRACT**

Spain and Latin America, two regions separated by an ocean but sharing a history of almost four centuries that is preserved to this day. This work is a research on Spanish public and cultural diplomacy. It is an analysis of the role of Spanish public diplomacy in the generation of an image of Spain in Latin America.

## **KEY WORDS:**

Spain, Latin America, Diplomacy, Public Diplomacy, Cultural Diplomacy, Image.

# ÍNDICE

<i>ÍNDICE</i> .....	3
<i>Índice de siglas y acrónimos</i> .....	5
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>1.1. Finalidad y Motivos</b> .....	7
<b>2. OBJETIVO E HIPÓTESIS</b> .....	9
<b>2.1. Objetivo Principal</b> .....	9
<b>2.2. Objetivos Específicos</b> .....	9
<b>2.3. Hipótesis</b> .....	9
<b>3. MARCO TEÓRICO</b> .....	10
<b>3.1 Concepto de Diplomacia Tradicional</b> .....	10
<b>3.2. Concepto de Diplomacia Pública</b> .....	11
<b>3.3. Concepto de Diplomacia Cultural</b> .....	13
<b>3.4 Actores de la Diplomacia pública</b> .....	14
<b>3.4 Conceptos de percepción e imagen</b> .....	15
<b>4. ESTADO DE LA CUESTIÓN</b> .....	16
<b>4.1 España en la diplomacia pública y cultural</b> .....	16
4.1.1 Instituto Cervantes.....	17
4.1.2 Marca España .....	17
<b>5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO</b> .....	19
<b>6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN</b> .....	20
<b>6.1. Diplomacia Pública española para la generación de una imagen de España en América Latina</b> .....	20
6.1.1. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito político .....	20
6.1.1.1 La Cumbre Iberoamericana .....	21
6.1.2. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito económico.....	22
6.1.2.1. Comercio e Inversión .....	22
6.1.2.2 Instituto de Comercio Exterior (ICEX).....	23

6.1.3. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito social y cultural	24
6.1.3.1 Identidad cultural.....	24
6.1.3.2 Agencia Española de Cooperación Internacional y del Desarrollo (AECID).....	25
6.1.3.3 Fundación Carolina (FC).....	26
<b>6.2. España como miembro de la Unión Europea .....</b>	<b>26</b>
<b>7. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>28</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>30</b>

## **Índice de siglas y acrónimos**

**AECID** Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

**ICEX** Instituto de Comercio Exterior

**FC** Fundación Carolina

**MAEC** Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación

**UE** Unión Europea

# **1. INTRODUCCIÓN**

La proyección de España hacia el exterior es uno de los objetivos prioritarios de la diplomacia pública del país. Una imagen sólida y firme de un país es esencial para defender sus intereses y promover sus valores.

El Trabajo de Fin de Grado (TFG) presentado se enmarca dentro del área de la diplomacia pública española. El estudio se centra en como el rol de la diplomacia pública española lleva a cabo la generación de una imagen de España en América Latina. Dos regiones separadas por un océano pero esta gran distancia que existe no ha frenado la creación de una gran relación que continua hasta nuestros días. Dos territorios que comparten casi más de cuatro siglos de historia.

El presente trabajo se organiza de la siguiente manera. En primer lugar, introduciremos la finalidad y motivos para llevar a cabo el tema presentado. Seguido de la descripción de los objetivos que quieren alcanzar y la hipótesis que se defenderá a lo largo del trabajo.

En segundo lugar, se explicará el marco teórico del trabajo de investigación, en el cual definiremos los conceptos clave para conocer la base del trabajo que son el concepto diplomacia, centrándonos el concepto de diplomacia pública y el concepto de diplomacia pública. A su vez, presentaremos los actores que permiten ejercer la diplomacia pública y cultural. Finalizaremos este apartado definiendo los conceptos de percepción e imagen.

En tercer lugar, dedicamos el estado de la cuestión para examinar como España ejerce su diplomacia pública y cultural. Esta exploración será ejemplarizada a través del Instituto Cervantes y el proyecto de Marca España.

En cuarto lugar, proporcionaremos un análisis y discusión sobre la Diplomacia Pública española para la generación de una imagen de España en América Latina. La discusión estará dividida en las tres dimensiones básicas de la política, economía y cultural y social. Asimismo, incluiremos la visión de España como miembro de la Unión Europea.

Todos los datos recogidos tienen como objetivo principal estudiar la imagen percibida de España en América Latina mediante la diplomacia pública española. Finalmente, concluiremos con algunas reflexiones sobre toda la información evaluada y algunas

propuestas a futuro.

### *1.1. Finalidad y Motivos*

El desarrollo de estas relaciones culturales gracias a su historia compartida que empezó hace varios siglos atrás. Dichas relaciones han producido lazos comunes entre España y América Latina. Nuestra finalidad es analizar la diplomacia pública y cultural desde un punto de vista teórico. Una disciplina que nos permitirá entender el rol de la diplomacia pública en la concepción de una imagen de España en la región latinoamericana.

El Ex ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España, Alfonso Dastis una vez afirmó que “La relación de España con América Latina es económicamente importante, políticamente compleja y culturalmente próxima. Es todas esas cosas a la vez que las trasciende, porque es parte de la identidad de nuestro país. España no se entendería sin la comunidad de naciones iberoamericana a la que pertenecemos, ni esa comunidad existiría sin su identidad española.” (Dastis, 2018) Esta oración explica de manera clara y concisa la relación cultural entre los dos territorios. Por ello, es interesante comprender esta compleja y cercana relación para analizar la imagen que perciben de España en América Latina en diferentes ámbitos claves a través de la diplomacia pública.

Vivimos en una época en la que la imagen lo es todo. De igual manera se podría decir que vivimos en una época de imágenes en la que la identidad, la imagen y el prestigio de un producto o marca son cruciales. Esto es mucho más significativo en el caso de los países porque otras áreas de su crecimiento y economía dependen en gran medida de esta imagen. La diplomacia pública trata de crear relaciones y entender las necesidades de los demás Estados. Es una diplomacia que viene de “la rama de las relaciones internacionales encargada de negociar y establecer acuerdos y procedimientos pacíficos entre los países. Pero no solo se ciñe a los Estados, sino que dichas relaciones también aparecen con otros organismos y organizaciones.” (Marín, 2021) Es un ámbito que promueve el dialogo entre los diferentes Estados.

Actualmente la diplomacia pública juega un rol fundamental en la política exterior de un país ya que vivimos en un mundo interconectado. Por ello, es interesante estudiar la imagen de España, mediante la diplomacia pública, en una región con la cual

compartimos varios siglos de historia como es Latinoamérica. Es conveniente mencionar, la importancia de la imagen a la hora de profundizar en las relaciones con otros países.



## 2. OBJETIVO E HIPÓTESIS

### 2.1. *Objetivo Principal*

El objetivo principal del presente trabajo es analizar el rol de la diplomacia pública española en la generación de una imagen de España en América Latina. Por lo tanto, el objetivo es analizar, definir y describir la diplomacia pública de España para entender sus causas y sus consecuencias en la región. Por ello, a lo largo de este análisis buscamos entender y examinar como es la imagen de España percibida en Latinoamérica.

### 2.2. *Objetivos Específicos*

Para poder efectuar el análisis deseado, previamente, exponemos los objetivos específicos:

1. Entender el concepto de Diplomacia Pública y sus actores.
2. Conocer el concepto de Diplomacia Cultural.
3. Definir los conceptos de percepción e imagen.
4. Estudiar España en la Diplomacia Pública y Cultural.
5. Analizar la imagen percibida de España en la región en los ámbitos de la política, la economía y lo social y cultural.
6. Examinar España como miembro de la Unión Europea.

### 2.3. *Hipótesis*

Además de los objetivos concretados anteriormente, buscamos validar la siguiente a lo largo del análisis proporcionado. La diplomacia pública española juega un papel crucial en la creación de la imagen percibida de España en América Latina. Por lo tanto, queremos entender el rol de la diplomacia pública española en la generación de una imagen de España en América Latina

## 3. MARCO TEÓRICO

A lo largo de la investigación se ha profundizado en numerosos trabajos, recogidos en la bibliografía posteriormente, para conocer más en detalle la evolución de la diplomacia pública de España en América Latina. Para ello, definiremos, en primer lugar, el concepto de diplomacia para, más tarde, centrarnos en los conceptos de la diplomacia pública y la diplomacia cultural. Además, precisaremos los diversos actores presentes en dichas diplomacias que permiten llevarlas a cabo. Como se ha expuesto previamente, tenemos como objetivo entender como desarrolla y ejerce España su diplomacia pública y diplomacia cultural para generar una imagen determinada en la región latinoamericana.

En este trabajo analizaremos una forma diferente y más actual de diplomacia. Nos centraremos en la diplomacia pública, o como es descrita por Joseph Nye diplomacia abierta o *soft power* (poder blando). Al crear la noción, Joseph Nye identificó tres fuentes fundamentales de *soft power* (poder blando). Nye expone que los principios políticos, la cultura y la política exterior son los tres pilares del poder blando. <https://softpower30.com/what-is-soft-power/>

### 3.1 Concepto de Diplomacia Tradicional

Queremos introducir, en primer lugar, una aproximación al concepto de diplomacia tradicional ya que es la base para comprender, más adelante, los conceptos de diplomacia pública y diplomacia cultural.

Una vez explicado esto se puede definir el concepto de la diplomacia tradicional. Dicha diplomacia es el procedimiento utilizado para alcanzar los objetivos de un gobierno, la cual ha sido practicada a lo largo de toda nuestra Historia. Tras la lectura de diversas definiciones de diplomacia, Marín nos aporta la descripción más completa y clara de este concepto. Así pues, dice: “diplomacia es aquella actividad ejecutora de la política exterior de un sujeto de derecho internacional, llevada a cabo por órganos y personas debidamente representativos del mismo, ante otro u otros sujetos de derecho internacional para, por medio de la negociación, alcanzar, mantener o fortalecer transaccionalmente la paz; ha de tener como finalidad última hacer posible, con tales medios, la construcción o existencia de una comunidad internacional justa que, a través

de la cooperación, permita el pleno desarrollo de los pueblos”. (Marín, 2021) La diplomacia nace porque el hombre tiene, por naturaleza, la necesidad de interactuar socialmente. Antiguamente, la diplomacia fue pensada con el propósito de mediar confrontaciones entre Estados. Este propósito ha ido evolucionando a lo largo de la historia ya que el hombre desarrolló otras necesidades. Como explicaremos posteriormente, el uso de la diplomacia ha trascendido a otros ámbitos como puede ser hacer llegar la cultura de un país al extranjero. (Degiorgis et al., 2021)

La finalidad primordial de la diplomacia es, mediante el uso de las Relaciones Internacionales, promover los intereses de un Estado y negociar con otros actores con el fin de llegar a acuerdos de beneficio mutuo. A continuación, nos centraremos en la diplomacia pública como la diplomacia utiliza por España para generar una imagen positiva del país en la región latinoamericana.

### *3.2. Concepto de Diplomacia Pública*

El concepto de diplomacia pública viene de los Estados Unidos donde se habló de ello por primera vez en los años 60. Edmund Guillion, en 1965, mencionó el concepto de diplomacia pública diciendo “by public diplomacy we understand the means by which governments, private groups and individuals influence the attitudes and opinions of other peoples and governments in such a way as to exercise influence on their foreign policy decision” (Guillion, 1965) Edmund Guillion dio nombre a la diplomacia pública en plena Guerra Fría en el Murrow center for public diplomacy de la Universidad de Tufts. Como comentaremos más adelante, es una diplomacia que se dirige a gobiernos, ciudadanos, empresas...los cuales moldean una imagen específica de un país.

La diplomacia pública tiene que ver con la información. Unos flujos de información que se transmiten entre Estados que puede albergar distintos fines. El objetivo de la denominada diplomacia pública es el de influenciar a la opinión pública de otro país en beneficio propio. En este sentido, puede ser mediante elementos económicos lo que suscita a la diplomacia económica o mediante elementos culturales lo que implica la diplomacia cultural. El análisis y la formulación de la política exterior y otras políticas públicas que afectan a los Estados en sus actividades internacionales, así como la diplomacia como principal mecanismo de aplicación, entran en el ámbito de las relaciones internacionales.

De igual forma, podemos añadir que “la Diplomacia Pública consiste en promocionar el interés nacional, influir en la opinión pública extranjera y fomentar, en definitiva, la comprensión de una realidad cultural distinta”. (Rodríguez Gómez, 2014) En virtud de lo mencionado anteriormente, Joseph Nye, en los años 90, introduce la noción de *soft power* (poder blando) que apuesta por la acción cultural. Consideramos que es relevante hacer mención a este concepto ya que tanto la diplomacia pública como la cultural basan su actividad en el *soft power*.

Es conveniente exponer que, actualmente, se habla de una diferenciación entre la antigua y la nueva diplomacia pública. Esta distinción, dentro de la diplomacia pública, debe su causa a las nuevas tecnologías. La invención del Internet ha hecho que nuevos actores entren en juego para ejercer la diplomacia pública. En la tabla presentada debajo podemos ver la evolución que ha tenido lugar de la antigua diplomacia pública a la nueva.

	Antigua diplomacia pública	Nueva diplomacia pública
<b>1. Identidad del actor internacional</b>	Estado	Estado y no Estado
<b>2. Entorno tecnológico</b>	Radio onda corta, periódicos impresos, teléfonos de línea fija	Satélite, Internet, noticias en tiempo real, teléfonos móviles
<b>3. Entorno de los medios</b>	Línea clara entre esfera de noticias nacional e internacional	Difuminación de las esferas de comunicación nacional e internacional
<b>4. Fuente de enfoque</b>	Desarrollo de la teoría de defensoría y propaganda políticas	Desarrollo de la teoría de denominación y redes corporativas
<b>5. Terminología</b>	“Imagen internacional”, “prestigio”	“Poder blando”, “denominación nacional”
<b>6. Estructura del rol</b>	Vertical, de actor a población extranjera	Horizontal, facilitada por el actor
<b>7. Naturaleza del rol</b>	Mensaje dirigido a objetivo	Construcción de relaciones
<b>8. Objetivo general</b>	Gestión del entorno internacional	Gestión del entorno internacional

Analizando la tabla presentada, podemos comentar que nuevos actores entran en juego ya que no solo los Estados ejercen dicha diplomacia. Además, nuevas herramientas están

presentes para practicar la diplomacia ya que el Internet proporciona el acceso de la población a noticias en tiempo real. Del mismo modo, la nueva diplomacia pública hace referencia al soft power explicado con anterioridad. Como menciona la tabla, el objetivo es hacer llegar una denominación nacional al resto de países.

Para finalizar la evaluación de la tabla podemos comentar que el fin de la nueva diplomacia es contruir relaciones con el mayor número de actores posibles. No obstante, la finalidad principal de la diplomacia pública siempre ha sido la gestión del entorno internacional. En este sentido, llevar a cabo políticas que determinen los intereses de una nación al resto de naciones.

### *3.3. Concepto de Diplomacia Cultural*

Historiadores afirman que la diplomacia cultural nació en Europa. Una Diplomacia que desde la creación de los estados ha estado presente. En este sentido, “La diplomacia cultural nace con la voluntad de consolidar y preservar las zonas de influencia y los imperios, al albor de disputas políticas y militares entre las grandes potencias, resultando crucial y utilizada exponencial- mente en periodos de tensión internacional que no podían ser resueltos por los medios de la diplomacia tradicional en momentos en los que el entendimiento entre Estados no era posible.” Podemos afirmar que se trata de una forma de diplomacia centrada en la transmisión cultural. Es conveniente mencionar que “La relación entre las diplomacias cultural y pública es similar a la que hay entre la publicidad y la gestión de marca”. Una diplomacia que se estima que sea la mayor subárea de la diplomacia pública.

El político americano George Shultz hace una distinción entre diplomacia cultural y diplomacia pública. Por un lado, explica que la diplomacia pública “se ocupa tanto de necesidades políticas a corto plazo como de intereses políticos a largo plazo”. Por otro lado, la diplomacia cultural “pone el énfasis en el intercambio a largo plazo entre naciones”. Una diplomacia que tiene como objetivo principal hacer llegar la cultura de un país al extranjero, una manera de potenciar como el mundo percibe específicamente a un país.

Asimismo, la diplomacia cultural es ejecutada en el presente, pero divisando el futuro. Así lo confirma en su tesis para la escuela diplomática David Marín, “En definitivas

cuentas es un compromiso a largo plazo; un compromiso con un pasado, un presente y un futuro y, sobre todo, habla de una necesidad de retroalimentación del puente de entendimiento recíproco a través de las nuevas generaciones.” (Rodríguez Gómez, 2014) La diplomacia cultural necesita una colaboración más extendida no solo los gobiernos ejercen esta diplomacia, pero también los actores que serán expuestos en el siguiente apartado juegan un papel crucial.

### *3.4 Actores de la Diplomacia pública*

Dentro de la diplomacia pública podemos encontrar diversos actores ya que es un tipo de diplomacia que puede ser realizada por muchos. Del mismo modo, estos actores también un papel crucial en la diplomacia cultural ya que se ejerce conjuntamente con la diplomacia pública. En primer lugar, el principal actor que debemos mencionar son los Estados. En este sentido, los gobiernos de los diferentes países establecen la política para llevar a cabo dicha diplomacia pública de manera efectiva. Como se acaba de indicar, son una diplomacia que puede ser efectuada por diversos actores. Por lo tanto, Joseph Nye al mencionar la diplomacia pública desarrollada por los gobiernos explica que “para que los gobiernos tengan éxito en el mundo en red de la diplomacia ciudadana van a tener que aprender a ceder buena parte de su control”. (Diplomacia Alternativa, 2010)

De esta manera, las instituciones culturales, think tanks y agencias de cada país juegan un papel fundamental en la diplomacia pública. Dichas instituciones pueden formar parte de un gobierno o ser privadas no obstante albergan las mismas finalidades. Se puede ejemplarizar estas instituciones culturales con universidades españolas, think tanks españolas como Elcano y agencias como EFE. Por ejemplo, la agencia EFE “es una fundación cultural del sector público estatal, orientada al desarrollo de la información y de su tecnología, la formación profesional de jóvenes periodistas y fomentar los lazos de acercamiento entre profesionales y medios de comunicación de Europa, Iberoamérica y países árabes.” (Rodríguez Gómez, 2014) De igual forma, mencionar el Instituto Cervantes, el cual haremos referencia más adelante como ejemplo de diplomacia pública española. Donde comentaremos la acción cultural que lleva a cabo como institución cultural.

Asimismo, es conveniente mencionar el importante papel de las Organizaciones no gubernamentales (ONGs) en la diplomacia pública. Estas ONGs son definidas como el

actor con mayor relevancia ya que tiene un papel estratégico en un mundo tan globalizado como el actual. Adicionalmente, como ha sido mencionado más arriba, existe un acceso a la información más rápido y más disponible para todos por lo que, debido a su independencia de los gobiernos, han sido denominadas como "autoridades morales". (Rodríguez Gómez, 2014)

De igual forma, las empresas también marcan una dinámica relevante para el procedimiento de la diplomacia pública. Estas empresas son consideradas como *sponsors* y como productores de contenidos culturales. Por ello, se consta que pueden convertirse en un magnífico complemento de las iniciativas de diplomacia pública a través de sus programas de Responsabilidad Social Corporativa. (Rodríguez Gómez, 2014) La economía es un ámbito que genera grandes intereses en los diferentes países. Por lo tanto, la diplomacia pública se ejerce igualmente a través de empresas y de instituciones como el Instituto de Comercio Exterior (ICEX). Más adelante en el análisis, estudiaremos como ejerce España su diplomacia pública, mediante esta institución, en la región latinoamericana.

Para concluir con los actores de la diplomacia pública es importante mencionar a la sociedad. En virtud de lo comentado anteriormente, gracias a la globalización, la sociedad actual ostenta un papel significativo en esta diplomacia. La población de un país puede desarrollar la transmisión de su cultura hacia otros países. Muchas veces se sostiene que el "mejor diplomático" de un país es el propio ciudadano.

### *3.4 Conceptos de percepción e imagen*

Queríamos finalizar la sección del marco teórico introduciendo los conceptos de imagen y percepción. Dos conceptos básicos para entender la base del análisis propuesto en este trabajo. Por una parte, el concepto de percepción puede tener varios sentidos. En este trabajo de investigación, nos centraremos en los dos siguientes: El primer sentido sería que la percepción es una "sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos". El segundo sentido sería de "Conocimiento, idea". En este sentido, dado que la diplomacia pública implica tratar con ideas y sentimientos, la forma en que los residentes de otras naciones perciben la imagen de un país es fundamental. Por otra parte, el concepto de imagen, en este caso pública sería definido como un "Conjunto de rasgos que caracterizan ante la sociedad a una persona o entidad". (Rodríguez Gómez, 2014)

## 4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Una vez introducidos los diferentes conceptos claves, es importante explicar de manera concisa el desarrollo de las relaciones de diplomacia pública entre España y América Latina. Por ello, hemos estructurado el estado de la cuestión de la siguiente manera. En primer lugar, hablaremos de España en la diplomacia pública y cultural, ejemplarizado mediante el Instituto Cervantes y Marca España.

España y América Latina comparten una historia común. Desde el descubrimiento de América por parte de España en 1492, llegó la colonización del Nuevo Mundo. Dicha colonización hizo que la región latinoamericana conserve incluso a día de hoy el mismo idioma, creencias religiosas, valores y cultura del país europeo. Es importante mencionar que todos estos componentes se combinaron para crear un nivel único de interacción y profundidad en las relaciones culturales de España con América Latina, el cual dura hasta nuestros días.

### *4.1 España en la diplomacia pública y cultural*

Todo Estado debe como instrumento valeroso de su política exterior: su diplomacia pública. España como nación sabe que una de sus valías más potentes es su cultura. Una cultura que da la vuelta al mundo y la cual se puede ejercer a través de la diplomacia pública y cultural.

El modelo español de diplomacia pública hasta la fecha se basa en gran medida en tres acciones: cultural, de cooperación al desarrollo y económica, esta última con el nuevo Proyecto Marca España. Tal y como lo describe el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (MAEC), “en el desarrollo de la política exterior de España, las políticas culturales desempeñan un papel estratégico, favorecido por la riqueza cultural y artística de nuestro país y por el español, que es la segunda lengua materna más hablada en el mundo.” Del mismo modo, “España es el tercer país del mundo con mayor número de bienes declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO.” (MAEC, -)

Por lo tanto, queremos analizar por cuales medios, España ejerce su diplomacia pública



para potenciar su imagen en el escenario internacional. Debido a la globalización, se decidió poner en marcha iniciativas para promocionar a España como país en la esfera internacional. De esta manera, examinaremos la acción de España en el extranjero a través de la institución pública el Instituto Cervantes. Concluiremos este apartado con la mención de la diplomacia pública y cultural llevada a cabo a través del proyecto de Marca España. (Rodríguez Gómez, 2014)

#### *4.1.1 Instituto Cervantes*

El Instituto Cervantes, que fue creado en 1991, tiene como fin potenciar la lengua española y la cultura hispánica en el extranjero. Una cultura que comparte con la región latinoamericana que señalaremos más adelante. Asimismo, podemos destacar el papel de diplomacia pública y cultural que se lleva a cabo mediante dicha institución.

El Instituto Cervantes está, actualmente, en 88 ciudades de 45 países de los 5 continentes. Con su presencia en las 88 ciudades del mundo, la institución tiene varios objetivos específicos para promocionar la enseñanza de la lengua española. Uno de estos objetivos que nos prueba el ejercicio de la diplomacia pública española es que buscan “realizar actividades de difusión cultural en colaboración con otros organismos españoles e hispanoamericanos y con entidades de los países anfitriones.” De igual forma, el Instituto Cervantes anhela “participar en programas de difusión de la lengua española y de la cultura en español.” Por lo tanto, podemos confirmar que, por medio del Instituto Cervantes, España ejerce una clara diplomacia pública para la transmisión de la cultura.

#### *4.1.2 Marca España*

A continuación expondremos la puesta en marcha de la iniciativa Marca España y la importancia de la misma para la realización óptima de la diplomacia pública y cultural. Por ello, es conveniente tener en cuenta que “una marca país, una marca territorio, es entre otras cosas un producto de marketing. Muy en especial en los tiempos actuales, las estrategias de marca país se dirigen sobre todo a una limitada parte de seres humanos con capacidad para acceder a productos y servicios que, a día de hoy, resultan globalizados.”

En 1996, durante el gobierno de José María Aznar, se busca dar un nuevo impulso a la política exterior por lo que se puso en marcha la iniciativa Marca España. Con la creación

de Marca España era la primera vez que España instauraba una estrategia y “una apuesta clara por la colaboración público-privada para ubicar a España en el mundo.” (Rodríguez Gómez, 2014)

En definitiva, esta iniciativa busca el posicionamiento del país en la esfera internacional. De acuerdo con el estudio llevado a cabo por....., la estrategia de posicionamiento de la Marca España debe responder a cuestiones como: “¿cómo nos ven en tal o cual país?, ¿cómo nos vemos nosotros?, ¿cómo ven en ese país nuestra experiencia en nuestros distintos campos de acción en los campos que pretendemos internacionalizar?” (Rodríguez Gómez, 2014)

De manera adicional, el proyecto de Marca España defiende y promueve la lengua y la cultura española como instrumentos esenciales para la diplomacia pública por su gran capacidad de soft power (poder blando). En este sentido, se establecieron los congresos internacionales de la lengua española, así como los esfuerzos por promover la cultura española y la colaboración internacional, y proyectos como Arte Español en el Extranjero y Nuevos Valores de la Música Española.

Dada la importancia de la iniciativa, en el año 2012, se creó el Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España que define el proyecto de la siguiente manera: “Marca España es una política de Estado, cuya eficacia reside en el largo plazo”. El motivo de la creación de este organismo fue confirmar que Marca España es un proyecto sólido y que se mantendrá firme por encima de cualquier cambio político.

## **5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO**

A lo largo de esta sección se explicará la metodología llevada a cabo que ha permitido desarrollar la elaboración del trabajo de fin de grado. Tenemos como propósito cumplir los objetivos y validar la hipótesis formulada anteriormente.

El objetivo de análisis de este trabajo es examinar el rol de la diplomacia pública española en la generación de una imagen de España en América Latina. El desarrollo de la investigación se basa en la lectura de diversos informes académicos, artículos de expertos, libros y algunos artículos que serán detallados más tarde en la sección de la bibliografía. Dicha investigación es principalmente inductiva. Toda la información recogida a lo largo del estudio servirá para validar la hipótesis planteada.

A lo largo de la investigación se ha realizado una lectura de las fuentes primarias enumeradas previamente y que serán citadas al final de este trabajo. Como resultado de nuestra lectura y estudio, tenemos la finalidad de entender la diplomacia pública y cultura y como es ejercida por España hacia América Latina.

## 6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

Todo Estado debe tener como instrumento valeroso de su política exterior: su diplomacia pública. Mediante la diplomacia pública, un Estado crea la imagen de su país la cual está basada en su gran cultura. La finalidad primordial de dicha diplomacia pública es crear un diálogo sólido y promocionar la imagen del país. Asimismo, crear unas relaciones personales e institucionales tanto con los gobiernos de otros países como con los ciudadanos de dichos países centrandos su atención en valores. Dicho esto, mediante los diferentes actores de la diplomacia pública analizaremos la imagen de España en la región latinoamericana.

En este aspecto, buscamos analizar como dicha diplomacia pública es ejercida por España en la región latinoamericana. Este análisis nos permitirá entender, más adelante, como percibe el territorio de Latinoamérica a España. Lo desarrollaremos a través de 3 ámbitos básicos: la política, la economía y la cultura y social.

### *6.1. Diplomacia Pública española para la generación de una imagen de España en América Latina*

Como se ha mencionado anteriormente, una imagen sólida y firme de un país es esencial para defender sus intereses y promover sus valores. En este sentido, a lo largo de esta sección, introduciremos la imagen de España en la región latinoamericana gracias al uso de la diplomacia pública española en los ámbitos de la política, de la economía y de cultural y social.

#### *6.1.1. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito político*

España ha estado presente en la defensa de la paz y de los derechos humanos de los diferentes países que componen América Latina.

Podemos comentar que la transición democrática cambió la imagen de España a una imagen más positiva en la región Latinoamérica. Así lo explican Lemus y Pereira (2010): “el tema de la influencia del modelo español en la transición es continuamente señalado en todos los estudios que analizan la relación entre América Latina y España. Estamos ante un aserto universalmente aceptado: el de que el éxito espectacular de la transición de España se convirtió en un ejemplo a seguir de cara a la urgencia de restaurar la

democracia en todo el continente.” (Rodríguez Gómez, 2014)

España en el ámbito político lleva a cabo estrategias que engloban de una manera más general la región latinoamericana. De esta forma “se plasma en la política que España articula respecto del conjunto de América Latina, es decir, respecto de los 21 Estados iberoamericanos, a través, especialmente, pero no de forma exclusiva, de las Cumbres Iberoamericanas, puestas en marcha a partir de 1991.” (Del Arenal, 2011)

En el estudio llevado a cabo por la Fundación Carolina explica el apoyo de España a la gobernanza democrática en América Latina. De esta manera, indica que “España fue uno de los países que vivieron un proceso de democratización y apoyó después, de forma decidida y continuada, las transiciones a la democracia en América Latina. De hecho, la política exterior española, desde 1978 a la actualidad, ha hecho del apoyo a la democracia, a sus principios, valores e instituciones, un elemento de identidad (CAD-OECD, 2003).”

De manera adicional se puede referenciar que el apoyo de España a las democracias y los procesos de paz centrándose principalmente en la defensa de los derechos humanos y así, la promoción de la paz ciertos territorios de la región. El estudio señala que “España se implicó activamente, promoviendo la tríada paz-democracia-desarrollo a través de acciones de apoyo a los refugiados, de respaldo a los procesos electorales, de refuerzo a los grupos políticos y, con especial énfasis, de apoyo a las instituciones del Estado de derecho en áreas que cubren la después denominada Reforma del Sector Seguridad (SSR) (Sanahuja, 2021)”

#### *6.1.1.1 La Cumbre Iberoamericana*

En este apartado es conveniente destacar la instauración de la Cumbre Iberoamericana. En 1991, tuvo lugar el primer encuentro entre Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Actualmente los miembros de la cumbre son los expuestos anteriormente más la incorporación de Andorra.

La motivación fue crear una comunidad iberoamericana la cual tiene cada vez más

importancia en el escenario internacional. Dicho lo cual, España participa como un miembro más en la Comunidad Iberoamericana de Naciones, y entre 1991 y 2000 participó en 10 cumbres iberoamericanas. Estas reuniones de jefes de Estado y de gobierno se han complementado con 16 reuniones sectoriales. España cuenta además con una 17 secretaría de Cooperación Iberoamericana. Los vínculos con Latinoamérica se reflejan en las políticas de cooperación.

En el estudio llevado a cabo por Javier Noya donde evalúa la imagen de España en el exterior, se centra la valoración del papel político de España en América Latina hecha por los propios ciudadanos latinoamericanos. Los resultados daban a entender la valoración positiva de dicho papel político en la región ya que España era visto claramente un país amigo. la media era del 80% en todos los países.

### *6.1.2. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito económico*

#### *6.1.2.1. Comercio e Inversión*

El comercio y la inversión son un componente clave en las relaciones entre España y América Latina. Es conveniente destacar, que España es uno de los inversores más importante de la región. De igual manera, una gran parte de la cooperación de nuestro país es designado a los países latinoamericanos. “Durante la década de 1990, América Latina se convirtió en el objetivo principal de muchas empresas españolas en su proceso de internacionalización. (...) Las empresas españolas siguen aportando mucho a las economías latinoamericanas donde están implantadas.” Dicha cooperación tiene como finalidad el desarrollo económico y social de la región en la cual España tiene un gran interés.

Asimismo, nos podemos preguntar ¿Cuáles son las consecuencias positivas de las relaciones económicas de las dos regiones? Tras la lectura de diversos informes académicos podemos resaltar que dicha cooperación e inversiones han favorecido enormemente la economía de los países latinoamericanos. A su vez, se puede decir que es una de las consecuencias más considerables es la modernización de su economía. Por ejemplo, “el peso de las empresas españolas y filiales de empresas españolas establecidas en la región es cuantitativa y cualitativamente mayor que en ninguna otra región del mundo (...). Solamente en México hay alrededor de 6.000 empresas y filiales de empresas

españolas y su presencia en otros países es tan significativa para el tejido económico e industrial como lo puede ser en ese país.”

Del mismo modo, es innegable que América Latina es una prioridad en la política de cooperación de España. Por ello, es conveniente mencionar que, como podemos observar en la tabla presentada, España es el mayor donante de la región latinoamericana, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

(En millones de dólares y % sobre el total)

Ranking	Donante	AOD (Im- porte)	% Total reci- bido por ALC
1	España	1.976	21 %
2	Estados Unidos	1.871	20 %
3	Instituciones UE	1.108	12 %
4	Alemania	818	9 %
5	Canadá	482	5 %
6	Banco Interamericano de Desarrollo	310	3 %
7	Japón	269	3 %
8	Países Bajos	230	2 %
9	Francia	213	2 %
10	Suecia	200	2 %
	Otros donantes	1.783	19 %
	Total	9.262	100 %

Fuente: OCDE

#### 6.1.2.2 Instituto de Comercio Exterior (ICEX)

En 2008 se creó el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) el cual presta sus servicios a las empresas españolas con la finalidad de impulsar y facilitar su proyección internacional.

El ICEX pone en marcha un plan estratégico para atraer inversores. Como hemos podido observar anteriormente, España es un gran inversor en la región latinoamericana. No obstante, dicha región también hace grandes inversiones en el país europeo. Así lo explica el informe de Global Latam 2020, la cual es una iniciativa llevada a cabo conjuntamente con el ICEX. En dicho informe, Global Latam explica porque Latinoamérica busca invertir en España:

“Durante los últimos años América Latina se ha convertido en uno de los principales inversores en España, que constituye para el capital latino un destino de inversión de

largo plazo, con una elevada estabilidad a nivel macroeconómico (sin volatilidad cambiaria) e institucional (con certidumbre jurídica). Respecto a las inversiones empresariales, España también tiene capacidad para aportar talento y tecnología, y es percibida como un destino idóneo para tener una mayor exposición y entrar al mercado europeo, a través de un país con el cual se comparten numerosos vínculos históricos, culturales e idiomáticos. Respecto a las inversiones de carácter más financiero España complementa las carteras inversoras latinoamericanas en activos de rentabilidad moderada pero con un riesgo muy bajo, hecho que resulta atractivo al compensar una exposición a mercados caracterizados por una mayor incertidumbre.”

### *6.1.3. Imagen de España en la región latinoamericana en el ámbito cultural y social*

#### *6.1.3.1 Identidad cultural*

Para entender la imagen de España en Latinoamérica en el ámbito cultural y social debemos mencionar la lengua que tenemos en común. Así pues, el español es la segunda lengua más hablada del mundo. Nuestro idioma, hablado por más de 450 millones de personas, es la lengua oficial de España, así como de 18 países de la región latinoamericana como son Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Para ejemplarizar esta idea podemos destacar la presencia de instituciones como el Instituto Cervantes que buscan potencia el gran vínculo cultural que hay entre América Latina y España. De este modo, “se han desarrollado programas bilaterales y regionales de promoción de la lengua y la cultura en español, iniciada por el Instituto Cervantes con varias instituciones de la región latinoamericana. “ (Instituto Cervantes)

Para ejemplarizar esta perspectiva, la demostración más óptima sería mencionar la actividad llevada a cabo por el Instituto Cervantes. Como ha sido mencionado anteriormente, el Instituto Cervantes fue creado, como explica en su página web, para “promover universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y contribuir a la difusión de las culturas hispánicas en el exterior.” (Instituto Cervantes)

En este sentido, afirmar que esta institución fue creada en España pero comparte los mismos objetivos con la región latinoamericana por el hecho de compartir la misma



lengua y la raíz de una cultura hispánica. Por ello, se explica que “El Instituto Cervantes atiende fundamentalmente al patrimonio lingüístico y cultural que es común a los países y pueblos de la comunidad hispanohablante.” (Instituto Cervantes)

Asimismo, es importante mencionar en el ámbito cultural la Casa de América, la cual se instauró en 1990. Se creó en ocasión de los actos de celebración del V Centenario del Encuentro de dos Mundos con el objetivo de estrechar los lazos entre España y el continente americano, especialmente con la región latinoamericana. Se trata de un proyecto dinámico, que evoluciona para adaptarse a la realidad sociocultural del momento. En este sentido es un claro ejemplo de diplomacia pública ya que “la Casa de América ha desplegado un intenso programa de actividades de toda índole y sigue siendo el gran foro de debate, reflexión y encuentro de la cultura latinoamericana en Madrid.”

#### *6.1.3.2 Agencia Española de Cooperación Internacional y del Desarrollo (AECID)*

Agencia Española de Cooperación Internacional y del Desarrollo (AECID) es un entidad coordinadora de las relaciones culturales internacionales. La AECID trabaja conjuntamente con el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (MAEC). Dicha entidad es el principal órgano de gestión de la Cooperación Española, orientada a la lucha contra la pobreza y al desarrollo humano sostenible. Explica en su página web cuales son su funciones y objetivos. Los cuales son “Fomentar, gestionar y ejecutar las políticas públicas de cooperación cultural para el desarrollo. La cooperación universitaria y científica al desarrollo. Las relaciones y convenios internacionales en el ámbito cultural y científico. La promoción y desarrollo de las relaciones culturales y científicas con otros países.” (Recuperado de la pagina web AECID) La cooperación española hacia la región latinoamericana es una de las prioridades de la política exterior. De esta forma, España ayuda a potenciar el desarrollo en dicha región lo cual son objetivos a largo plazo y que genera una imagen positiva de nuestro país en este ámbito.

Para ejemplarizar la acción de AECID en América Latina podemos hablar de la ayuda de España a la región durante la pandemia de la COVID-19. El directo de AECID, Antón Leis, explica su punto de vista, a través de la Fundación Carolina, sobre los retos para la cooperación con América Latina. De la siguiente manera explica que “el reto es la vacunación. España es el segundo donante internacional de vacunas a América Latina y

Caribe. Desde la AECID queremos además apoyar a nuestros socios compartiendo la exitosa experiencia española en la logística y la aceptación pública de la vacunación.” (Leis, 2022)

### 6.1.3.3 *Fundación Carolina (FC)*

Por otro lado, es relevante mencionar las acciones que lleva a cabo la Fundación Carolina. Esta fundación “nació en 2000 para la promoción de las relaciones culturales y de cooperación educativa y científica entre España e Iberoamérica, además de con otros países con especiales vínculos históricos, culturales o geográficos.” (recuperado de la pagina web FC)

La Fundación Carolina (FC) fue creada por el Consejo de Ministros el 22 de septiembre de 2000, con el objetivo de fomentar los lazos culturales y la cooperación científica entre España y los países de la Comunidad de Naciones Iberoamericanas, así como otros con vínculos históricos, culturales y geográficos. Tiene como finalidad dar una “visión latina” al desarrollo. Es entendida como una cooperación académica ya que proporciona becas a diversos estudiantes para seguir su educación en España. De esta manera, se crean lazos académicos entre los dos territorios con el fin de generar una imagen positiva de España.

## 6.2. *España como miembro de la Unión Europea*

A lo largo de este apartado queremos analizar si el hecho de que España pertenezca a la Unión Europea puede alterar la imagen de España en la región latinoamericana.

España tiene conexiones bilaterales con América Latina como miembro de la Unión Europea (UE). Asimismo, como miembro de la UE, España comparte los ideales de democracia, justicia y solidaridad con un grupo de países, valores que tienen la gran mayoría. Fue gracias a la integración del país a la era la Comunidad Económica Europea en 1986 que dichas conexiones tuvieron un nuevo rumbo. Para ejemplarizar esta afirmación, España se introdujo en América Latina como su “hermano europeo moderno”, en 1992 cuando sería el 5º centenario del Descubrimiento de América. (Pérez Herrero, 2003: 327) Por lo tanto, España presentó la idea de ser el intermediario entre la región latinoamericana y la Unión Europea. El objetivo principal era lograr una interdependencia beneficiosa para ambas partes.

Según Noya y su estudio de la imagen de España en el exterior, “en general se valora enormemente el papel de nuestro país en las relaciones entre Europa y América Latina.” Se llevó a cabo una encuesta de Burke/Emopública (1988) preguntaba en los 12 países comunitarios si, como consecuencia de razones históricas y de lengua común, España "debía desempeñar un papel relevante en las relaciones entre Europa y los países latinoamericanos". La respuesta unánime, con un porcentaje del 71%, era que sí.

De esta manera, podemos entender que los latinoamericanos tienen una imagen positiva de España ya que gracias a diplomacia pública, entre otros, el país europeo sirve de puente entre Europa y Latinoamérica. Gracias a las políticas fomentadas por España, la relación de América Latina sigue desarrollándose y creciendo.

## **7. CONCLUSIÓN**

El objetivo principal de la diplomacia pública de un país es defender sus intereses, promover sus valores y crear una imagen de dicho país que sea creíble y fuerte.

Gracias a la definición de los conceptos de diplomacia pública y diplomacia cultural hemos podido crear una base de desarrollo de la investigación. Hemos tenido en cuenta los diversos actores que entran en juego a la hora de ejercer dichas diplomacias. De esta manera, hemos podido relacionar la diplomacia pública no sólo a los gobiernos y sus políticas pero también a las diferentes instituciones como el Instituto Cervantes, a proyectos como Marca España, a la cumbres, entre otros.

Podemos concluir que a lo largo de los años estas relaciones culturales entre la región latinoamericana y España han ido cambiando y evolucionando. Dichos cambios también han tenido por ello una repercusión en la imagen de España en la región. La imagen de España mediante la diplomacia pública ha sido analizada a través de los tres ámbitos básicos de la política, de la economía y de lo social y cultural.

En primer lugar, podemos comentar que la imagen en el ámbito político de España en la región es bien recibida por los latinoamericanos. Esto se debe a que España ha ayudado a la democratización de diversos países a través de la defensa de los derechos humanos e intentando promover la paz en la región.

En segundo lugar, la imagen de España en el ámbito económico puede ser variada. En este sentido, las inversiones de España en el continente fueron alguna vez criticadas ya que era vistas como un intento de “imperialismo” por parte del país europeo. Sin embargo, muchos aclaman tanto la inversión de España en la región como las ayudas que proporciona España como principal donante. Dicha cooperación tiene como finalidad el desarrollo económico y social de la región en la cual España tiene un gran interés. A través de la diplomacia pública, en este caso en la sub área de diplomacia económica, España busca beneficio mutuo lo cual proporciona una imagen favorable ya que Latinoamérica es, también, uno de los mayores inversores en el país europeo.

En tercer lugar, este trabajo de investigación ha permitido evaluar la imagen de España

en el ámbito cultural y social. El hecho de compartir una larga historia y promoverla por el mundo conjuntamente como se lleva a cabo con el Instituto Cervantes demuestra que Latinoamérica percibe a España como su aliado.

Para finalizar podemos decir que, en cuanto a la diplomacia pública de Estado español hacia los países latinoamericanos, consideramos que la comprensión más adecuada de dicha diplomacia es la de un acercamiento consistente en informar sobre la estructura, la cultura, los valores y las políticas de España con el fin de aumentar el interés por el mismo, crear una imagen positiva. En este sentido, nos preguntamos ¿Por qué España centra especialmente su diplomacia pública hacia la región latinoamericana? Podremos constatar que este anhelo por genera una imagen de España en América latina mediante la diplomacia pública esta determinada por lengua y la proximidad cultural.

De esta misma manera, hemos podido entender que las relaciones económicas a través de la diplomacia pública también generan una imagen muy fructífera. Así, España da pie a grandes inversiones por parte de Latinoamérica ya que piensan que el país europeo es un mercado atractivo en le cual invertir. Esa idea se ha creado a través de la diplomacia que promociona a España en el extranjero.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

Del Arenal, C. (2011): Política exterior de España y relaciones con América Latina. Iberoamericanidad, Europeización y Atlantismo en la política exterior española, Madrid: Fundación Carolina en coedición con Siglo XXI de España Editores, S.A.

González Sarro, I., & Pérez Herrero, P. (2021, June 29). Tres décadas de relaciones entre América Latina y España (1990-2020): Síntesis de las fortalezas y debilidades generadas. Propuestas de acción a futuro. *Araucaria. Revista Iberoamericana De Filosofía, Política, Humanidades y Relaciones Internacionales*, Año 23, No 47, 530–560.

Martínez del Campo, L. (2021). Weak State, Powerful Culture: The Emergence of Spanish Cultural Diplomacy, 1914–1936. *Contemporary European History*, 30(2), 198-213. doi:10.1017/S0960777320000636

Pérez Herrero, P. (2003): “Las relaciones de España con América Latina durante los siglos XIX y XX. Discursos gubernamentales y realidades”, en Pereira, J. C. (coord.), La política exterior de España (1800-2003): historia, condicionantes y escenarios, Madrid: Ariel, 319-340.

Dastis, A. (2018). El compromiso de España con América Latina. Retrieved June 12, 2022, from [https://www.exteriores.gob.es/es/Ministerio/ActividadReciente/Paginas/Articulos/20180529\\_ARTICULO\\_MINISTRO.aspx](https://www.exteriores.gob.es/es/Ministerio/ActividadReciente/Paginas/Articulos/20180529_ARTICULO_MINISTRO.aspx)

Degiorgis, P., & Colotta, M. C. (2021, July 28). Relaciones Internacionales, política exterior Y diplomacia. Relaciones internacionales, política exterior y diplomacia. Retrieved June 12, 2022, from <https://www.teseopress.com/manualderelacionesinternacionales/chapter/relaciones-internacionales-politica-exterior-y-diplomacia/>

Diplomacia Alternativa. (2010, November 22). Los Pro y Contra de la Diplomacia Ciudadana. Diplomacia Alternativa. Retrieved June 12, 2022, from <https://diplomaciaalternativa.wordpress.com/2010/11/22/los-pro-y-contra-de-la->

[diplomacia-ciudadana/](#)

Instituto Cervantes. (n.d.). Institución. Información sobre el Instituto Cervantes. quiénes somos: Qué es el instituto cervantes. Retrieved June 12, 2022, from [https://www.cervantes.es/sobre\\_instituto\\_cervantes/informacion.htm](https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/informacion.htm)

Leis, A. (2022, January 24). Una Apuesta por una región más cohesionada, sostenible y próspera: Retos para la cooperación con América Latina y El Caribe. Fundación Carolina. Retrieved June 12, 2022, from <https://www.fundacioncarolina.es/una-apuesta-por-una-region-mas-cohesionada-sostenible-y-prospera/>

MAEC. (n.d.). Diplomacia cultural y científica. Retrieved June 12, 2022, from <https://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/DiplomaciaCulturalCientifica.aspx>

Marín, A. (2021). Diplomacia. Economipedia. Retrieved June 12, 2022, from <https://economipedia.com/definiciones/diplomacia.html>

Rodríguez Gómez, A. (2014). La diplomacia pública española desde 1939 a 2012. Comunicación, imagen y marca España (thesis). UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, Madrid.