



**Universidad
de La Laguna**

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA
COMUNICACIÓN POR PARTE DE LAS
EMBAJADAS ESPAÑOLAS EN PAÍSES
PERTENECIENTES A LA UNIÓN EUROPEA**

Facultad de Ciencias Sociales, Políticas y de la Comunicación

Grado en Periodismo

ALUMNA Gara Báez García

TUTOR Dr. Francisco Javier Fernández Obregón

Resumen

En esta nueva era de los medios globales, la comunicación se concibe como una herramienta estratégica y vertebradora de las relaciones entre los estados y la ciudadanía. El binomio comunicación-diplomacia ha sido objeto de diferentes estudios en los que se observa una importante tendencia hacia la especialización. Se trata, por tanto, de un campo que está en continua evolución y que requiere de profesionales de la comunicación que sepan llevar a cabo estrategias que, a la vez que atienden las demandas sociales, promuevan y difundan la acción española en el exterior.

Ante el desarrollo de una sociedad basada en las tecnologías de la información y la comunicación, la administración pública española se ha visto obligada a actualizar su marco normativo. Este cambio, a pesar de ser muy reciente, ya ha abierto nuevos campos de investigación en los que analizar el valor de la comunicación y, aun más importante, el poder otorgado a sus profesionales en el desarrollo de una estrategia que atienda a un modelo de diplomacia común europea.

Con la presente investigación se realiza un acercamiento a la estructura comunicativa con la que cuentan las embajadas españolas de los países miembros de Unión Europea, además de esbozar los cimientos de un modelo de comunicación propio del ámbito diplomático. En este sentido, el presente estudio se apoya en una metodología descriptiva que analiza la difusión de la acción exterior que contempla el marco jurídico del Ministerio de Asuntos Exteriores y la realidad comunicacional de las veintisiete embajadas españolas en la Unión Europea.

Palabras clave: periodismo, comunicación diplomática, diplomacia pública, Unión Europea

Abstract

In this new era of global media, communication is conceived as an strategic and supportive tool of the relationship between countries and their citizens. The coupling communication-diplomacy has been a subject of investigation that has demonstrated the need of specialization. This field is constantly evolving and requires professionals who are capable of developing key strategies that include social demands and promote the Spanish foreign policy.

In the presence of a society based on informational and communicational technologies, the government has been forced to develop a new policy framework including communication strategies. These changes, despite being very recent, have already opened new investigation fields regarding the value of communication, and more important, the power bestowed to its professionals with the aim of advancing a new model of a joint European diplomacy.

With the following investigation an approach of the communicational structure of Spanish embassies in the European Union Member States is made. In addition, the study outlines a specific model of diplomatic communication. In this regard, the methodology used in the research, which is descriptive, assists during the process of analysis of the Spanish foreign policy contemplated in the legal framework and the communicational reality of the twenty-seven Spanish embassies in the European Union.

Key words: journalism, diplomatic communication, public diplomacy, European Union

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1. JUSTIFICACIÓN	6
1.2. OBJETIVOS	8
1.3. HIPÓTESIS	9
1.4. METODOLOGÍA	10
1.4.1. <i>Análisis cuantitativo</i>	11
1.4.2. <i>Análisis cualitativo</i>	14
1.5. DIFICULTADES	19
2. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	20
2.1. ESTADO DE LA CUESTIÓN	20
2.2. LA DIPLOMACIA Y LA GESTIÓN DE SU COMUNICACIÓN	22
2.2.1. <i>Evolución histórica de la diplomacia</i>	22
2.2.2. <i>Contexto actual de las relaciones diplomáticas españolas y de la Unión Europea</i>	27
2.2.3. <i>La comunicación en el marco normativo de la diplomacia española</i>	28
2.2.4. <i>La diplomacia pública en la sociedad de la información</i>	31
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1. ANÁLISIS DE LA REALIDAD COMUNICACIONAL DE LAS EMBAJADAS ESTUDIADAS	33
3.2. VISIÓN DE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL Y DIPLOMACIA PÚBLICA	52
3.3. COMUNICACIÓN Y DIPLOMACIA EN LA HAYA: ANÁLISIS DE LA REALIDAD COMUNICACIONAL ESPAÑOLA EN SU EMBAJADA	57
4. CONCLUSIONES	65
4.1. HACIA UN DISEÑO DEL PERFIL PROFESIONAL Y UNA MEJORA DE LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DIPLOMÁTICOS	65
4.2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	68
5. BIBLIOGRAFÍA	72
6. ANEXOS	80

1. Introducción

Durante los últimos años, la comunicación internacional ha ocupado un importante lugar en los procesos de globalización, las nuevas formas de organización política y el desarrollo de una sociedad de la información que avanza a pasos agigantados. En esta nueva era de los medios globales, que deja atrás la concepción del mundo bipolar, y la persuasión y propaganda como técnicas esenciales de negociación entre líderes, la comunicación estratégica se presenta como una herramienta valiosa con la que facilitar el entendimiento entre actores internacionales y fortalecer las relaciones diplomáticas entre estados. Paralelamente, las últimas tres décadas del siglo XX y el presente siglo XXI se han caracterizado por relevantes cambios geopolíticos, con la irrupción de organismos supranacionales como la Unión Europea, que han cambiado de forma sustantiva las relaciones diplomáticas y formas de comunicación entre los estados miembros.

La comunicación institucional, como estrategia para potenciar la imagen internacional de los estados, juega un papel fundamental en la diplomacia moderna. Se reconocen diferentes tipos de relación entre la diplomacia y la comunicación, siendo la diplomacia pública la disciplina basada en “el ejercicio de la influencia por parte de una institución sobre un público extranjero mediante el desarrollo de estrategias de comunicación que incluyen los programas de información, educación y entretenimiento” (Manfredi, 2011: 40). De este modo, la diplomacia pública se sirve de la comunicación institucional para el desarrollo y la exportación de la imagen de un Estado en el extranjero.

La comunicación institucional contempla ciertas técnicas y modelos que de manera frecuente se están viendo incorporados en las relaciones diplomáticas entre países. En este sentido, se está pudiendo ver cómo las instituciones gubernamentales consideran la comunicación estratégica como una herramienta esencial en la creación de lazos internacionales y a la hora de promocionar la imagen del Estado frente a la opinión pública. Las relaciones con la prensa y la sociedad se están convirtiendo en una prioridad más para los Estados, y es por ello por lo que con mayor frecuencia se está exportando un modelo en el que los Ministerios y las embajadas se nutren de gabinetes o departamentos que atiendan las necesidades tanto de la prensa como del público (Ruiz de la Serna, 2010). Un ejemplo de ello ha sido los recientes cambios normativos que ha sufrido el organigrama de la diplomacia española, incorporando de forma explícita, desde el año 2018, la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática.

Según Manfredi, en el marco de la diplomacia pública se observa un impacto de la comunicación cada vez mayor. La modernización de las tecnologías de la comunicación y la información han permitido que se dejen atrás las barreras y se dé paso a un nuevo modelo en el que la transparencia es el eje central.

La comunicación diplomática, a diferencia de la empresarial, corporativa o política, es un ámbito que aún está por explorar. Como se verá a lo largo de este estudio, la investigación en el terreno de las relaciones diplomáticas y la comunicación institucional está suscitando nuevos paradigmas que plantean nuevas formas de gestionar e implantar las técnicas de comunicación estratégica.

1.1. Justificación

La justificación de la investigación se fundamenta principalmente en la observación de un nuevo orden mundial, que presenta nuevas formas de organización de poder, y que ha demostrado necesitar de nuevas técnicas y estrategias de comunicación que faciliten las relaciones entre los diferentes estados. La convergencia de las relaciones internacionales y el rápido desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) ha obligado a que comunicación, estrategia y diplomacia pública sean conceptos que vayan de la mano (Manfredi, 2012).

En esta era de los medios globales, la diplomacia pública se adopta como una herramienta que facilita la sinergia de dos componentes fundamentales en el mundo de las relaciones internacionales: la comunicación y la participación ciudadana. Estos dos sujetos validan las oportunidades que la sociedad de la información pone al servicio de la diplomacia pública, pues tanto la transparencia como la participación de la sociedad resultan imprescindibles en la práctica de la diplomacia actual (Rasmussen, 2014).

Por otra parte, la existencia de la diplomacia pública justifica también la necesidad de planificar una estrategia comunicativa que se adecúe a las relaciones internacionales entre estados y a las demandas de la sociedad. Así pues, la planificación y ejecución de la estrategia de comunicación debería depender en su totalidad de la gestión y producción periodística. En este sentido, el investigador José Luis Manfredi acentúa que “la producción informativa tiene que estar encabezada por un equipo multimedia de periodistas, que son la red natural de relación con corresponsales y otros profesionales de la información” (Manfredi, 2012: 44).

La evolución de la diplomacia desde tiempos modernos y el alcance de la comunicación de masas han obligado de manera paulatina a los gobiernos a incorporar este nuevo modelo público y transparente, que permite vender la marca país a la vez que se comunica con los ciudadanos y el resto de medios de comunicación. La irrupción del término “diplomacia pública”, usado por primera vez en el año 1965 por el ex diplomático Edmund Gullion, ha ayudado a constituir un nuevo espacio profesional para los periodistas.

Esta necesidad de comunicar de forma estratégica ha impulsado la creación de departamentos, direcciones y áreas ministeriales que se dedican a observar y estudiar los aspectos comunicativos de la diplomacia en las diferentes embajadas. Hablamos de un escenario en auge, que incorpora aspectos teóricos y prácticos exportados del modelo de comunicación institucional aplicado a la esfera pública. En aras de analizar esta nueva forma de comunicar nace la presente investigación, con el aliciente de que esta vertiente que una comunicación y diplomacia carece de atención en la literatura especializada.

La motivación que lleva al desarrollo de este trabajo se ve contemplada en diferentes aspectos. En primer lugar, resultó de gran interés para la investigación la experiencia adquirida durante el periodo en prácticas, que se basó en el ejercicio de tareas y actividades propias de la comunicación institucional. Esto ayudó a fortalecer la idea de lo importante que resulta hoy en día la comunicación, y más en el entorno de las instituciones públicas y empresas privadas.

Por otra parte, es relevante mencionar la experiencia personal y académica adquirida con David Connell, el agregado de prensa de la embajada de Estados Unidos en Madrid. El profesional, que ocupa un cargo de igual rango al de los Secretarios de Comunicación del cuerpo diplomático español, ofreció una charla sobre diplomacia pública y el trabajo realizado en una oficina de prensa de una misión diplomática. La convergencia entre la comunicación y la práctica de las relaciones diplomáticas son el eje de la presente investigación, que trata de analizar la estructura comunicativa y el trabajo realizado en las Secretarías de Comunicación.

Como se ha mencionado, la geopolítica europea demanda cada vez con más frecuencia la exportación de un modelo común a la diplomacia que tenga en cuenta todos estos avances sociales, tecnológicos y comunicativos de los que se viene hablando. Con la idea de una “diplomacia común europea” surge la necesidad de investigar la

organización y planificación comunicativa que se está llevando a cabo en las embajadas españolas de los países pertenecientes a la Unión Europea. Este campo de estudio, que cuenta con poco recorrido de investigación, se relaciona también con la reciente creación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática Española, dependiente de la Subsecretaría de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, y por consiguiente de su entidad superior.

La incorporación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática significó un cambio normativo y jerárquico de gran importancia en el organigrama del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y para el desarrollo de la diplomacia pública en la política española. Esta modificación ha hecho que las relaciones internacionales y diplomáticas, con especial atención en la Unión Europea, tomaran un rumbo distinto y que además se abran nuevos espacios profesionales, al margen de los tradicionales, para el ejercicio de la profesión periodística.

Si bien es cierto que el ejercicio del periodismo y la diplomacia gozan de casi la misma antigüedad, la globalización y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información han dibujado un nuevo camino para estas disciplinas. La diplomacia y la comunicación ahora son más públicas que nunca, y está en manos de los profesionales de la información el poder trazar unas nuevas líneas estratégicas que faciliten y permitan una comunicación entre estados y ciudadanos lo más transparente posible.

1.2. Objetivos

Este trabajo académico parte de un objetivo general que establece el principal problema de investigación que se va a desarrollar. En este sentido, el objetivo general es el siguiente:

- Estudiar la estructura comunicativa en las embajadas españolas de países pertenecientes a la Unión Europea.

Por otra parte, según se ha ido desarrollando la investigación han surgido otras preguntas u objetivos específicos que se pretenden responder:

- Describir el lugar que ocupa la Secretaría de Comunicación en el organigrama de la embajada.

- Desentrañar el perfil de los profesionales que trabajan en las Secretarías de Comunicación Diplomática españolas.
- Avanzar un modelo comunicacional que se ajuste a las funciones recogidas en el marco normativo.

1.3. Hipótesis

En el caso que nos ocupa, las hipótesis planteadas consolidan una parte fundamental de la investigación. Esto se debe a que, en primer lugar, esbozan los caminos a seguir en el proceso de investigación, y después, delimitan las posibles conclusiones a las que nos llevarán.

Como se ha mencionado previamente, se trata de una línea de investigación muy reciente y que no cuenta con un gran número de referencias en la literatura científica actual. No obstante, en lugar de ser esto un impedimento, puede ser visto como una ventaja, pues aumenta el número de hipótesis planteadas, en relación con los objetivos que se pretenden alcanzar en la investigación. Dicho esto, las principales hipótesis trazadas son las siguientes:

- La estructura comunicativa de las embajadas españolas de los países pertenecientes a la Unión Europea se limita a la figura del responsable de prensa. Con esto se afirmaría que no existe un desarrollo del gabinete de prensa tal y como se conoce, sino que las Oficinas de Comunicación Diplomática cuentan con una persona, el Secretario de Comunicación, que se ocupa de coordinar las relaciones con los medios y corresponsales y producir contenido informativo.
- La comunicación en las embajadas españolas de países pertenecientes a la Unión Europea no se rige únicamente por los principios establecidos en la definición de comunicación institucional, sino que incorpora características propias de la nueva era tecnológica y las demandas políticas y sociales. Con esto se quiere decir que existe un modelo de comunicación diplomática.
- En la mayoría de las embajadas españolas de la Unión Europea no se ha producido el despliegue descrito en el marco normativo del cuerpo diplomático actual. Es decir, el modelo de la Oficina de Comunicación no se ha exportado a

todas las embajadas y no todas ellas cuentan con un Secretario de Comunicación.

- Existe disonancia entre las directrices que emanan del Real Decreto 1271/2018, de 11 de octubre, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, y la realidad comunicacional de las embajadas españolas.

1.4. Metodología

Si bien es cierto que las intenciones iniciales del estudio planteaban otra forma de afrontar el principal problema de investigación, debido a causas ajenas al mismo y a la dependencia de terceros, se ha diseñado una nueva fórmula de abordaje. En aras de responder a los objetivos formulados y de contrastar las hipótesis anteriormente planteadas, el estudio se fundamenta en la búsqueda bibliográfica, el análisis de los portales web de las embajadas españolas de los países pertenecientes a la Unión Europea, y dos entrevistas, una al titular de la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública y otra al Consejero Cultural de la embajada española en La Haya.

En primer lugar, resulta necesaria una revisión bibliográfica exhaustiva de carácter narrativo y descriptivo, para así contrastar la literatura científica y conocer los estudios previos al problema de investigación. Esta parte de la investigación, ligada al desarrollo del estado de la cuestión del tema, sirve como soporte documental sobre el que sustentar el marco teórico del presente trabajo y el resto de métodos que se necesitan para resolver el principal problema de investigación planteado.

En segundo lugar, con el propósito de ahondar más en los objetivos de la investigación, el trabajo de campo cuenta con dos abordajes: cuantitativo y cualitativo. Ambos instrumentos son de elaboración propia y para la confección de estos nos hemos apoyado en la literatura consultada y en estudios que comparten, en cierta manera, el enfoque dado al presente trabajo.

En lo que al ámbito cuantitativo se refiere, cuenta con la elaboración de una ficha de recogida de datos. Este instrumento de investigación facilitará, por un lado, el proceso de recogida de información de las páginas webs. Por otro, se pretende que ayude a plasmar una visión genérica de la realidad comunicacional de las veintisiete embajadas

españolas que conforman la muestra del estudio, teniendo en cuenta las funciones previstas en el Real Decreto 1271/2018, de 11 de octubre, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

Además, el trabajo de campo cuenta con otra herramienta que permite un enfoque cualitativo. Se trata de las entrevistas a Ángel Carrascal, titular de la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública, y a Luis Tejedor, Consejero Cultural de la embajada española en La Haya. Teniendo en cuenta las hipótesis planteadas, las cuestiones que se tratan permitirán conocer hasta qué punto se desarrolla el marco normativo de la comunicación en el ámbito diplomático, dilucidar el lugar que ocupa en el organigrama de cada una de las embajadas y esclarecer las bases que asientan la hipótesis de un nuevo modelo de comunicación diplomática.

1.4.1. Análisis cuantitativo

Como se ha reflejado en el apartado anterior, el análisis cuantitativo de la investigación se fundamenta en la elaboración de una ficha de recogida de datos y en el análisis de los resultados obtenidos. Este instrumento de investigación se dirige a las veintisiete embajadas españolas localizadas en los países pertenecientes a la Unión Europea, incluyendo en la muestra tanto a aquellas embajadas que cuentan de manera explícita con estructuras comunicativas, en forma de Oficinas o Consejerías, según lo recogido en el Real Decreto 419/2018, de 18 de junio, por el que se reestructura la Presidencia del Gobierno, como a las embajadas que no distinguen, en sus páginas webs, el área de gestión de la comunicación.

Este recurso se ha realizado teniendo en cuenta una doble naturaleza en el tipo de embajada: aquella que cuenta con una estructura de gestión de la comunicación, dependiente de forma orgánica de la Presidencia del Gobierno, y aquella en la que actúa un diplomático como encargado de la comunicación y gestión de redes sociales, y dependiente de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

Dicho lo anterior, la ficha realizada para el análisis de las páginas web se ha compuesto de variables que tanto el Real Decreto 419/2018 como el Real Decreto 1271/2018 atribuyen a la gestión de la comunicación desde las Oficinas de Comunicación y la Dirección General de Información y Comunicación Diplomática respectivamente. La

ficha se compone de un total de doce ítems, que abarcan desde la identificación del área, pasando por su titularidad, hasta los productos informativos emitidos por cada una de las embajadas.

Con el propósito de cumplir con los objetivos de la investigación, se plantea una ficha de recogida de datos que esboce el protocolo a seguir a la hora de analizar cada uno de los portales webs con los que cuentan las embajadas españolas, y que además son gestionados por la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática. La primera parte de la ficha abordará datos técnicos, como la identificación de un área de comunicación, su denominación y la información que se ofrece relativa a la estructura. Seguido de esto, y de acuerdo con las funciones establecidas en los marcos normativos, se pretende dar respuesta al número de piezas producidas por la propia embajada, su presencia en redes sociales, la disponibilidad de información o ayudas a corresponsales y medios de comunicación y su asistencia en la difusión de la Marca España.

La plantilla de la ficha a cumplimentar en el análisis de las webs de las veintisiete embajadas españolas es la siguiente:

Ficha

1. Embajada
2. Identificación del Área de Comunicación en el organigrama de la embajada
 - a. Sí
 - b. No
3. Denominación
 - a. Oficina de Comunicación
 - b. Consejería (sectorial) de Información
 - c. Oficina de Prensa
4. Información específica relativa al área
 - a. Identificación
 - b. Email
 - c. Teléfono
 - d. Web

5. Distinción entre las noticias provenientes del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación
 - a. Sí
 - b. No

6. Archivo/hemeroteca de noticias de la embajada
 - a. Sí
 - b. No

7. Número de piezas publicadas

8. Número de publicaciones en función del tipo de pieza
 - a. Notas de prensa
 - b. Comunicados
 - c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada
 - d. Reportajes fotográficos
 - e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes

9. Perfiles en redes sociales de la embajada
 - a. Twitter
 - b. Facebook
 - c. Instagram
 - d. YouTube

10. Información dirigida a corresponsales y/o medios de comunicación
 - a. Sí
 - b. No

11. Información sobre Marca España
 - a. Sí
 - b. No

12. Tipo de información sobre Marca España
 - a. Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspaña, etc.)
 - b. Mención en pieza informativa

1.4.2. Análisis cualitativo

En lo que al análisis cualitativo de la investigación se refiere, este está compuesto por dos entrevistas. La primera, dirigida a la Subdirección de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública, incorpora cuestiones vinculadas a las funciones y el ámbito de actuación del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, además de abordar el perfil que suelen poseer las personas responsables de gestionar la comunicación en las embajadas. La segunda entrevista, realizada al Consejero Cultural de la embajada en La Haya, se centra en la gestión de la comunicación y la forma de operar del área, y también incorpora preguntas que se centran en la importancia que se le da a la comunicación y al espacio profesional que la diplomacia ofrece a los periodistas o gestores de información.

Como se ha detallado en anteriores apartados, las entrevistas conforman una herramienta de investigación más compleja que la ficha. Mientras que esta última busca dibujar la realidad comunicacional de las embajadas, en función de los resultados obtenidos en el análisis de los portales web, las entrevistas realizadas se plantean como un instrumento que permita conocer de primera mano las formas de proceder y de actuar de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática y del área de gestión de la comunicación de la embajada española en La Haya (extensible a las demás). Asimismo, se ha decidido llevar a cabo este método de investigación con la intención de analizar la gestión comunicacional, al margen de lo contemplado en los diferentes documentos legislativos que se han mencionado, y de avanzar el perfil profesional y el modelo de comunicación que mejor se adecúa a este ámbito.

La entrevista realizada a Ángel Carrascal consiste en una batería de quince preguntas. La primera parte de la conversación se compone de preguntas relativas a las funciones que desempeña la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública y su implicación en la actividad comunicativa de las embajadas españolas. En este sentido, se incluyen cuestiones relativas a la denominación usada para referirse al área de gestión de la comunicación y el lugar que ocupa en el organigrama del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Seguido de esto, y tomando como referencia el estudio de la profesión que se refleja en el libro *La élite de los periodistas* (Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1994), se formulan preguntas relativas al perfil del gestor de la comunicación, entre ellas su condición de diplomático/a y sus líneas de actuación en función de la embajada y la misión diplomática que se esté llevando a cabo. Finalmente, y tratando de avanzar en el

cumplimiento de los objetivos de la investigación, se invita al entrevistado a contribuir en la lista de cualidades y aptitudes esperadas en los profesionales que desempeñan tareas comunicativas en las representaciones españolas en el extranjero.

A continuación, exponemos la relación de preguntas recogidas en la entrevista:

Entrevista

1. ¿Qué lugar ocupa la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública en el organigrama del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación?
2. ¿En qué se diferencia de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática?
3. ¿Qué implicación tiene en las actividades comunicativas de las veintisiete embajadas a nivel europeo?
4. En el año 2017 el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación incorporó cambios normativos, entre ellos la consolidación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, ¿ha modificado este cambio la forma de operar en las embajadas?
5. ¿Qué diferencia a las Oficinas de Comunicación de las Consejerías (en algunos casos sectoriales) de Información que se indican en algunos de los portales web de las embajadas?
6. En una embajada que no cuente con Oficina o Consejería de Información, ¿qué lugar ocupa la comunicación?
7. ¿Y quién la gestiona?
8. ¿Se produce lo mismo que en una embajada que cuente con el respaldo de una estructura comunicativa?
9. Dentro de la plantilla de la embajada, ¿todo el mundo ha hecho carrera diplomática?

10. Para adquirir la función de responsable de prensa/secretario de comunicación, ¿se requiere ser profesional en el ámbito de la comunicación?
11. ¿Cómo suele ser el perfil de aquellos/as que gestionan la comunicación (ya sea en las embajadas que dispongan de Oficina o no)?
12. ¿Considera que existe un espacio profesional para el periodismo/comunicación en este ámbito?
13. Las labores de la gestión y acciones de comunicación en las embajadas, ¿son efectuadas únicamente por el personal del área o cuentan con la colaboración de agentes externos?
14. ¿Considera importante que el cargo de responsable de prensa/secretario de comunicación esté ocupado por un profesional de la comunicación?
15. ¿Qué cualidades o aspectos considera que debería contener el perfil de un periodista que vaya a dedicarse a la comunicación diplomática u ocupar el puesto de un responsable de prensa/secretario de comunicación (o similares)?

Por otra parte, la entrevista realizada a Luis Tejedor está conformada por dieciocho preguntas. De forma similar al anterior instrumento de investigación, la primera parte de la entrevista reúne algunos aspectos también discutidos en *La élite de los periodistas* (Diezhandino, Bezunarte y Coca, 1994). Destacan la percepción social de la diplomacia, en concreto de los funcionarios que ocupan cargos ligados a áreas ministeriales, la jornada laboral o la tradición familiar de la profesión, entre otras. A continuación, se plantean cuestiones relativas al área de comunicación (personal que la conforma, el perfil o las labores fundamentales que se realizan). La última parte incorpora, por un lado, un “fact check” a modo de comparación entre lo que la norma delega en el área de comunicación y lo que realmente se lleva a cabo en la embajada. Por otra parte, también se pide al entrevistado que valore el grado de importancia y necesidad de la gestión de la comunicación a manos de un profesional de la información. Finalmente, se cierra la entrevista con una reflexión sobre la existencia, o no, de un modelo específico de “comunicación diplomática”.

A continuación, reflejamos las preguntas incluidas en la entrevista planteada al Consejero Cultural de la embajada española en La Haya:

Entrevista

1. ¿Qué rango ocupa en el Cuerpo Diplomático?
2. ¿Proviene de familia con “tradición diplomática”?
3. Describa brevemente su trayectoria y cargos desempeñados
4. ¿Lleva mucho tiempo a cargo de la Consejería de Cultura de la embajada?
5. ¿Cuál es su jornada laboral?
6. ¿Considera que su puesto de trabajo tiene un reconocimiento social excepcional?
7. ¿Considera equiparable el prestigio de su Consejería frente a otras como la de Educación o Cultura?
8. ¿Considera que se le podría sacar más partido o rendimiento a su área de trabajo dentro de la embajada?
9. En el año 2017 el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación incorporó nuevos cambios normativos, entre ellos la creación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, ¿ha modificado este cambio la forma de operar de la embajada?
10. ¿Existe una Oficina de Comunicación/Consejería de Información en la embajada?
11. ¿Cuántas personas la conforman?
12. Dentro de la plantilla de la embajada, ¿existe alguna persona que ejerza las funciones de Secretario de Comunicación/Consejero de Información (con rango diplomático)?
13. Su formación, ¿está ligada de alguna manera a la Comunicación o el Periodismo?

14. Las labores de gestión de la comunicación de su embajada, ¿son efectuadas únicamente por el personal del área o cuentan con la colaboración de empresas externas?
15. En el Real Decreto 419/2018 se detallan las funciones y ámbitos de trabajo de las Oficinas de Comunicación. ¿Cuál es el grado de implementación de cada una de ellas?
- El ejercicio de la portavocía del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación en el país en el que está destinado
 - Gestión de contenidos, apariciones e intervenciones del embajador y demás cargos de la misión ante los medios de comunicación
 - Análisis y distribución de la información sobre España en el exterior
 - Creación e implementación de la estrategia de comunicación. ¿Crean ustedes el plan de comunicación de la embajada o viene dado?
 - Acciones de comunicación institucional
 - Gestión de perfiles en redes sociales
 - Promoción de la Marca España, ahora también conocido como España Global
 - Envío de información y análisis sobre la actualidad internacional que pueda ser de interés para España
 - Organización de la cobertura informativa de visitas oficiales, ya sean del Gobierno español, la Casa Real u otros líderes internacionales
 - Asistencia y apoyo a corresponsales internacionales. ¿Existe algún documento o guía?
 - Relación con los medios del país en el que se encuentra la misión diplomática
16. ¿En qué medida considera importante que el cargo de Secretario o Consejero de Información sea ocupado por un profesional de la comunicación y/o información?
17. ¿Qué cualidades o aspectos considera que debería contener la formación de un periodista que vaya a dedicarse a la comunicación diplomática u ocupar el puesto de Secretario o Consejero de Información (o similares)?

18. Con respecto a las tareas desempeñadas por la Consejería de Información, ¿son propias de la comunicación institucional? O, por el contrario, ¿considera que se incorporan aspectos que constituyen un modelo específico de “comunicación diplomática”?

1.5. Dificultades

Como se ha mencionado, y se desarrollará en los antecedentes de la investigación, las preguntas y objetivos marcados en el presente trabajo no tienen referencia explícita en las investigaciones que hemos tenido oportunidad de analizar. Es por ello por lo que se puede tomar como una dificultad la falta de información en lo que a comunicación diplomática de la Unión Europea se refiere.

Por otra parte, y en lo que al método de trabajo y resultados del análisis se refiere, cabe mencionar que la metodología planteada al inicio de la investigación difiere con la que finalmente se ha llevado a cabo. En un comienzo, se diseñó un estudio basado en la recopilación de información a través de un cuestionario y una entrevista. En concordancia con las intenciones iniciales, la muestra de embajadas españolas en la Unión Europea solo contaba con aquellas que poseían, de forma explícita, una Oficina de Comunicación o Consejería de Información. El número de embajadas a las que se hizo llegar el cuestionario eran trece, aquellas que recoge la página web de La Moncloa en el apartado de comunicación internacional. Por otra parte, se realizó también una entrevista dirigida a los cinco países firmantes del Tratado de París (Alemania, Bélgica, Francia, Italia y Países Bajos) y a la Representación Permanente en la Unión Europea.

Cumpliendo con los plazos previstos al comienzo de la investigación, se inició una toma de contacto con las embajadas seleccionadas en el mes de marzo. Desde Francia se aceptó poder colaborar en la recogida de datos, en la medida de sus posibilidades. En el mes de abril, una vez perfilados los instrumentos, se procedió a enviar a cada una de las Oficinas de Comunicación los cuestionarios y entrevistas pertinentes en cada caso. Desde la propia embajada española en París, a través de un contacto externo, se nos trasladó la necesidad de emitir una petición al Portal de la Transparencia de la Administración del Estado, para poder contestar a las cuestiones planteadas. De forma paralela se iniciaron otros dos contactos. Por un lado, se formuló la petición a la sede electrónica del Portal de Transparencia, a su vez que se envió la solicitud al correo electrónico de la Unidad de Información de Transparencia del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Por otro lado, se contactó con la directora de

comunicación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, María Ángeles Rabadán, quien facilitaría el contacto posterior con el Ministerio de Asuntos Exteriores.

Durante el mes de mayo, todavía confiando en poder desarrollar la metodología inicialmente planteada, se recibió una llamada de Ángel Carrascal, Subdirector General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública del Ministerio de Asuntos Exteriores. El día 8 de mayo se acordó una reunión con el titular del área, con el objetivo de conseguir los permisos para recibir las respuestas de los cuestionarios y las entrevistas, y poder ahondar en algunos de los objetivos e hipótesis planteadas al comienzo del estudio. Durante la entrevista, a parte de acordar nuevos procedimientos de abordaje para recibir respuesta de las embajadas, también se pudo realizar una entrevista a Carrascal, que ha resultado de gran utilidad como instrumento de investigación del estudio y para esclarecer conceptos y cuestiones que van más allá de lo contemplado en la norma.

Teniendo en cuenta que ya el tiempo discurrido superaba las expectativas iniciales y que no se había obtenido respuesta de las embajadas a estudiar, se decidió plantear un nuevo modelo metodológico con el que poder conseguir los objetivos planteados inicialmente. De ese modo, se optó por hacer un análisis de la estructura comunicativa a través de los portales web de las embajadas, aumentando la muestra a las veintisiete representaciones españolas en la Unión Europea, y utilizar la entrevista realizada a la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública como instrumento con el que conocer la realidad, más allá de la pantalla, de lo que hace la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática y su impacto en las embajadas.

2. Marco teórico y contextual

2.1. Estado de la cuestión

El desarrollo de las relaciones internacionales y la consolidación de un concepto como el de diplomacia pública tienen un factor en común: la comunicación. A través de ella se han diseñado mecanismos para conocer la opinión del público y saber qué ofrecerles (Calduch, 1993), además de idear estrategias a corto, medio y largo plazo con las que reforzar las relaciones entre estados y la imagen de estos en el exterior (Rodríguez Gómez, 2013).

Como ya se ha mencionado, la temática central del presente estudio y los objetivos que se marcan de cara al trabajo de campo no han sido tratados con anterioridad. No

obstante, los conceptos principales sobre los que se versa se manejan con frecuencia en publicaciones y trabajos académicos que vinculan de forma directa la diplomacia, pública en muchos de los casos, y la comunicación.

La Escuela Diplomática, cumpliendo con su misión formadora y educativa, publica en el año 2010 el número 41 de sus Cuadernos. Francisco Javier Hernández Alonso, experto en diplomacia pública y gestión de la marca – país, es quien redacta esta disertación sobre la *Diplomacia pública europea*. Se trata de uno de los documentos en los que se habla de comunicación, diplomacia pública y Unión Europea, el trinomio que aborda el presente trabajo de investigación. En el tercer capítulo del mencionado texto se desarrolla como la evolución de los procesos comunicativos a lo largo de la historia y su vinculación con las relaciones internacionales, especialmente las diplomáticas, han sido la base para la estabilidad del sistema. Para Hernández Alonso, “las estructuras diplomáticas necesitan entender los mecanismos informativos y dominar las redes de comunicación”.

La publicación *Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia*, del profesor Ricardo Ruiz de la Serna, plantea un primer abordaje sobre la comunicación institucional desde el punto de vista diplomático. El artículo fue publicado en el año 2010 en la Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO14. Ruiz de la Serna detecta diversos factores que han modificado las formas tradicionales de la diplomacia y la manera de actuar de sus agentes. La aparición de un nuevo concepto de diplomacia pública, el desarrollo de los medios de comunicación, las nuevas formas de organización y la aparición de la Red 2.0 dan lugar a un nuevo planteamiento comunicativo, que se nutre tanto de las prácticas tradicionales de la comunicación institucional como de los descubrimientos más recientes en la tecnología (2010: 291-292).

El profesor Juan Luis Manfredi hace, por otro lado, un apunte sobre la comunicación estratégica y su importancia en la diplomacia en su artículo *Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública*, que aparece en la revista Comunicación y Sociedad en el año 2011. Con este trabajo, Manfredi define un nuevo escenario para las relaciones internacionales y realiza un recorrido histórico y legal del concepto de diplomacia pública. Sobre este último aborda diferentes horizontes, resaltando especialmente los retos comunicativos que plantea la diplomacia pública actual en el marco de acción exterior de los estados (2011: 17). De este modo, se hace una primera aproximación sobre la gestión de la comunicación que desarrolla en investigaciones y consideraciones posteriores.

Con este último artículo, la relación entre comunicación y diplomacia queda más que consolidada. Ya se habla de un modelo de comunicación, con una serie de actores entre los que destaca la figura del profesional de la información, y con una línea de abordaje que permita atender a un público variado: ciudadanos, periodistas, representantes de estados, la administración pública y corporaciones privadas. En el año 2012 se publica la decimoctava Colección de la Escuela Diplomática bajo el título *Retos de nuestra acción exterior: Diplomacia Pública y Marca España*. Esta recopilación de trabajos esboza las diferentes facetas y dimensiones que ocupa el concepto de diplomacia pública, incluyendo la visión de la diplomacia desde el punto de vista comunicativo. Manfredi, citando su anterior publicación, habla sobre una comunicación estratégica planificada, que ayude a reflejar la imagen y posición de un país en el exterior. A su vez, incide en la necesidad de un perfil profesional y periodístico que cubra la dimensión mediática de la diplomacia pública. Y, además, reconoce la creación del Servicio Europeo de Acción Exterior como génesis de la diplomacia pública europea.

Respecto a la comunicación como eje central de las relaciones diplomáticas, Alfredo A. Rodríguez Gómez plantea su visión en *La comunicación como instrumento hacia la diplomacia pública*. El artículo fue aceptado en 2013 por la revista Estudios sobre el mensaje periodístico, de la Universidad Complutense de Madrid. Esta contribución pone en el punto de mira la opinión pública y resalta la importancia de los mensajes emitidos y que forman parte de la estrategia comunicativa para la acción exterior. Los actores que protagonizan la diplomacia pública de hoy en día son nuevos, como bien apuntó Manfredi, y, por lo tanto, las estrategias para dirigirse a ellos también lo son. Rodríguez Gómez hace referencia a su tesis doctoral *Acción cultural exterior y diplomacia pública españolas: 1939-2012*, que analiza las acciones de diplomacia pública que se pusieron en marcha durante esos 80 años de historia. Este autor, al igual que el resto de los teóricos de este ámbito, asegura que la comunicación es un instrumento imprescindible para cualquier acción exterior.

2.2. La diplomacia y la gestión de su comunicación

2.2.1. Evolución histórica de la diplomacia

El origen de las relaciones diplomáticas, al igual que el de las humanas, se caracteriza por su antigüedad. El paso del tiempo y la consolidación de unidades políticas trajo consigo una nueva manera de relacionarse y comunicarse entre los pueblos. Si bien es cierto que las prácticas “primitivas” de la diplomacia presentan diferencias sustanciales

con el concepto que hoy en día se utiliza para definir el fenómeno, la realidad es que las relaciones diplomáticas y la comunicación siguen siendo hoy en día el sustento principal de la sociedad internacional (Calduch, 1993).

A lo largo de la historia se distinguen dos etapas que describen la evolución del concepto y las prácticas diplomáticas. La primera, que data de la Edad Antigua hasta el siglo XV, destaca por la aparición de figuras como el *proxeno* (similar al cónsul) o *legati* (negociador de acuerdos internacionales) de la Grecia Antigua (González Mas, 2015: 8). Este tipo de cargos pueden llegarse a parecer a lo que los expertos hoy denominan diplomacia *ad hoc*, cuyo cometido es el de actuar en un tiempo determinado y para un fin concreto. Se trataba de una diplomacia temporal o, como Calduch la denomina, “ambulante” (1993). Seguido de esto aparece, junto con la llegada de la Edad Media, un tipo de acción diplomática de carácter religioso, debido al dominio del cristianismo en lo que ahora llamamos el continente europeo. Los más claros ejemplos de la actividad diplomática de aquella época son la Santa Sede y la Ciudad del Vaticano.

La segunda etapa de la diplomacia tradicional tiene lugar desde la Paz de Westfalia de 1648 hasta nuestros días. Este nuevo modelo diplomático se caracterizó, en primer lugar, por su carácter permanente en el tiempo. Lo que hizo fue dotar de estabilidad al sistema y obligó a la implantación de misiones diplomáticas atemporales. Por otro lado, también es particular de este período histórico la consolidación del Sistema Europeo de Estados, a causa de la Paz de Westfalia. Su principal efecto fue la generalización de la figura del diplomático y su misión en todos los estados de Europa, y además obligó a crear oficinas para gestionar las relaciones diplomáticas entre países y sus políticas exteriores. Este conjunto de acciones derivó en la conformación de lo que hoy conocemos como el Cuerpo Diplomático, un colectivo de funcionarios especializados en tareas diplomáticas y que dependen de una Secretaría de Estado, y, por ende, del Ministerio de Asuntos Exteriores.

La definición del término resulta cambiante a medida que transcurren las etapas que marcan la evolución de la diplomacia. En esta época en la que se ejercía lo que hoy llamamos la diplomacia tradicional, importantes figuras históricas como el Cardenal Richelieu, creador del primer Ministerio de Relaciones Exteriores en París, la describían como “un proceso de negociación” (Berridge, 2015: 1). Más tarde, el parlamentario británico Edmund Burke la definió en 1796 como:

Una actividad esencialmente política cuyo propósito es asegurar los objetivos de la acción exterior sin recurrir a la fuerza, la propaganda o la ley. Esto se consigue

principalmente a través de la comunicación entre agentes diplomáticos profesionales y otros oficiales encargados de asegurar los acuerdos (Berridge, 2015: 1)¹.

Uno de los hitos destacables en el origen de la diplomacia fue en el año 1815, con la celebración del Congreso de Viena. Esta reunión consiguió establecer un nuevo orden mundial y, además, acabó con el secretismo que envolvía el ámbito de las negociaciones internacionales. Fue en este acto en el que se oficializaron los cometidos y tareas diplomáticas. Se trató de un nuevo punto de partida, mostrando la diplomacia como un producto eminentemente europeo (Henández Alonso, 2010: 46). A lo largo de la historia, con discursos como el que pronunció el Presidente de Estados Unidos Woodrow Wilson ante el Congreso en 1918, se verá cómo el germen europeo del concepto de diplomacia se torna a considerar un producto estadounidense. Los 14 puntos de Wilson son el primer acercamiento a “una nueva idea de diplomacia”, de carácter aperturista y que cuenta con la opinión pública.

Sobre el discurso de Wilson, el experto Víctor Oviacionayi publicó en la revista Ámbitos, en 2004, un estudio en el que acertaba al decir que para Wilson:

La política exterior debe estar basada en el control popular y abogaba por una especie de democracia en la diplomacia, con la intención de eliminar, de la vida internacional de las naciones la diplomacia secreta, la carrera armamentística, la guerra comercial, las rivalidades coloniales y otro tipo de conflictos (2004: 221).

La visión del presidente Wilson, con el comienzo del siglo XX, asentó el precedente de una diplomacia con tendencia democrática y codificada de manera que se trataba de una figura transparente y controlable (González Mas, 2015: 9). Esta nueva visión de la diplomacia fue la que inició los procesos de paz que culminaron con la Primera Guerra Mundial.

Durante el final de la Segunda Guerra Mundial ya se había instaurado el nuevo modelo diplomático. Los gobiernos, sobre todo europeos, instauraron programas que acentuaban la relación gobierno-población y los países vencedores fueron los primeros en llevar a cabo estrategias de comunicación y programas culturales. Es en este período

¹ Traducción propia.

de la historia diplomática cuando se generalizaron los puestos de agregado de prensa y agregado cultural en las embajadas (Hernández Alonso, 2010: 49).

Unos años más tarde, se producía el mayor hito conseguido por la sociedad internacional: el Convenio de Viena de Relaciones Diplomáticas de 18 de abril de 1961 y el Convenio de Viena de Relaciones Consulares de 24 de abril de 1963. Estos dos escritos asentaron las bases y regulaciones que tanto las relaciones diplomáticas como consulares siguen cumpliendo hoy en día.

En plena Guerra Fría, donde la actividad diplomática disfrutó de un gran desarrollo, se detectó que las relaciones entre Estados ya no podían ser de carácter exclusivo. El régimen de opinión de la población y la ejecución de la política exterior era igual de importante que las negociaciones. Ahora la diplomacia pasaría a ser, según Ruiz de la Serna, “una forma de relacionarse con los distintos agentes políticos y sociales del exterior” (2010: 293).

En el año 1965, Edmund Guillion, diplomático estadounidense y en ese momento decano de la Fletcher School of Law and Diplomacy en la Universidad de Tufts, utilizó por primera vez el concepto de diplomacia pública en el acto de apertura del instituto Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy (Manfredi, 2011: 208). En su discurso, Guillion explicó en qué consistía esta nueva forma de diplomacia:

Trata de influir en las actitudes del público en la formación y en la ejecución de la política exterior. Incluye dimensiones de las relaciones internacionales más allá de la diplomacia tradicional, tales como el cuidado de la opinión pública foránea, la interacción con grupos e intereses privados en un tercer país, la presentación de informes sobre los asuntos exteriores y su impacto en la política, la comunicación entre diplomáticos y corresponsales y el desarrollo de los procesos de comunicación intercultural².

Volviendo al eje cronológico sobre el que se describe la evolución de la diplomacia es importante tener en cuenta que los hitos más significativos de la disciplina coincidieron con marcados períodos históricos entre los que destacan la Primera y Segunda Guerra Mundial y, posteriormente, la Guerra Fría. Durante ese tiempo, y coincidiendo con los

² Traducción propuesta por J. L. Manfredi en su artículo *Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública*.

aspectos prácticos que incorporó la diplomacia pública, se comenzaron a utilizar mecanismos que ayudaron a estudiar el pensamiento y reacción de las masas. La propaganda, que ya adquirió una connotación negativa desde la Primera Guerra Mundial, era la más popular de las técnicas. Debido a este pensamiento negativo que se tiene sobre la propaganda, Guillion decidió hacer “pública” la diplomacia, aprovechando ese carácter social y transparente que traía este nuevo concepto (Berridge, 2015:198-200).

Los expertos, como es el caso de Nicholas J. Cull (2009), hablan hoy en día de la nueva diplomacia pública. Se trata de un concepto totalmente compatible con las definiciones aportadas, pero que también reúne unas nuevas condiciones o giros clave en la práctica de la diplomacia pública. Entre las características del modelo se encuentran los nuevos agentes del discurso, también detectados por académicos como Manfredi o Ruiz de la Serna entre otros, cambios en los mecanismos de comunicación (Internet), el uso de las nuevas tecnologías, la incorporación del “poder blando”³ como herramienta que ponga en valor el lenguaje y la cultura de los países en el exterior y, especialmente, la evolución de un modelo comunicativo que, a diferencia de la vieja diplomacia, tiene por objetivo la construcción de relaciones entre los diferentes públicos (2009: 57-58).

La nueva diplomacia pública que se viene practicando estos días resulta ser de herencia estadounidense, debido al impacto y desarrollo que ha tenido a lo largo de la historia. Henández Alonso (2010) realiza un acercamiento a lo que se podría denominar la diplomacia pública del siglo XX, influenciada de forma mayoritaria por la promoción de la imagen de los Estados en el exterior. Para el diplomático, “la diplomacia pública tiene mucho de colaboración o diálogo con todos los estamentos que intervienen en el complejo relacional internacional. Y una diplomacia de ese tipo necesita de análisis estratégicos y de tiempo. El largo plazo es lo que realmente define las actuaciones de la diplomacia pública” (2010: 51).

³ El poder blando o *soft power* es un término acuñado y desarrollado por el académico Joseph Nye en su obra *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004). El concepto hace referencia al conjunto de valores que utilizan los Estados para ejercer influencia sobre el resto de actores internacionales. Se trata de una acción a largo plazo. Algunos ejemplos son la cultura, las ideas, la participación ciudadana o la credibilidad y el prestigio.

2.2.2. Contexto actual de las relaciones diplomáticas españolas y de la Unión Europea

Si se tuviese que establecer una fecha concreta que marque el inicio de las relaciones entre nuestro país y la Unión Europea, fue el 24 de febrero del año 1962 cuando el ministro de Asuntos Exteriores, Fernando María Castiella, solicitó la entrada de España en la organización supranacional. Después de 24 años, numerosos procesos de negociación y el final de la dictadura Franquista, Europa dijo sí. En el año 1986, con la firma del Acta Única, se hizo oficial la entrada de Portugal y España en la Unión Europea: un proyecto de unión política y económica que se ha desarrollado en los últimos 32 años.

A lo largo de este eje cronológico, la actividad del estado español en el exterior y su participación en la toma de decisiones han sido fundamentales en la construcción de una diplomacia pública para Europa. Como se ha podido ver desarrollado en el epígrafe anterior, la evolución del fenómeno diplomático y su desarrollo a partir del siglo XX tuvo lugar en un momento caracterizado por la crispación, la guerra y, en el caso español, la dictadura. Si bien es cierto que la consolidación de la diplomacia pública no se vio postpuesta, sí que se puede decir que su reconocimiento e integración en las instituciones tardó en llegar.

A lo largo de la historia, se ha reflejado una relación estable entre España y la Unión Europea. Prueba de ello ha sido el nivel de implicación y participación de nuestro país en la toma de decisiones y puestos de alta representación. Respecto a ello, es importante señalar el evento que marca un antes y después en las relaciones diplomáticas: la firma del Tratado de Lisboa en 2007. Este nuevo documento, que entró en vigor en 2009, tenía por objetivo dar influencia y visibilidad a la Unión Europea en el panorama internacional, a la vez que promovía las relaciones (diplomáticas) entre países y organismos institucionales (BOE, 2009: 100325).

Según el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación español, el Tratado de Lisboa “pretende que la UE, en su acción exterior, se comporte como un verdadero actor global, y exprese, con una sola voz, una única posición en los asuntos relevantes de la agenda internacional”. Entre los órganos representativos y mecanismos diplomáticos que trajo el Tratado destaca la consolidación de la Política Exterior y de Seguridad Común, conocida también como la PESC. Se trata de una iniciativa que refuerza la paz y democracia con el resto de estados y que lidera la alta representante

de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad -puesto ejercido por Federica Mogherini, también vicepresidenta de la Comisión Europea.

Un año después, se creaba el Servicio de Acción Exterior (SEAE), un organismo autónomo de la UE formado por un auténtico cuerpo de diplomáticos que asisten a la Alta Representante en el desarrollo de sus funciones. Su consolidación fue un hito para las relaciones diplomáticas que se mantenían por aquel entonces con la Europa de los 28, especialmente en el caso español, que participó en su creación y el planteamiento de un proyecto de diplomacia común europea (Aldecoa Luzárraga y Carnero González, 2011).

Si bien es cierto que la Política Exterior y de Seguridad Común y el Servicio Europeo de Acción Exterior han marcado un precedente en las relaciones diplomáticas, también es importante recalcar que todavía no existe una institución destinada única y exclusivamente al reforzamiento de las relaciones diplomáticas entre países y la Unión Europea. No obstante, esto no quiere decir que no existan relaciones diplomáticas o el desarrollo de una diplomacia pública europea (Hernández Alonso, 2010: 73).

Por el contrario, el tiempo y trabajo realizado estos años atrás han ayudado a la consolidación de la figura diplomática, la creación de departamentos que trabajan el impacto de la acción exterior en la opinión pública o el diseño de cargos centrados en trabajar las relaciones diplomáticas, en especial aquellos que promueven el desarrollo de la comunicación estratégica como herramienta fundamental para la consolidación y el desarrollo de la nueva diplomacia europea en los países miembros.

2.2.3. La comunicación en el marco normativo de la diplomacia española

Como se ha reflejado en el presente estudio, el avance en materia de relaciones internacionales y diplomacia ha obligado a la consideración de la comunicación como uno de los ejes centrales a la hora de desplegar la acción exterior de un estado. En España distinguimos dos órganos encargados de gestionar y llevar a cabo las estrategias de comunicación diplomáticas: las Oficinas de Comunicación y la Dirección General de Información y Comunicación Diplomática.

Por un lado, las Oficinas de Comunicación Diplomática aparecen por primera vez en el Real Decreto 632/1987, de 8 de mayo, sobre la organización de la Administración del Estado en el Exterior. Posteriormente, en el año 2014, se aprueba y publica en el BOE

la Ley 2/2014, de 25 de marzo, de la Acción y del Servicio Exterior del Estado, que deroga el Real Decreto anterior y regula la actividad realizada por las Oficinas de Comunicación españolas en el exterior. Se trata de un órgano que posee una doble dependencia, pues orgánicamente depende de Presidencia del Gobierno, en concreto de la Dirección General de Información Internacional, dependiente a su vez de la Secretaría de Estado de Comunicación, y jerárquicamente del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Entre sus funciones se encuentran:

- Promover y divulgar información sobre España en el exterior y de las actividades y los comunicados del Gobierno y de su presidente.
- Informar al gobierno español sobre la actualidad internacional de interés, mediante el envío de informaciones o el análisis de lo publicado en los medios.
- Gestionar la cobertura informativa de las visitas de Estado o las visitas oficiales.
- Asistir y apoyar a los corresponsales españoles y a las empresas de medios de comunicación en el exterior.
- Tramitar la acreditación en España de los corresponsales, colaboradores o enviados especiales del país en el que estuviera la Oficina.
- Gestión de las relaciones con los medios informativos del país en el que se encuentra la Oficina.

Es a partir de aquí cuando más vinculación tiene la diplomacia con la comunicación de la imagen del país en el exterior. Las Oficinas de Comunicación se definen como órganos bajo la dirección de un cargo diplomático, un Secretario de Comunicación, encargado de coordinar las funciones listadas y llevarlas a la práctica en las embajadas en las que estuviesen presentes.

Ligado a lo anterior, es de importancia mencionar que, en la práctica, se suele referir a estas Oficinas de Comunicación como Consejerías Sectoriales de Información. Como se trata de reflejar en el presente estudio, el marco normativo de la comunicación en el plano diplomático es cambiante y con él también lo es la manera de referirse a las áreas de gestión de la comunicación. Asimismo, las personas encargadas de gestionar la comunicación suelen ser conocidas como Consejeros de Prensa o Información en lugar de Secretarios de Comunicación, tal y como establece el último cambio normativo.

En lo que a la Dirección General de Información y Comunicación Diplomática se refiere, es importante partir de la base de que todavía se le atribuye su primera denominación: Oficina de Información Diplomática (OID). Se trata del primer órgano creado para gestionar la comunicación de la marca exterior, fundado el 31 de diciembre de 1945 (BOE, 1945: 85 – 88). En sus comienzos, el cargo de dirección lo ejercía un Jefe Técnico que asesoraba a todos los departamentos de comunicación de las carteras ministeriales. Más tarde, en 1958, la Oficina se reformó y a partir de ese momento comenzó a ser dirigida por un director y un subdirector general, ambos miembros de la carrera diplomática (BOE, 1958: 313 – 314). Dos años más tarde, de acuerdo con el Real Decreto 60/1960, de 14 de enero, se elevó la OID a la categoría administrativa de Dirección General, pero en 1968 su rango se vio modificado por el de Subdirección General (BOE, 1960: 983).

A lo largo de la historia, la Oficina de Información Diplomática siguió sufriendo cambios en lo relativo a su naturaleza y las funciones que desempeñaba, a parte de ver modificada su denominación. Lo que hoy en día conocemos como la Subdirección General de la Oficina de Información Diplomática se creó en el año 1976, con el propósito de trabajar y mantener las relaciones con los medios de comunicación de ámbito nacional e internacional (BOE, 1976: 7799). Destaca también en el año 2004 la nueva denominación de la OID bajo el título de Dirección General de Comunicación Exterior y formada por la subdirección general de Comunicación Exterior y la División de Organización Técnica (BOE, 2004: 21412).

En el año 2012, bajo el gobierno del presidente Mariano Rajoy, se optó por la vía diplomática como mecanismo promotor de la Marca España y apareció un nuevo órgano regulador de la comunicación diplomática (Rodríguez Gómez, 2013). El Real Decreto 342/2012, de 10 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, contempló, en su artículo 17, la creación de la Dirección General de Medios y Diplomacia Pública. Entre sus funciones destacaban la elaboración de la estrategia de comunicación del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, la coordinación de las labores de comunicación con el resto de Secretarías de Estado, la coordinación de los organismos independientes de gestionar la imagen del país en el exterior y la propuesta y ejecución de la estrategia de redes sociales del departamento (BOE, 2012: 18).

Seis años más tarde, con la publicación del Real Decreto 419/2018, de 18 de junio, por el que se reestructura la Presidencia del Gobierno, se realizan dos cambios sustanciales

que unen a los dos órganos principales encargados de la comunicación diplomática. Por un lado, se señala la dependencia de las Oficinas de Comunicación de la Secretaría de Estado de Comunicación, y, por otro, se fusiona el marco normativo establecido en el año 2012 y se crea la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, dependiente de la Subsecretaría de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y encargada de elaborar las estrategias comunicativas del Ministerio y las relativas a su portavocía en el exterior.

Esta nueva Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, a la que a día de hoy se le sigue atribuyendo el nombre de Oficina de Información Diplomática, ejerce sus principales funciones a través de tres subórganos: la Subdirección General de la Oficina de Información Diplomática, que gestiona las relaciones con la prensa y ejerce la portavocía del Ministerio; la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública, que implanta la estrategia de comunicación a nivel digital, presta servicios y diseña acciones institucionales en las Secretarías de Estado, Direcciones Generales, Misiones Diplomáticas, Representaciones Permanentes y Oficinas Consulares de España; y la División de Organización Técnica, que ejerce funciones de coordinación, redacción, producción y distribución informativa, y tareas de documentación y asesoramiento técnico (BOE, 2018: 21 – 22).

2.2.4. La diplomacia pública en la sociedad de la información

Hasta hace bien poco, la comunicación ha sido entendida como un elemento opcional en la gestión pública. Esta teoría se veía plasmada en el enfoque reduccionista, que planteaba un uso de las estrategias y herramientas comunicativas como mecanismo para lograr el poder o gestionar situaciones de crisis e incertidumbre (Rubio, 2014: 10).

Los cambios sociales y políticos que se han contemplado a lo largo de la presente investigación y la evolución de las relaciones internacionales han dado lugar al empleo de la comunicación como una herramienta clave en los procesos de negociación y la adopción de políticas exteriores. Hoy en día, en pleno desarrollo de la sociedad del conocimiento y de la información, para Rafael Rubio “la diplomacia pública ocupa un lugar destacado en la primera línea de la acción exterior de los gobiernos” (2014: 11).

Tal y como la explicó Edmund Guillion en el año 1965, la diplomacia pública se caracterizaba por su naturaleza transparente, abierta, al servicio de la ciudadanía y su conexión con la sociedad de la información. Solo era cuestión de tiempo que la

tecnología y los medios de comunicación se unieran a la causa. Respecto a ello, Rubio apunta que en este panorama caracterizado por la información inmediata y las interacciones digitales “el mérito diplomático reside en ser capaz de distinguir qué es ruido y qué es información de calidad” (2014: 11). En el siglo XXI, las prácticas de la diplomacia pública se han visto influenciadas por las técnicas propias de la comunicación institucional y por la evolución y uso de la red 2.0.

Por un lado, la comunicación institucional ha servido para dotar de sentido y cohesión las actividades propias de las Oficinas de Comunicación, cuyo principal objetivo es atender la actividad mediática y proyectar una imagen de país en el exterior. Las embajadas, por su parte, también cuentan con departamentos de relaciones con la prensa o Secretarías de Comunicación que desempeñan aquellas labores comunicativas también contempladas en el resto de administraciones públicas (Ruiz de la Serna, 2010: 294).

Por otra parte, en relación con el desarrollo acontecido en materia de tecnología de redes y comunicación, se han comenzado a tener en cuenta las consideraciones que Castells realizó al respecto en 2005. El teórico preveía un cambio revolucionario entre la actividad humana y sus relaciones con la tecnología y la comunicación, una hipótesis que se ha visto más que confirmada y que ha desembocado en el desarrollo de una diplomacia basada en la instantaneidad, la participación ciudadana y la atención a los medios como creadores de la opinión pública (Rodríguez Gómez, 2013: 65).

Para Manfredi, la definición de diplomacia también recoge las distintas acciones digitales relacionadas con la gestión de la información, la educación y el entretenimiento con fines persuasivos. Este nuevo concepto ligado a la diplomacia pública persigue la consecución de los objetivos de la política exterior del país mediante el uso de la web social, las plataformas digitales y otras herramientas tecnológicas. Para el experto, la virtud de la diplomacia digital reside “no tanto en la creación de nuevos objetivos de política exterior, sino en la capacidad de extender las redes de influencia” (2014: 349).

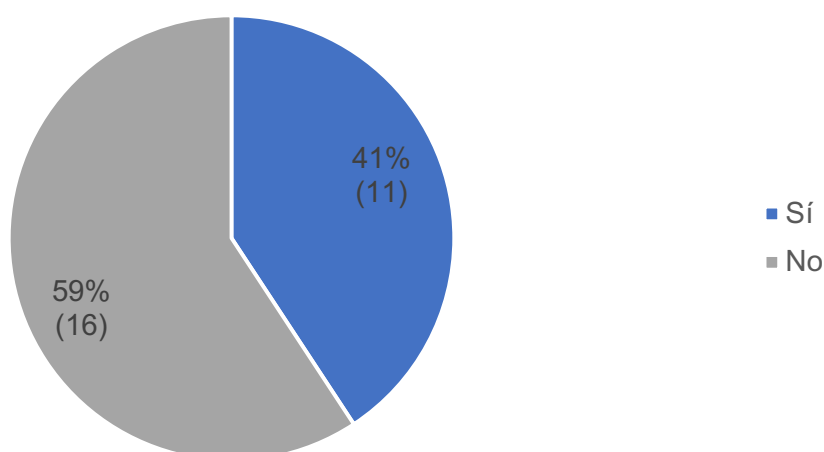
La diplomacia digital es uno de los ejemplos exponenciales de las variantes que se practican en el ámbito de la diplomacia pública. El avance de la sociedad internacional y la consolidación de la información y la tecnología como sustentos de las relaciones han propiciado que el desarrollo teórico de la diplomacia pública se vea reflejado en la administración pública y, aún más importante, en la visión y valores de la ciudadanía.

3. Resultados de la investigación

3.1. Análisis de la realidad comunicacional de las embajadas estudiadas

De acuerdo con la metodología expuesta, se ha realizado un estudio de los portales web de las veintisiete embajadas españolas en los países de la Unión Europea. En este sentido, los datos recogidos se plasmarán en el mismo orden que se plantea en la ficha reflejada en el desarrollo metodológico. Las variables del estudio irán acompañadas de gráficos que representan los resultados obtenidos, además de incluir, en los casos en que se considere oportuno, tablas que describan los datos señalados.

Identificación del Área de Comunicación



Fuente: Elaboración propia

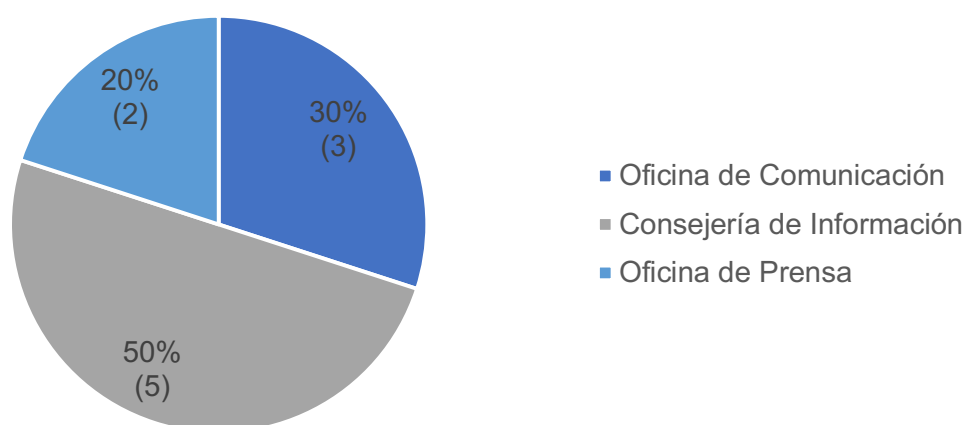
De un total de 27 embajadas, el 41% (11) de la muestra explicita un área de gestión de la comunicación en el organigrama de su embajada. El 59% (16) de las instituciones restantes no señalan la existencia de un responsable o equipo gestor de la comunicación, de acuerdo con la información proporcionada en el directorio de la web.

En el siguiente cuadro se refleja la relación de embajadas que hacen referencia al área de comunicación en el organigrama de su portal web y las que, por el contrario, no mencionan la existencia de una o varias personas que la gestionen:

Área identificada	Área no identificada
Alemania (Berlín)	Bulgaria (Sofía)
Austria (Viena)	Chipre (Nicosia)
Bélgica (Bruselas)	Croacia (Zagreb)
Francia (París)	Dinamarca (Copenhague)
Grecia (Atenas)	Eslovaquia (Bratislava)
Irlanda (Dublín)	Eslovenia (Liubliana)
Italia (Roma)	Estonia (Tallin)
Países Bajos (La Haya)	Finlandia (Helsinki)
Polonia (Varsovia)	Hungría (Budapest)
Portugal (Lisboa)	Letonia (Riga)
Reino Unido (Londres)	Lituania (Vilnius)
	Luxemburgo
	Malta (La Valeta)
	República Checa (Praga)
	Rumanía (Bucarest)
	Suecia (Estocolmo)

Fuente: Elaboración propia

Denominación



Fuente: Elaboración propia

El número de embajadas que responden a la variable “denominación” son 10. Si bien es cierto que la muestra de embajadas que reconocen un área de comunicación son 11, en este caso se deja fuera del grupo a una de ellas: la embajada española en Atenas. Ello se debe a que en su portal web se proporciona un número de teléfono para atender cuestiones sobre prensa, pero no se desglosa en ninguna sección información relativa al área. Es por ello por lo que se entiende que existe el área de gestión o una plaza vacante que la gestione, pero no se refleja el lugar que ocupa en el organigrama de la institución.

El 30% (3) de las embajadas que indican un área de comunicación se refieren a ella como “Oficina de Comunicación”, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 419/2018. El 50% (5) la denomina “Consejería (sectorial) de Información”, conservando la denominación que, tal y como se ha expuesto en el marco teórico, ha adquirido a lo largo de la historia. Finalmente, el 20% (2) de las embajadas que responden a esta variable reconocen un área de gestión bajo el nombre “Oficina de Prensa”.

En la siguiente tabla descriptiva se recoge la denominación del área en función de las embajadas:

Oficina de Comunicación	Consejería de Información	Oficina de Prensa
Italia	Austria	Alemania
Portugal	Bélgica	Países Bajos
Reino Unido	Francia	
	Irlanda	
	Polonia	

Fuente: Elaboración propia

Información específica relativa al área*

Embajada	Identificación	Email	Teléfono	Web
Alemania			X	X
Austria				X
Bélgica	X	X	X	
Francia	X	X	X	
Irlanda	X	X	X	
Italia	X	X	X	X
Países Bajos	X	X	X	
Polonia	X			
Portugal	X	X	X	
Reino Unido	X	X	X	

Fuente: Elaboración propia

* El número de respuestas a la variable “información específica relativa al área” es de 10 embajadas.

La variable “información específica relativa al área” ha sido cumplimentada por un número total de 10 embajadas. En el caso que nos ocupa, la elección de una de las categorías no excluye a las demás. Tal y como se puede ver reflejado en la tabla, se pueden dar casos en los que una embajada responda a más de una de las categorías incluidas en la variable de estudio.

De las 10 embajadas que, de acuerdo con su dirección web, contaban con un área dedicado a gestión de la comunicación, 8 proporcionan el nombre de la persona encargada. Además, se recoge el mismo número de casos que indican el teléfono con el que dirigirse al área. Asimismo, 7 de las embajadas que incluyen información relativa al área señalan, al menos, una dirección de correo electrónico. Finalmente, 3 de las instituciones que responden a este ítem reflejan una dirección web que aúna información adicional sobre la gestión de la comunicación.

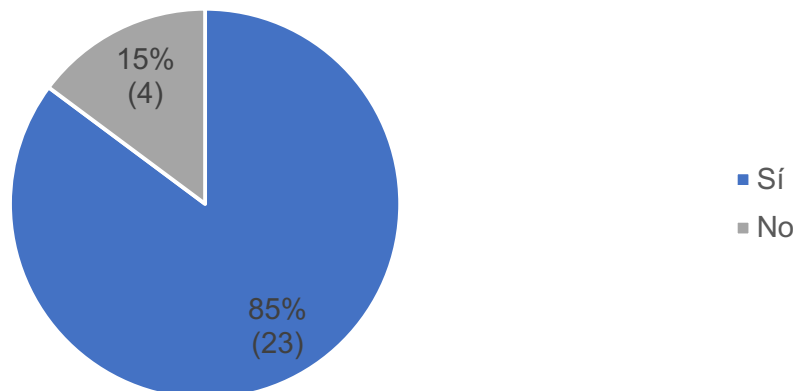
En lo que a la información de la web del área se refiere, es preciso señalar que en dos de los casos el enlace redirige al portal de comunicación de La Moncloa. Solo una de ellas, concretamente la embajada española en Berlín, posee un portal web adicional en el que refleja las funciones de sus Oficinas de Prensa en la capital alemana y en Viena.

Distinción entre las noticias publicadas por el MAEUEC y el contenido propio de la embajada

Ligado al estudio de esta variable cabe destacar que los portales web de las embajadas españolas, gestionados a su vez por la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, presentan dos tipos de acceso al portal de noticias. Por un lado, en la interfaz principal se diferencian las categorías “Noticia”, que redirige al usuario al portal de noticias emitidas desde el Ministerio de Asuntos Exteriores, Cooperación y Unión Europea; y “La embajada informa”, que conforma un archivo de piezas informativas realizadas, en la mayoría de los casos, por las embajadas.

Es por todo ello por lo que se introduce la variable de diferenciación entre las noticias publicadas desde el MAEUEC y las que genera cada una de las embajadas, con el propósito de analizar las facilidades que se ofrecen a los usuarios de los portales. De este modo, una vez se realiza el análisis de los veintisiete portales, se obtiene que el total de embajadas estudiadas refleja con claridad esta diferenciación de noticias en cada una de sus webs.

Archivo/hemeroteca de noticias de la embajada



Fuente: Elaboración propia

En este caso, y teniendo en cuenta lo expuesto en el análisis de la variable anterior, se aborda la existencia de una hemeroteca o archivo en el que la embajada aloje el contenido propio. Es oportuno resaltar, en primer lugar, que el acceso al archivo de

noticias de la embajada se localiza en la barra superior, concretamente en la categoría “Noticias”.

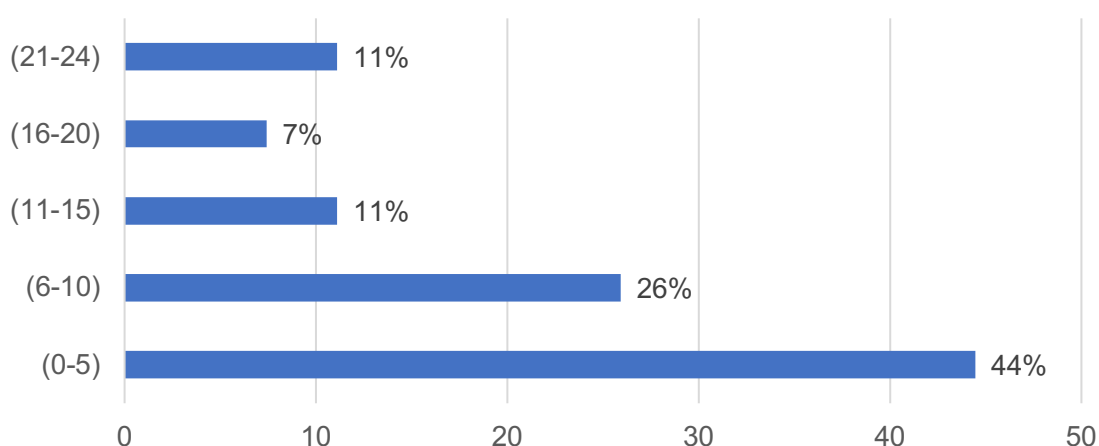
En lo que a la variable se refiere, el número de embajadas que han respondido a esta cuestión es 27. De este modo, el 85% (23) de las embajadas cuentan con una hemeroteca en la que archivar cronológicamente las piezas informativas que se van emitiendo. Por el contrario, el 15% (4) restante no cuentan con un depósito en el que alojar las publicaciones informativas. En estos casos, el acceso a los contenidos informativos se ve restringido dado que solo se pueden visualizar aquellas piezas que se reflejan en la categoría “La embajada informa”, en la interfaz de la web.

En el siguiente cuadro se recoge la relación de embajadas que no cuentan con un archivo de noticias:

Embajadas que no poseen archivo/hemeroteca de noticias
Chipre
Eslovenia
Finlandia
Suecia

Fuente: Elaboración propia

Número de piezas publicadas

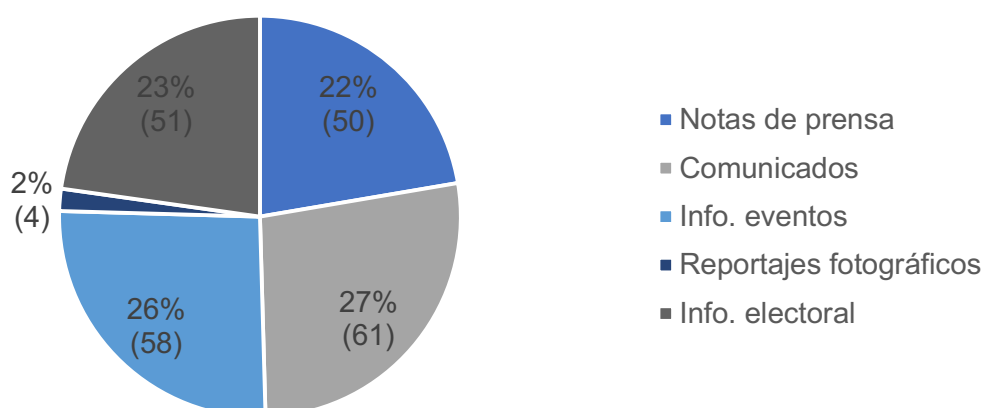


Fuente: Elaboración propia

En lo que al número de piezas publicadas se refiere, el período de análisis que se ha elegido para el estudio es de un año natural, desde el 18 de abril de 2018. De este modo, se ha optado por agrupar en intervalos de cinco en cinco el número de piezas publicadas, y por tanto elaboradas, por cada una de las veintisiete embajadas españolas. Los resultados obtenidos en el análisis van desde cero (caso de Dinamarca) hasta veintitrés (Bélgica) piezas informativas.

Tal y como se refleja en el gráfico de frecuencias, el 44% (12) de las embajadas publican entre 0 y 5 piezas informativas. El 26% (7) de la muestra publica entre 6 y 10 notas informativas durante el año de análisis, mientras que un 11% (3) hace constar entre 11 y 15 publicaciones. A esto se añade el 7% (2) de las embajadas que cuelgan entre 16 y 20 piezas, y otro 11% (3) que publica entre 21 y 23 contenidos de índole informativa.

Número de publicaciones en función del tipo de pieza



Fuente: Elaboración propia

La presente variable se ha decidido categorizar en diferentes ítems, cinco para ser exactos. A partir de un primer análisis de los portales web de las embajadas, anterior a la realización de la ficha, se observó que la información suministrada por estas instituciones españolas se podía clasificar en notas de prensa, en algunos casos respetando el estilo periodístico y en otros expuesta como información específica sobre un tema en concreto; en comunicados, que mantienen la estructura y el estilo al ser informaciones oficiales que llegan desde el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; información relativa a eventos organizados por la embajada o desarrollados en sus dependencias; en reportajes o fotografías, que como se expone a continuación son muy pocas y van acompañadas de una o dos líneas de texto,

focalizando la atención en el material audiovisual; y la información electoral, también piezas oficiales que provienen del MAEUEC y que son de obligada publicación.

Por otra parte, y ligado al período en el que se realiza el estudio, es importante tener en cuenta varios factores. El primero es la capacidad de las hemerotecas digitales, pues suelen tener entre una y cuatro páginas y puede producir disonancia si se compara el número de publicaciones entre embajadas. Con esto se quiere decir que existen casos en los que las embajadas son muy activas, poseen muchas publicaciones, y solo se puede acceder a las piezas del año 2019 o que, por el contrario, se encuentren portales en los que apenas se publica información o, directamente, no se hace.

En lo que a las notas de prensa se refiere, representan el 23% (50) de todas las publicaciones realizadas por las embajadas. A la hora de analizar este ítem se obtuvieron 9 respuestas, lo que indica que de 27 embajadas solo 9 han publicado notas de prensa en el intervalo de tiempo analizado. A continuación, se hace un desglose de las embajadas y el número de notas de prensa que publicó cada una:

Embajada	Número de notas de prensa publicadas
Alemania	6
Bélgica	14
Eslovaquia	1
Hungría	1
Italia	1
Malta	2
Polonia	7
Portugal	16
Suecia	2

Fuente: Elaboración propia

Los comunicados, a modo de nota informativa emitida desde el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, representan el 27% (61) de las piezas informativas que se han analizado. El número de embajadas que ha incorporado comunicados en sus publicaciones es de 22 sobre el total de las 27 instituciones que conforman la muestra del estudio. A la hora de examinar las hemerotecas o archivos de piezas informativas se han introducido en esta categoría las informaciones relativas a plazas vacantes en las embajadas, el cese de algún cargo de la institución o las

condolencias desde el MAEUEC a causa de catástrofes o atentados terroristas en los países en los que se desarrolla la misión.

En el siguiente cuadro se presenta la relación de embajadas y el número de comunicados publicado en el período de tiempo analizado:

Embajada	Número de comunicados publicados
Austria	4
Bélgica	3
Bulgaria	3
Chipre	1
Croacia	1
Eslovaquia	2
Eslovenia	5
Estonia	1
Francia	4
Grecia	4
Hungría	2
Italia	2
Letonia	9
Lituania	3
Luxemburgo	1
Malta	1
Países Bajos	3
Portugal	2
Reino Unido	2
República Checa	2
Rumanía	3
Suecia	4

Fuente: Elaboración propia

El ítem “información relativa a eventos y/o actividades de la embajada” representa el 26% (58) del número total de piezas informativas publicadas en las 27 embajadas. Se ha entendido por información sobre eventos a toda publicación que hable sobre la futura celebración de actos y que incorpore los detalles relativos al mismo. El número de embajadas que incorporan publicaciones relativas a eventos es de 14, a continuación, se desglosa la relación:

Embajada	Número de piezas publicadas sobre eventos
Alemania	1
Bélgica	6
Estonia	3
Finlandia	1
Francia	5
Grecia	1
Hungría	9
Italia	1
Malta	4
Países Bajos	16
Polonia	5
Portugal	4
República Checa	1
Rumanía	1

Fuente: Elaboración propia

En lo que a los reportajes fotográficos se refiere, representan el 2% (4) del total de publicaciones emitidas por las embajadas. Las publicaciones incluidas en esta categoría se presentaban en los 3 casos analizados como material fotográfico acompañado de una o dos frases informativas. En el siguiente cuadro se muestra la relación de embajadas y el número de reportajes fotográficos emitidos por cada una de ellas:

Embajada	Reportajes fotográficos publicados
Eslovaquia	2
Letonia	1
Rumanía	1

Fuente: Elaboración propia

El último ítem que compone la variable “número de publicaciones en función del tipo de pieza” es la “información electoral, memorándums, estadísticas e informes”. Teniendo en cuenta el intervalo de tiempo en el que se ha desarrollado el análisis de publicaciones, el número de *posts* que contienen información electoral es casi tan elevado como el de comunicados. Desde el 18 de abril de 2018 hasta la misma fecha de 2019 han tenido lugar varios comicios, como pueden ser las elecciones a las Cortes Valencianas y la convocatoria de elecciones generales, autonómicas y europeas. Se

trata de una pieza vacía de carácter periodístico pues es información que envía, de manera obligatoria, el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

El número de publicaciones con información electoral representa el 22% de los tipos de publicación que se han analizado. Esto se traduce en un número total de 51 entradas en 18 de las 27 embajadas que se han sometido al estudio. Así, se observa que las instituciones no publican el mismo número de informaciones relativas a los procesos electorales. La siguiente tabla refleja la relación de embajadas y el número de entradas electorales que se han publicado durante el período de análisis:

Embajadas	Información electoral publicada
Alemania	1
Bulgaria	2
Chipre	1
Croacia	3
Eslovaquia	5
Eslovenia	1
Estonia	3
Finlandia	1
Grecia	2
Hungría	6
Irlanda	1
Letonia	7
Luxemburgo	1
Malta	4
Países Bajos	1
Polonia	2
República Checa	2
Rumanía	8

Fuente: Elaboración propia

Perfiles en redes sociales de la embajada*

Embajada	Twitter	Facebook	Instagram	YouTube
Alemania	X			
Austria	X			
Bélgica	X			
Bulgaria	X			
Chipre	X			
Croacia	X	X		
Dinamarca	X			
Eslovaquia	X	X		
Eslovenia		X		
Estonia	X			
Finlandia	X			
Francia	X	X		
Grecia	X			
Hungría	X	X	X	
Irlanda	X			
Italia	X	X		
Letonia	X			
Lituania	X	X		
Luxemburgo	X	X		
Malta	X	X		
Países Bajos	X			
Polonia	X	X		X
Portugal	X	X		
Reino Unido	X	X		
República Checa	X	X		
Rumanía	X	X		
Suecia	X	X		

Fuente: Elaboración propia

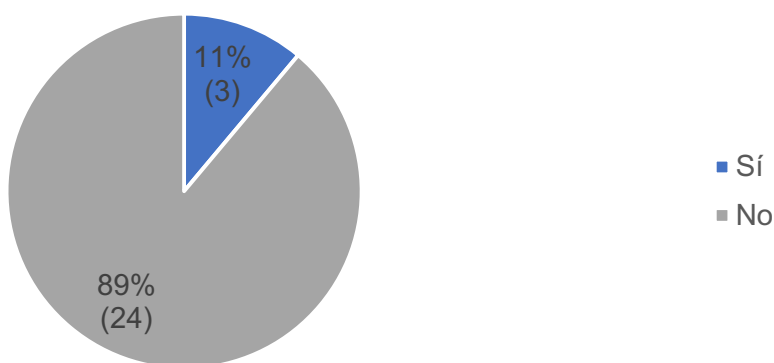
* El número de embajadas que responden a esta variable es 27.

La variable “perfiles en redes sociales” se ha estudiado en las 27 embajadas a partir de los enlaces encontrados en el menú de navegación de los portales web. En lo que al estudio de esta variable se refiere, la selección de una de las categorías no excluye a

las demás. Con esto se quiere decir que, tal y como refleja el cuadro expuesto, puede darse el caso de que haya embajadas que cuenten con un perfil en una o varias de las redes sociales incluidas en la ficha de análisis.

Del total de las embajadas estudiadas, 26 cuentan con un perfil en Twitter. La segunda red social más utilizada es Facebook, con páginas en 15 de los casos analizados. Tanto en Instagram como en YouTube se da el mismo resultado, existiendo solo una cuenta en cada una de ellas.

Información dirigida a corresponsales y/o medios de comunicación



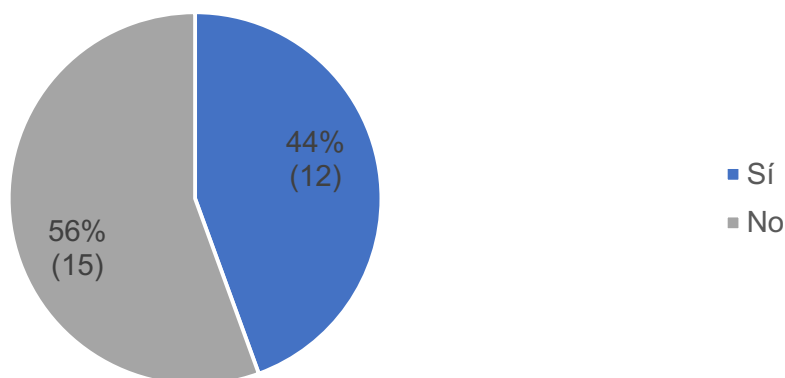
Fuente: Elaboración propia

Dentro de las funciones recogidas, tanto en el Real Decreto 419/2018 como en el 1271/2018, se asigna a las Oficinas de Comunicación y a la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática la tarea de ofrecer asistencia y apoyo a los corresponsales acreditados y a los medios del país en el que se desarrolla la misión. Dicha variable, recogida en la ficha de análisis de los portales web, busca conocer si existen recursos o indicaciones para los periodistas, al margen del soporte ofrecido por las embajadas y Oficinas de Comunicación fuera del entorno digital.

Tras el estudio de la variable en los 27 portales web, se ha obtenido que el 89% (24) de las embajadas no cuentan con ningún tipo de soporte que ayude, oriente o proporcione información a los corresponsales acreditados ante la institución o medios de comunicación en el país. No obstante, existe un 11% (3) que sí ofrece información de apoyo a los corresponsales y medios de comunicación. Se trata de un vínculo entre el

portal web de la institución y el del MAEUEC que, en todos los casos, ofrece información relativa a la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática.

Información sobre la Marca España



Fuente: Elaboración propia

En relación a las funciones atribuidas en el apartado anterior a las Oficinas de Comunicación y a la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, se distingue también la labor de promover la Marca España, ahora denominada España Global. En este sentido, con la variable “información sobre la Marca España” se pretende conocer si en los 27 portales web estudiados se exponen banners o información relativa a los programas incluidos dentro de la Marca España.

De acuerdo con el análisis realizado, en el 56% (15) de las web analizadas no se ofrece información relativa a los productos culturales que conforman la Marca España. El 44% (12) restante de la muestra sí que introduce elementos ligados a su promoción. A continuación, se muestra la relación de embajadas que ofrece información sobre España Global, y las que no lo hacen:

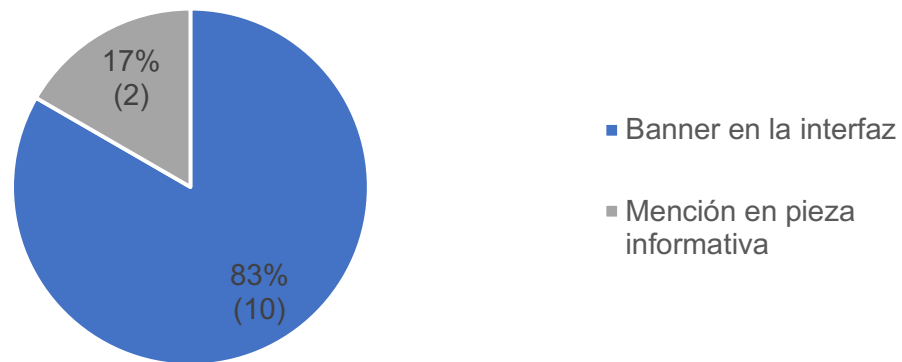
Embajadas que no ofrecen información sobre la Marca España
Bulgaria
Chipre
Dinamarca
Eslovaquia
Eslovenia
Estonia
Finlandia
Grecia
Irlanda
Italia
Luxemburgo
Malta
Portugal
Reino Unido
República Checa

Fuente: Elaboración propia

Embajadas que sí ofrecen información sobre la Marca España
Alemania
Austria
Bélgica
Croacia
Francia
Hungría
Letonia
Lituania
Países Bajos
Polonia
Rumanía
Suecia

Fuente: Elaboración propia

Tipo de información sobre Marca España



Fuente: Elaboración propia

La variable “tipo de información sobre Marca España”, última cuestión que se incluye en la ficha, se analiza tomando como referencia las 12 embajadas que sí promocionan de alguna manera la Marca España. Es importante destacar que en el estudio de esta variable no coinciden, en ninguno de los casos, los dos métodos de promoción de la Marca España que se incluyen en el protocolo de recogida de datos.

Las categorías elegidas para el estudio de la variable han sido la promoción mediante banners en la interfaz de la web, que se da en el 83% (10) de los casos; y la difusión de los programas o actividades en las mismas piezas informativas que se analizaron con anterioridad, que se da en un 17% (2) de los casos.

A continuación, se refleja la relación de embajadas y el método empleado para promocionar la Marca España:

Embajadas que promocionan la Marca España con el uso de banners
Alemania
Austria
Bélgica
Croacia
Francia
Letonia
Lituania
Países Bajos
Polonia
Rumanía

Fuente: Elaboración propia

Embajadas que difunden la Marca España con menciones en piezas informativas
Hungría
Suecia

Fuente: Elaboración propia

1.1.1 La comunicación, a prueba: ¿cumplen las embajadas lo exigido en la norma?

Los resultados obtenidos mediante el cumplimiento de las fichas de análisis y el propio diseño de la metodología empleada para llevar a cabo la presente investigación invitan a la comprobación y comparación de las actividades realizadas en cada una de las 27 embajadas que conforman la muestra del estudio.

Con el propósito de validar los objetivos e hipótesis planteadas al comienzo del trabajo, se propone un análisis, no exento de la lógica cautela que debe emplearse a la hora de categorizar los resultados, en el que observar el cumplimiento de los requisitos reflejados tanto en el Real Decreto 419/2018 como en el Real Decreto 1271/2018, y de las acciones propias que se esperan dentro del ámbito de actuación de un gabinete de prensa.

En la siguiente tabla se encuentran reflejadas 10 de las 12 variables que conforman la ficha utilizada para analizar la actividad de las 27 embajadas españolas, según los datos extraídos de sus portales webs. La puntuación otorgada a cada una de las embajadas será sobre un total de 100 puntos. De este modo, a las variables cuyas categorías sean excluyentes se les concederán 0 o 10 puntos (identificación del área de comunicación,

distinción entre las noticias del MAEUEC y las de la embajada, hemeroteca, información para corresponsales o medios, información sobre la Marca España, formato de la información relativa a la Marca España). La variable “número de piezas publicadas” se ha agrupado en los mismo intervalos establecidos en el análisis de los resultados y en función del número de piezas que publique la institución se otorga una puntuación de 2 a 10. En el caso de la variable “denominación” se ofrecerá una puntuación de 10 al ítem “Oficina de Comunicación”, por ser la designación que se contempla en el marco normativo español; 5 puntos al resto de denominaciones y 0 en caso de no aparecer. En lo relativo a la “información sobre el área” y a los “perfiles en redes sociales”, conformados por cuatro categorías en ambos casos, se establece una ponderación de 2,5 puntos que será acumulable en función del número de ítems señalado.

Embajadas	Identificación	Denominación	Información	Distinción noticias	Hemeroteca	Nº de publicaciones	RR.SS	Info. medios	Info. marca España	Tipo de info.	Total*
Alemania	10	5	5	10	10	4	2,5	0	10	10	66,5
Austria	10	5	2,5	10	10	2	2,5	0	10	10	62
Bélgica	10	5	7,5	10	10	10	2,5	0	10	10	75
Bulgaria	0	0	0	10	10	2	2,5	0	0	0	24,5
Chipre	0	0	0	10	0	2	2,5	0	0	0	14,5
Croacia	0	0	0	10	10	2	5	0	10	10	47
Dinamarca	0	0	0	10	10	0	2,5	0	0	0	22,5
Eslovaquia	0	0	0	10	10	4	5	0	0	0	29
Eslovenia	0	0	0	10	0	4	2,5	0	0	0	16,5
Estonia	0	0	0	10	10	4	2,5	0	0	0	26,5
Finlandia	0	0	0	10	0	2	2,5	0	0	0	14,5
Francia	10	5	7,5	10	10	4	5	10	10	10	81,5
Grecia	10	0	0	10	10	4	2,5	10	0	0	46,5
Hungría	0	0	0	10	10	8	7,5	0	10	10	55,5
Irlanda	10	5	7,5	10	10	2	2,5	0	0	0	47
Italia	10	10	10	10	10	2	5	0	0	0	57
Letonia	0	0	0	10	10	8	2,5	0	10	10	50,5
Lituania	0	0	0	10	10	2	5	0	10	10	47
Luxemburgo	0	0	0	10	10	2	5	0	0	0	27
Malta	0	0	0	10	10	6	5	0	0	0	31
Países Bajos	10	5	7,5	10	10	10	2,5	0	10	10	75
Polonia	10	5	2,5	10	10	6	7,5	0	10	10	70,7
Portugal	10	10	7,5	10	10	10	5	0	0	0	62,5
Reino Unido	10	10	7,5	10	10	2	5	0	0	0	54,5
República Checa	0	0	0	10	10	2	5	10	0	0	37
Rumanía	0	0	0	10	10	6	5	0	10	10	51
Suecia	0	0	0	10	0	4	5	0	10	10	39

*La puntuación de cada una de las embajadas analizadas es sobre un total de 100 puntos

3.2. Visión de la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública

Según lo explicado en el desarrollo metodológico de la investigación, se realiza la entrevista a Ángel Carrascal, diplomático de carrera y subdirector general de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública, con el objetivo de ahondar en la convergencia de las funciones y acciones que emanan de la estrategia de comunicación del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y las propias de cada una de las embajadas.

¿Qué lugar ocupa la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública en el organigrama del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación?

Para poder definir el lugar que ocupa la Subdirección General de Comunicación y Diplomacia Pública es importante tener en cuenta las diferentes denominaciones que ha recibido la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática a lo largo de la historia.

La Oficina de Información Diplomática es la marca histórica con la que nos referimos a lo que en 2004 llamábamos la Dirección General de Comunicación Exterior o a la actual, desde 2017, Dirección General de Comunicación e Información Diplomática. Los órganos internos de la Dirección General se han denominado de diferentes maneras durante todo este tiempo, pero la función siempre ha sido la misma. Por un lado, se busca ejercer la portavocía del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; por otro, desarrollar la estrategia de comunicación en términos de diplomacia pública, para que los ciudadanos también tengan acceso y conocimiento de la acción exterior; y finalmente, dar apoyo a los corresponsales acreditados en todas las embajadas españolas y reforzar las relaciones con los medios internacionales.

A día de hoy, la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática se compone de dos subdirecciones generales; una de ellas, la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública.

¿En qué se diferencia de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática? ¿Qué implicación tiene en las actividades comunicativas de las veintisiete embajadas a nivel europeo?

Como decíamos, la Dirección General se encarga de coordinar toda la estrategia de comunicación del Ministerio de Asuntos Exteriores, mientras que a los órganos que la componen se les encomienda el manejo de tareas y directrices mucho más concretas. Es decir, nosotros lo que hacemos es proporcionar información a las diferentes embajadas, desde comunicados o actividades que van a tener lugar en diferentes embajadas hasta material audiovisual, para las páginas webs y redes sociales.

A nivel de implicación, trabajamos en la indicación de directrices para los periodistas y medios acreditados ante las embajadas, damos apoyo en acciones concretas como pueden ser la celebración de actos oficiales, ruedas de prensa o comidas informativas. Por otra parte, la Subdirección General de Comunicación y Diplomacia Pública también asiste y orienta a las embajadas en la gestión de la comunicación, especialmente a aquellas que no cuentan con una Oficina de Comunicación.

En el año 2017 el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación incorporó cambios normativos, entre ellos la consolidación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, ¿ha modificado este cambio la forma de operar en las embajadas?

Se trata de un cambio progresivo. A lo largo de este tiempo lo que se ha hecho es buscar la manera de estructurar la Oficina de Información Diplomática de manera que no se mezclasen las áreas de trabajo y que se desarrollasen las tareas más importantes para el MAEUEC en lo que a la comunicación, la imagen institucional y la acción exterior se refiere.

Esta última organización de la estructura orgánica del Ministerio de Asuntos Exteriores ha proporcionado un cambio sustancial, sobre todo aquí, en la institución. En primer lugar, porque tal y como decía hay una mayor organización y menor probabilidad de que los diferentes equipos se pisen mientras hacen su trabajo; y en segundo lugar, nos hemos adaptado a la realidad. La comunicación es esencial y la diplomacia pública existe, no se puede ignorar. La gestión de la comunicación hace unos años era mucho más institucional, pues era lo que demandaba la propia sociedad. Como vemos, ahora el poder es relativo, está al mismo nivel que la comunicación y las redes sociales son el

máximo exponente. España es de los primeros precursores de la actividad diplomática en las redes sociales. Siempre hemos sido muy activos en redes y desde que se ha optado por incorporar la diplomacia pública como elemento esencial de la estrategia de comunicación del MAEUEC se ha notado sustantivamente el cambio.

¿Qué diferencia a las Oficinas de Comunicación de las Consejerías (en algunos casos sectoriales) de Información que se indican en algunos de los portales web de las embajadas?

Aquí se produce la misma situación que explicaba acerca de la marca histórica de la Oficina de Comunicación Diplomática. El área de gestión de la comunicación ha recibido, casi siempre, el mismo nombre: Consejería (sectorial) de Información. Con la aprobación de un Real Decreto en 2018 su denominación cambió a Oficina de Comunicación, pero las funciones son las mismas. El cambio en las denominaciones a veces genera cierta confusión.

En una embajada que no cuente con Oficina o Consejería de Información, ¿qué lugar ocupa la comunicación?

La comunicación es igual de importante en todas las embajadas, al fin y al cabo hablamos de la implantación de la estrategia de comunicación del Ministerio en la red de embajadas españolas. Ahora bien, aquí hay que hacer un apunte. Existe una diferencia en la gestión de la comunicación entre las embajadas que cuentan con Consejería de Información y las que no.

Las Consejerías de Información, ahora Oficinas de Comunicación, dependen jerárquicamente del MAEUEC al ocupar un puesto en el organigrama de la embajada, pero orgánicamente forman parte de Presidencia del Gobierno, concretamente de la Secretaría de Estado de Comunicación. Esto quiere decir que responden ante La Moncloa pero que se coordinan con el Ministerio de Asuntos Exteriores para implantar las acciones y estrategias indicadas.

En el caso de las embajadas que no cuentan con Oficinas de Comunicación, la dependencia es directamente del MAEUEC. Desde la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática se hacen llegar las indicaciones, acciones y estrategias pertinentes para facilitar la gestión de la comunicación. Nuestra Subdirección General, en concreto, suele facilitar todo el material informativo y los

contenidos digitales; la otra Subdirección General, la correspondiente a la Oficina de Información Diplomática, lleva a cabo las tareas de coordinación y gestión de medios.

¿Y quién la gestiona?

La comunicación en estos casos suele estar gestionada por la segunda o tercera jefatura de la embajada, dependiendo de la estructura jerárquica de la institución. En estos casos aplicar la norma es mucho más complicado porque las tareas de comunicación no están tan bien definidas como pasa con las Oficinas de Comunicación. Se trata de algo más difuso.

¿Se produce lo mismo que en una embajada que cuente con el respaldo de una estructura comunicativa?

En líneas generales sí. Como decía, se pueden dar casos en los que haya una vacante de comunicación cubierta y otros en los que somos nosotros quienes tenemos que apoyar al personal para que se puedan llevar a cabo todas las tareas comunicativas. A esto, también debemos añadirle el lugar en el que se desarrolla la misión diplomática, el volumen de actividades que se llevan a cabo y acontecimientos que se puedan dar (por ejemplo, catástrofes naturales; atentados terroristas; o condicionantes políticos como el Brexit).

Dentro de la plantilla de la embajada, ¿todo el mundo ha hecho carrera diplomática?

En las embajadas todas las vacantes suelen estar ocupadas por funcionarios, es decir, diplomáticos. No obstante, se pueden dar casos en los que se designe a embajadores externos al cuerpo diplomático.

Para adquirir la función de responsable de prensa/secretario de comunicación, ¿se requiere ser profesional en el ámbito de la comunicación?

No. Los directores de las Oficinas de Comunicación, o Secretarios de Comunicación (como se denominan ahora), son diplomáticos pero no tienen por qué poseer un perfil orientado hacia la comunicación o el periodismo.

¿Cómo suele ser el perfil de aquellos/as que gestionan la comunicación (ya sea en las embajadas que dispongan de Oficina o no)?

En el caso de las Consejerías de Información sí que se suele contar con perfiles concretos. Estamos hablando de un área especializada en la comunicación y por supuesto se busca a gente con el perfil o experiencia en la materia. No obstante, puede no darse el caso.

Con las embajadas que no disponen de un área sectorial que gestione la comunicación es más complicado. Como decía, en estos casos se suele dejar la gestión de redes sociales y la organización y desarrollo de actividades a la segunda o tercera jefatura, por lo tanto a la hora de definir el perfil es más complicado. Puede que se dé una situación en la que se disponga de alguna persona que ocupe el cargo y además sea experto en comunicación, o todo lo contrario.

¿Considera que existe un espacio profesional para el periodismo/comunicación en este ámbito?

Por supuesto. La comunicación siempre ha sido un eje vertebrador del Ministerio, ahora más que nunca. Es importante contar también con expertos en el periodismo y la comunicación.

Las labores de la gestión y acciones de comunicación en las embajadas, ¿son efectuadas únicamente por el personal del área o cuentan con la colaboración de agentes externos?

Como he ido explicando, cada embajada es un mundo. Desde la Subdirección General lo que hacemos es facilitar y coordinar el trabajo a realizar en el exterior, pero evidentemente se pueden dar casos de colaboraciones externas para llevar a cabo estrategias o acciones concretas en las embajadas.

¿Considera importante que el cargo de responsable de prensa/secretario de comunicación esté ocupado por un profesional de la comunicación?

La respuesta a esta cuestión está relacionada con la existencia del espacio profesional de la profesión. El acceso a la carrera diplomática exige la posesión de un grado o licenciatura, da igual qué carrera se haya estudiado. En este sentido, la amplia mayoría

de los diplomáticos de carrera provenimos de carreras ligadas al derecho, las ciencias políticas y las relaciones internacionales. Estos campos son imprescindibles para poder desarrollar la actividad, pero la comunicación, tal y como expliqué, es también muy necesaria. Contar con profesionales de la comunicación en las áreas de gestión correspondientes facilita mucho la labor desde el Ministerio y además beneficia la adaptación y el desarrollo de la acción exterior española.

¿Qué cualidades o aspectos considera que debería contener el perfil de un periodista que vaya a dedicarse a la comunicación diplomática u ocupar el puesto de un responsable de prensa/secretario de comunicación (o similares)?

Considero esenciales conocer y dominar la comunicación e imagen institucional y el uso de redes sociales a la hora de hacer llegar a la sociedad la acción que se desarrolla en el exterior. A esto hay que añadirle la capacidad de comunicarse, muy importante aunque parezca una tontería, y la habilidad de crear contenidos llamativos e informativos para el entorno digital. Y después, a la hora de desarrollar actividades más concretas, hay que saber comunicar bien, a la sociedad y a los propios medios, ser discreto en la gestión de la información, saber hacer *flash reports* y tener la capacidad de sintetizar y analizar la información con la que se trabaja.

3.3. Comunicación y diplomacia en La Haya: análisis de la realidad comunicacional española en su embajada

El último instrumento utilizado para desarrollar la investigación ha sido una entrevista al Consejero Cultural de la embajada española en La Haya, Luis Tejero. Tal y como se refleja en el apartado que concentra la metodología del estudio, se ha elaborado una batería de preguntas que abordan aspectos relativos a organización jerárquica de la embajada, cuestiones sobre la actividad en el área destinada a la gestión de la comunicación y un espacio de reflexión acerca del perfil de la persona encargada de coordinarla. A continuación se refleja la transcripción de la conversación mantenida con el diplomático.

¿Qué rango ocupa en el Cuerpo Diplomático?

En el escalafón de la Carrera Diplomática española soy Consejero de Embajada y en la embajada española en La Haya soy el Consejero Cultural.

¿Proviene de familia con “tradición diplomática”?

No.

Describa brevemente su trayectoria y cargos desempeñados

Ingresé en el Ministerio en el año 1999 y mi primer puesto fue en la Subdirección General de África del Norte. Luego estuve destinado en Argelia, como Encargado de Asuntos Consulares. Más tarde volví a Madrid y ocupé una vacante en la Oficina de Información Diplomática durante un año. Más tarde estuve destinado en la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas hasta que volví a Argelia, a Orán en concreto, como Cónsul General. Estuve tres años en excedencia y después, durante cuatro años, fui Ministro Consejero en Bucarest, Rumanía. Más tarde volví al Ministerio de Asuntos Exteriores otros cuatro años, como Jefe de Guardia, y desde agosto de 2018 estoy en La Haya.

¿Lleva mucho tiempo a cargo de la Consejería de Cultura de la embajada?

Desde agosto de 2018, nueve meses.

¿Cuál es su jornada laboral?

Entro aproximadamente a las ocho y media de la mañana, y la salida –depende del día– suele ser normalmente sobre las cinco y media de la tarde.

¿Considera que su puesto de trabajo tiene un reconocimiento social excepcional?

Tengo la sensación de que no se sabe bien lo que es un diplomático. Muchas veces hay una sobrevaloración de un tipo de vida que ya no se corresponde con la realidad. Sí que es cierto que existe un reconocimiento público palpable: un diplomático no deja de ser un alto funcionario del Estado con un considerable nivel de preparación. Quizá lo excepcional de la vida del diplomático, como funcionario del Estado, sea tener que desarrollar gran parte de su vida laboral fuera de España.

¿Considera equiparable el prestigio de su Consejería frente a otras como la de Educación o Cultura?

La cuestión, en este caso, del prestigio es un problema más de tradición que de otra cosa. Las embajadas históricamente estuvieron en las manos exclusivas de los diplomáticos, algo inconcebible a día de hoy, en la medida en que han ido creciendo y diversificando sus actividades y, en consecuencia, la procedencia de sus funcionarios. Lo importante no es el “prestigio “de esta consejería o aquella sino la capacidad de la Administración española en el exterior para abarcar con eficacia campos de actividad que se estiman de interés nacional.

¿Considera que se le podría sacar más partido o rendimiento a su área de trabajo dentro de la embajada?

Sí, indudablemente. La respuesta al “cómo” está en el presupuesto. Recibimos muy poca financiación de la Consejería de Cultura de la embajada, lo que impide llevar a cabo actividades cuyos gastos (alquiler, cachés, etc.) superan nuestra dotación presupuestaria.

En el año 2017 el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación incorporó nuevos cambios normativos, entre ellos la creación de la Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, ¿ha modificado este cambio la forma de operar de la embajada?

Llevo muy poco tiempo en esta embajada como para poder medir el impacto que ha tenido este cambio. No obstante, y tomando como referencia mi última experiencia en la embajada en Bucarest, sí que se nota un esfuerzo de mayor coordinación desde el MAEUEC. Aun así, llevo muy poco tiempo como para poder hacer consideraciones más profundas al respecto.

¿Existe una Oficina de Comunicación/Consejería de Información en la embajada? ¿Cuántas personas la conforman? Su formación, ¿está ligada de alguna manera a la Comunicación o el Periodismo?

No. En nuestra embajada no contamos con una Consejería de Información. De hecho, está vacante la plaza de esa Consejería o área de trabajo. Con lo que sí contamos es con dos personas contratadas por la embajada que se encargan de realizar algunas de

las tareas de comunicación que han de llevar a cabo todas las embajadas. No son, pues, funcionarios del Ministerio de Asuntos Exteriores, sino contratados locales quienes llevan a cabo el seguimiento diario de la prensa holandesa y la gestión de las redes sociales en las que tiene presencia la embajada. Respecto a la formación, ninguna de las dos personas tiene un perfil ligado al Periodismo o la Comunicación.

Las labores de gestión de la comunicación de su embajada, ¿son efectuadas únicamente por el personal del área o cuentan con la colaboración de empresas externas?

Todas las tareas son llevadas a cabo por el personal de la embajada, tanto funcionarios como contratados locales, sobre la base de instrucciones del MAEUEC. En ningún caso existe colaboración con empresas externas.

En el Real Decreto 419/2018 se detallan las funciones y ámbitos de trabajo de las Oficinas de Comunicación. ¿Cuál es el grado de implementación de cada una de ellas?

Es importante resaltar que en las embajadas se cumplen todas las instrucciones que se reciben de los distintos órganos del Ministerio de Asuntos Exteriores (las consejerías y agregadurías sectoriales, a su vez, de los correspondientes ministerios de que dependan). Las embajadas, en ese sentido y de manera general, no entran a valorar las decisiones que se toman a nivel central: son un brazo ejecutor, por así decirlo.

a. El ejercicio de la portavocía del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación en el país en el que está destinado

El grado de intervención es máximo: no hemos de perder de vista que el único interlocutor permanente y oficial de España en el extranjero es la embajada y el ejercicio de tal competencia está centralizado, normalmente, en su máximo representante, el embajador.

b. Gestión de contenidos, apariciones e intervenciones del embajador y demás cargos de la misión ante los medios de comunicación

En la gestión de contenidos somos muy poco autónomos. Tal y como he ido comentando a lo largo de la entrevista, los contenidos y acciones que se han de realizar en cada una

de las embajadas las señala el Ministerio de Asuntos Exteriores. De nosotros se espera que hagamos el trabajo que se nos ordena. Por otro lado, las apariciones del embajador y los demás cargos de la misión no son diarias, por lo tanto, tampoco podemos decir que el nivel de actividad sea alto.

c. Análisis y distribución de la información sobre España en el exterior

La recopilación de información es muy importante, una de las labores principales que llevan a cabo las embajadas. La embajada analiza esa información y la remite al MAEUEC. Si se estima que es una información cuyo contenido se puede hacer público, se distribuye desde nuestras plataformas y redes sociales.

d. Creación e implementación de la estrategia de comunicación.

Las embajadas no crean una estrategia de comunicación. Esta viene dada, una vez más, por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Nosotros no participamos en ninguna estrategia de comunicación desde el punto de “qué es lo que se comunica”, nosotros somos el distribuidor final. Somos quien pone el mensaje en los oídos de quien el Ministerio considera que ha de escucharlo.

e. ¿Crean ustedes el plan de comunicación de la embajada o viene dado?

El ministerio elabora una estrategia global que se ha de desarrollar en toda la red de embajadas. Cada país tiene sus particularidades, efectivamente, y lo que se hace es adaptar al país concreto las instrucciones dadas. Se nos da el mensaje y somos nosotros quienes valoramos cómo emitirlo en función del lugar en el que estemos. De todas maneras, desde cada embajada se elabora obligatoriamente un plan de comunicación anual que se remite al Ministerio de Asuntos Exteriores. Es un documento de uso interno que comprende una serie de puntos en los que se especifica cómo se va a proyectar la imagen de España, cuáles son los contactos que tiene la embajada, a través de qué vías se realiza (prensa, *think tanks*, vías institucionales, etc.) y los interlocutores con los que se cuenta. Podría decirse que en el plan de comunicación anual queda plasmada la red de la que dispone cada embajada para difundir todos los mensajes que el Estado considere oportunos.

f. Acciones de comunicación institucional

En este caso el grado de implicación de las embajadas es total: no hay comunicación institucional ordinaria en el extranjero, por parte del Estado, al margen de las embajadas. Cuando el Ministerio de Asuntos Exteriores quiere poner en conocimiento de autoridades extranjeras un determinado mensaje, somos nosotros quienes llevamos a cabo esas acciones. En cada embajada hay un encargado de velar por la buena imagen de España, dentro del marco de España Global (anteriormente conocida como Marca España), y en la embajada española en La Haya yo soy el encargado, aparte de la Consejería de Cultura.

g. Gestión de perfiles en redes sociales

Como indiqué, las redes sociales las lleva una persona que no es funcionaria, sino contratada local, y se encarga de gestionar nuestra cuenta de Twitter.

h. Promoción de la Marca España, ahora también conocida como España Global

Grosso modo esta pregunta queda respondida en el epígrafe f.

i. Envío de información y análisis sobre la actualidad internacional que pueda ser de interés para España

Ésta es una labor fundamental de la embajada. Nosotros no analizamos la información que recibimos de España, pero sí analizamos toda la información que podamos recabar en Holanda y la enviamos al MAEUEC. Si se tiene en cuenta la Convención de Viena sobre relaciones diplomáticas, de 1961, es una de las cinco funciones que tiene una embajada. No hay ninguna embajada que no haga esto: ésta es, en parte, la razón de ser de las relaciones diplomáticas.

j. Organización de la cobertura informativa de visitas oficiales, ya sean del Gobierno español, la Casa Real u otros líderes internacionales

En el caso de los líderes internacionales, no. Nosotros nos ocupamos de las visitas oficiales españolas. Las más frecuentes son las de ministros y la Casa Real. Aquí

podríamos hablar de una intervención media, dado que parte de la cobertura informativa nos llega de los gabinetes de comunicación de los propios ministerios o Casa Real. No obstante, todos estos viajes tienen una preparación previa que requiere desde contenidos informativos hasta formatos de ruedas de prensa, etc. En este caso nuestra intervención está sometida a lo que solicite la institución españolas implicada en la visita.

k. Asistencia y apoyo a corresponsales internacionales. ¿Existe algún documento o guía?

Nosotros aquí mantenemos una muy buena relación con los corresponsales españoles acreditados en los Países Bajos. Hay tres: El País, El Mundo y la Agencia EFE. Con corresponsales extranjeros en España no tenemos ningún tipo de relación, sabemos quiénes son porque seguimos lo que se publica aquí sobre España, pero más allá de ese conocimiento no hay trato.

En lo referente a documentos o guías para la acreditación de periodistas extranjeros, es algo que compete a la parte holandesa. Nosotros simplemente tenemos una buena relación con los corresponsales españoles. Ellos nos piden información y nosotros a ellos...

l. Relación con los medios del país en el que se encuentra la misión diplomática

Dicha relación está íntimamente vinculada a la función de informar de una embajada porque la principal fuente de información que tiene una embajada es la prensa. Efectivamente, existe mucha relación. Cuando a España le interesa transmitir un mensaje y que aparezca en la prensa local, se convocan ruedas de prensa, se llama a los medios para actos de carácter cultural, etc.

¿En qué medida considera importante que el cargo de Secretario o Consejero de Información sea ocupado por un profesional de la comunicación y/o información?

Creo que es muy importante, fundamental. Si así sucediera, revelaría que se presta una atención prioritaria a la cuestión de la comunicación, que es una materia preferente. El seguimiento de la prensa es fundamental, pero alguien que esté absolutamente concentrado en la gestión de la comunicación y que tenga una formación como periodista, siempre mejorará mucho tal gestión de la embajada en esta materia; será

mucho más eficaz. Las cuestiones de carácter técnico, si las realizan personas que dominan el asunto concreto, permiten alcanzar en esos ámbitos resultados óptimos o mejores. Creo que es importante que haya siempre técnicos exclusivamente dedicados a la tarea que se les encomienda.

¿Qué cualidades o aspectos considera que debería contener la formación de un periodista que vaya a dedicarse a la comunicación diplomática u ocupar el puesto de Secretario o Consejero de Información (o similares)?

Mi aportación en este caso es una reflexión personal. Cualquier persona que pudiera trabajar en el ámbito de la comunicación en una embajada, o desde Madrid también, lo primero que tiene que conocer son varios idiomas, y conocerlos bien. Eso es fundamental, no sirve para nada estar en una embajada si no se sabe inglés. Además, puestos en el mejor de los casos, debería conocer la lengua nacional del país concreto, porque aporta garantías añadidas a la hora de llevar a cabo el trabajo.

Luego, específicamente en el ámbito diplomático, alguien que no pertenezca a la Carrera y que no tenga la práctica de trabajo en una embajada, necesariamente tiene que aprenderlo. Una embajada es un sitio, digamos, *sui géneris*, sobre el que se tienen muchas ideas que, de nuevo, repito, no concuerdan con la realidad. En algunos casos estas ideas están sesgadas: no se trata de un sitio en el que se está todo el día de fiesta ni tampoco es un lugar glamuroso en el que no se hace nada. Para saber qué es una embajada, antes de estar en ella, es muy importante conocer lo que puede o no puede hacer una embajada, qué son los privilegios e inmunidades diplomáticas, estar familiarizado con las Convenciones de Viena, etc.

Por otro lado, también creo que hay que tener un poco de “don de gentes”. Para enterarse de las cosas hay que hablar con todo el mundo y saber preguntar. Todos estos elementos forman la base sobre la que se puede actuar desde el exterior, en una representación diplomática.

Con respecto a las tareas desempeñadas por la Consejería de Información, ¿son propias de la comunicación institucional? O, por el contrario, ¿considera que se incorporan aspectos que constituyen un modelo específico de “comunicación diplomática”?

Tal y como hemos comentado, sí que se puede hablar de una cierta especificidad en este ámbito. Se trata de un medio especial: en las embajadas hay determinadas cosas que no se pueden hacer. Esto significa, además, que hay que ser consciente de que esas cosas pueden incluso empeorar las relaciones entre España y el Estado en el que nos encontremos. Es decir, entraña cierto riesgo desconocer los principios sobre los que se articulan las relaciones diplomáticas.

En este sentido, creo que sí que podemos hablar de una comunicación diplomática. No en un sentido *ñoño*, sino en el de que es necesario un conocimiento previo del mundo internacional (política, bases jurídicas sobre las que funciona la diplomacia) y la propia manera de actuar de las embajadas. Todo esto es importante a la hora de dar un enfoque eficaz a cualquier Consejería de Comunicación.

4. Conclusiones

4.1. Hacia un diseño del perfil profesional y una mejora de los canales de comunicación diplomáticos

El valor otorgado a la comunicación en el plano diplomático ha sido de carácter variable a lo largo de los últimos setenta y cuatro años. Sin lugar a dudas, la creación de la Oficina de Información Diplomática en el año 1945 fue un avance que sentó las bases del modelo comunicacional que el Ministerio de Asuntos Exteriores sigue implantando. No obstante, la comunicación, al igual que otras disciplinas, como las relaciones internacionales, es un ámbito cambiante y convergente. De este modo, la evolución tecnológica y comunicativa que ha tenido lugar en los últimos veinte años se ha colado en las diferentes estrategias que utilizan los estados para difundir su acción exterior.

A través del análisis realizado, con especial atención en el estudio de los portales web de las veintisiete embajadas españolas en la Unión Europea y las entrevistas realizadas a los dos funcionarios de la Carrera Diplomática española, se ha podido comprobar que la profesionalización de la gestión comunicativa en el ámbito diplomático es un requerimiento que no debería demorarse en el tiempo. Si bien es cierto que muchas de las actividades descritas son propias de la comunicación en el marco institucional, la investigación llevada a cabo ha permitido esclarecer un modelo que, a parte de coincidir en ciertos aspectos con el institucional y corporativo, introduce elementos y necesidades propias de una comunicación centrada de manera exclusiva en el ámbito diplomático.

Asimismo, el marco normativo que se ha ido desarrollando en los últimos setenta y cuatro años ha otorgado diferentes niveles de importancia a la comunicación en el ámbito de las relaciones internacionales. Ligado al desarrollo de la nueva era tecnológica y a las demandas políticas y sociales, se han ido modernizando y creando nuevas estructuras con las que evidenciar el incalculable valor de la comunicación. Sin embargo, este nuevo espacio carece de lo más importante: profesionales de la comunicación dedicados a su gestión.

Tal y como se refleja en el cuerpo de la investigación, de las veintisiete embajadas españolas en la Unión Europea, solo diez reconocen un área dedicado a la comunicación. Las vacantes de comunicación con las que cuentan las embajadas son muy pocas, teniendo en cuenta el valor otorgado a este área de gestión en el marco normativo. Y además, el perfil de sus titulares suele estar más próximo a campos como el Derecho o las Ciencias Políticas en lugar del Periodismo o la Comunicación.

Por todo ello, y de acuerdo con los objetivos marcados en la presente investigación, se propone un avance del modelo de comunicación diplomático que, además de las funciones reflejadas en el marco normativo español, recoja las necesidades de las instituciones y demandas de la sociedad.

- 1. Cualidades personales:** se entiende que, *a priori*, el profesional del área de comunicación incorpora una serie de cualidades personales que facilitan el desarrollo de las funciones previstas en este ámbito. Entre ellas destacan la curiosidad por aprender sobre el mundo, la cultura y la gente, una visión aperturista o la aceptación de la multiculturalidad como mecanismo de gestión. El profesional dedicado a la comunicación diplomática ha de poseer vocación de servicio público y sentido de la responsabilidad. El deber, la disciplina y la ética profesional serán tres premisas fundamentales a la hora de desempeñar el cargo. Sumado a esto, se exigirá un carácter asertivo, que fortalezca la escucha activa de la sociedad, y extrovertido, que haga de la comunicación la herramienta más valiosa en el desarrollo de las relaciones entre países.
- 2. Formación:** la formación de los profesionales en este ámbito es clave. Como se ha reflejado a lo largo de la investigación, el plano diplomático ha prevalecido, hasta ahora, sobre el comunicativo. Con este diseño del perfil profesional se pretende estabilizar la balanza. Por tanto, se exige una alta cualificación tanto en los aspectos relacionados con el mundo diplomático como en la gestión y el

diseño de las estrategias de comunicación. La combinación de un alto nivel en ambos perfiles formativos sin duda mejorará y redundará en una mayor eficiencia de la estrategia. De este modo, se avistan dos opciones de la cara a la formación de estos profesionales. O bien el curso de estudios como Derecho, Ciencias Políticas o Relaciones Internacionales, y la especialización posterior a través de posgrados ligados a la gestión comunicativa y la acción exterior; o bien una formación directa a través del grado en Periodismo, con especialización en Comunicación Institucional y técnicas y ámbitos específicos de la Diplomacia.

3. **Idiomas:** el dominio de idiomas será de suma importancia, concretamente del inglés y el francés según establece la norma. Además, se recomienda conocer el idioma nacional del país en el que se está destinado, en caso de no utilizarse los anteriores.
4. **Funciones generales:** con carácter general, las funciones otorgadas a las Oficinas de Comunicación y sus profesionales quedan reflejadas en el Real Decreto 419/2018. Se entiende que los profesionales de esta área deberán cumplir y ejecutar las órdenes enviadas desde el MAEUC.
5. **Funciones específicas:** con carácter general, las funciones otorgadas a las Oficinas de Comunicación y sus profesionales quedan reflejadas en el Real Decreto 419/2018. Teniendo en cuenta este desarrollo normativo, se entiende que el profesional deberá adecuar la estrategia de comunicación que marca el Ministerio a la realidad comunicacional de su embajada. En este sentido, tendrá que ejecutar las directrices del plan de comunicación tomando como referencia las condiciones geopolíticas y sociales y los canales de comunicación de los que dispone el país de destino. Conjuntamente, se pondrán en práctica los aspectos que hacen pública la diplomacia de hoy en día: la transparencia como pilar fundamental en la transmisión de información, el marketing como herramienta para canalizar la acción exterior y las redes sociales como mecanismo transmisor de la opinión pública. A esto se añadirá el análisis y envío de informaciones sobre España en el exterior; la promoción de la cultura española a través de las actividades propuestas en las embajadas; el fortalecimiento de la relación con la prensa; el soporte y ayuda a corresponsales; y la producción de contenidos informativos como notas de prensa, dossieres, informes, *briefings* o *flash reports*.

6. Conocimientos en gestión de redes sociales: cada vez son más los medios que entran en desuso, la necesidad de informarse sigue siendo la misma y las redes sociales juegan un importante papel en este campo. En este sentido, los profesionales de este ámbito comunicativo tienen que conocer a fondo las ventajas y desventajas que conlleva el uso de las redes sociales. Conociendo el funcionamiento de los distintos canales sociales (Twitter, Facebook, YouTube o Instagram), deberán ser capaces de incluir las exigencias de la diplomacia pública, como la instantaneidad, el seguimiento de noticias en tiempo real, la interacción con los ciudadanos o la transmisión de mensajes claros y concisos que lleguen al mayor número de personas. Además, el profesional deberá aportar conocimientos como son la gestión del tráfico, el seguimiento de métricas o el análisis de impacto de la información transmitida. Asimismo, será necesario respetar el carácter horizontal que tiene la comunicación en la diplomacia del siglo XXI.

7. Otros: en este último apartado se incluyen encomiendas que también resultan de importancia en el ejercicio de las funciones. El gestor de la información debe estar familiarizado con las Convenciones de Viena, pues son el marco normativo en el que se basa la diplomacia a nivel global y que garantiza el buen desarrollo de las acciones y funciones relativas a la acción de nuestro país en el exterior. Paralelamente, el perfil de los profesionales de la comunicación en la esfera diplomática debe incorporar también conocimientos relativos al país en el que desarrolla sus labores, pues sin eso será improbable que se lleven a cabo las acciones que contempla la normativa legal. En consecuencia, también se le exigirá a los integrantes del área una preparación previa antes de llegar al destino. Es crucial conocer la realidad social y política del lugar en el que se desarrolla la misión diplomática, para así poder llevar a cabo de manera eficaz las funciones comunicativas que establece el marco normativo español.

4.2. Cumplimiento de objetivos y comprobación de hipótesis

Con la presente investigación se ha alcanzado el principal objetivo planteado: una aproximación de la realidad comunicacional de las veintisiete embajadas españolas en la Unión Europea. En este sentido, se palpa una estructura que varía en función de la jerarquía diplomática con la que cuentan estas instituciones y se establecen dos paradigmas. Por un lado, identificamos un grupo de embajadas que, según lo establecido en el Real Decreto 419/2018, cuentan con Oficinas de Comunicación y se

reconocen como área dentro del organigrama; por otro, se encuentran representaciones españolas en las que no se distingue un área de gestión comunicacional y, por tanto, las tareas correspondientes recaen en otros cargos diplomáticos o externos al cuerpo.

Asimismo, con el análisis de los portales web de las veintisiete representaciones españolas en la Unión Europea se cumple el segundo de los objetivos del trabajo, que es identificar el lugar que ocupa la Secretaría de Comunicación en el organigrama de las embajadas. La conclusión a la que se llega es que se trata de un área que ocupa un lugar difuso y su esquema jerárquico varía en función de la ubicación en la que se desarrolla la misión diplomática. De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 1271/2018, la comunicación siempre será uno de los ejes centrales a trabajar en las embajadas. No obstante, y teniendo en cuenta la realidad comunicacional en cada una de las instituciones, no se aclara el lugar que ocupa en cada una de ellas.

A través de las entrevistas realizadas al Subdirector General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública del Ministerio de Asuntos Exteriores y al Consejero Cultural de la embajada española en La Haya, se confirma el tercero de los objetivos de la investigación. El perfil de la persona encargada de gestionar el área es heterogéneo. La información recogida en las entrevistas realizadas indica que en los casos en los que se cubre la vacante destinada a la gestión de la comunicación, el nivel de especialización del profesional suele ser mucho más elevado que en aquellos en los que la comunicación queda a cargo de otros mandos cuyos perfiles pueden estar o no vinculados con el periodismo.

Teóricos como Ruiz de la Serna o Manfredi advierten de una tendencia creciente hacia la especialización y profesionalización de la comunicación en el ámbito de las relaciones diplomáticas. En este sentido, el presente estudio avanza un modelo teórico que aúna las necesidades comunicativas que plantean las relaciones diplomáticas del siglo XXI y cumple con el cuarto de los objetivos planteados. Tomando como referencia las premisas y estrategias que incluye el marco normativo español, se incorporan aquellos aspectos teóricos y prácticos que conforman un nuevo modelo de comunicación diplomática.

Los planteamientos iniciales que se reflejan en el presente estudio reúnen un conjunto de hipótesis relativas a la estructura comunicativa en las embajadas y la persona encargada de gestionar el área, el establecimiento de un modelo comunicativo que incorpore aspectos propios de las relaciones diplomáticas, la implantación del

despliegue descrito en el marco normativo y el nivel de cumplimiento de las directrices que emanan del Real Decreto 1271/2018.

La primera hipótesis planteada, que augura una estructura comunicativa centrada en la figura del responsable de prensa, se ha podido corroborar mediante la extracción de datos a partir del análisis de los veintisiete portales web. Por norma general, y teniendo en cuenta los criterios bajo los que se ha realizado el estudio, la persona encargada del área coordina las relaciones con los medios, ofrece soporte a los corresponsales y gestiona el contenido informativo.

En segundo lugar, se supuso que la comunicación en las embajadas españolas no solo se regía por los principios establecidos en la definición de comunicación institucional, sino que además incorpora aspectos que convergen entre las dos disciplinas y que consolidan un modelo de comunicación diplomática. Esta hipótesis se ha podido confirmar tanto en el análisis de las entrevistas realizadas a los dos funcionarios del cuerpo diplomático como en el estudio al que se sometieron los veintisiete portales web. La información recogida en desarrollo metodológico de la investigación ha permitido el avance de un perfil profesional en el que concurren los aspectos más significativos de la profesión periodística en el marco de la diplomacia moderna.

Por otro lado, también se incorporó una tercera hipótesis cuyo enunciado afirmaba que en la mayoría de los casos estudiados no se producía el despliegue del modelo de la Oficina de Comunicación recogido en el Real Decreto 419/2018. Tras el análisis de los portales web de las embajadas, en concreto el estudio de variables relativas a la identificación del área de gestión de la comunicación dentro del organigrama de la institución, se corrobora esta hipótesis y se constata que, a día de hoy, solo se introduce la Oficina de Comunicación, también conocida como Consejería de Información, en diez de las veintisiete representaciones españolas en la Unión Europea.

En último lugar, la cuarta hipótesis afirma que se detectan distorsiones que emanan del Real Decreto 1271/2018. En este sentido, el análisis de los portales web y la visión de la Subdirección General de Comunicación e Imagen Institucional y Diplomacia Pública confirman la suposición y corroboran que las acciones y funciones recogidas en el marco normativo de las embajadas no se cumplen en todos los casos sometidos a estudio.

El desarrollo metodológico empleado para llevar a cabo la investigación es de carácter puramente descriptivo, por lo que se recomienda interpretar los resultados y

conclusiones con cierta cautela. En este sentido, también es importante incidir en la reciente implantación del Real Decreto 419/2018 y el 1271/2018. A parte de conformar el principal foco de estudio de la investigación, ambos documentos legales han sentado las bases de la profesionalización del periodismo en la gestión comunicativa de la acción exterior y han puesto en valor, nuevamente, el poder de la comunicación en el plano de la diplomacia pública.

A través del presente estudio se ha hecho una aproximación sobre la implantación y el papel que juega la profesión periodística en el ámbito de la diplomacia. No cabe duda de que el binomio comunicación-diplomacia ha existido desde el comienzo de las relaciones entre estados, pero su implantación ha producido la apertura de nuevos espacios profesionales centrados en la gestión comunicacional de un ámbito concreto: la diplomacia. Así, desde la propia Escuela Diplomática se incide en este aspecto y se hace partícipes a los comunicadores y profesionales de la información de los retos que plantea nuestra acción exterior.

Los avances a nivel tecnológico y la modernización de las relaciones diplomáticas entre los diferentes estados europeos han rebelado un nuevo paradigma comunicativo en el que el qué y el cómo son fundamentales. Este fenómeno, algo prematuro y a falta de ser investigado, ha obligado a las Administraciones y a los profesionales a especializarse, y ha demostrado, como ya señalaron Manfredi y Rodríguez Gómez en estudios previos, que lo importante no es el medio, sino el mensaje que se quiere transmitir.

El marco normativo implantado en el año 2018 ha traído nuevos avances para la acción exterior española y plantea un nuevo escenario para los profesionales del periodismo especializados en materias diplomáticas. En este sentido, resulta complicado medir el nivel de consolidación de las estrategias comunicativas y la implantación de este nuevo modelo estructural que ya ha cambiado la forma de hacer llegar los mensajes. No obstante, el continuo cambio al que se someten las disciplinas del periodismo y las relaciones internacionales auguran investigaciones futuras en las que se analice la evolución de este fenómeno. A esto solo queda sumarle la consolidación de la “diplomacia común europea”, una realidad de la que España indudablemente forma parte y en la que los periodistas tienen un espacio profesional a explorar.

5. Bibliografía

Monografías

Aldecoa Luzárraga, F., y Carnero González, C. (2011). *La diplomacia común europea: el Servicio de Acción Exterior*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales [Exteriores] y de Cooperación: Marcial Pons.

Berridge, G. R. (2015). *Diplomacy: Theory and Practice*. (5º ed.) Nueva York: Palgrave Macmillan.

Calduch, R. (1993). *Dinámica de la sociedad internacional*. Madrid: Editorial Ceura.

Castells, M. (2005). *La sociedad red*. Madrid: Editorial Alianza.

Diezhandino, M. P., Bezunartea, O. y Coca, C. (1994). *La élite de los periodistas*. (1ª ed.) País Vasco: Universidad del País Vasco.

Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. Nueva York: PublicAffairs.

Revistas en línea

Cull, N. (2009). Diplomacia pública: consideraciones teóricas. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 85, 55 – 92. Recuperado de: <https://bit.ly/2V9fvqQ>

Hernández Alonso, F. J. (2010). Diplomacia pública europea. *Cuadernos de la Escuela Diplomática*, 41. Madrid: Escuela Diplomática. Recuperado de: <https://bit.ly/2x7sbUA>

Manfredi Sánchez, J. L. (2012). Comunicación estratégica y diplomacia pública. *Retos de nuestra acción exterior: Diplomacia Pública y Marca España*. Colección Escuela Diplomática, 18, 39 – 46. Recuperado de: <https://bit.ly/Y99dtA>

Manfredi Sánchez, J. L. (2011). Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública. *Comunicación y Sociedad*, 24(2), 199 – 225. Recuperado de: <https://bit.ly/2x4nFGt>

Rasmussen, S. B. (2014). The conceptual field of contemporary public diplomacy. *Comillas Journal of International Relations*, 1, 29 – 40. Recuperado de: <https://bit.ly/2RoeCtk>

Rodríguez Gómez, A. A. (2013). La comunicación como instrumento de la diplomacia pública. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19 (especial abril), 953 – 961. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Recuperado de: <https://bit.ly/2N19HzW>

Ruiz de la Serna, R. (2010). Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 8(2), 291. Recuperado de: <https://bit.ly/2Y066mG>

Trabajos académicos

González Mas, Marta. (2015). *La diplomacia corporativa*. (Trabajo de Fin del Máster de Diplomacia y Función Pública Internacional). Universitat de Barcelona (UB). Barcelona. Recuperado de: <https://bit.ly/31FmPOy>

Rodríguez Gómez, A. A. (2014). *La diplomacia pública española desde 1939 a 2012: Comunicación, imagen y Marca España*. (Memoria para optar al grado de Doctor). Universidad Complutense de Madrid (UCM). Madrid. Recuperado de: <https://bit.ly/2MXATzO>

Legislación

Ley 2/2014, de 25 de marzo, de la Acción y del Servicio Exterior del Estado. Boletín Oficial del Estado, 74, de 26 de marzo de 2014, 18 – 19. Recuperado de: <https://bit.ly/1HVcfkG>

Real Decreto 1271/2018, de 11 de octubre, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y por el que se modifica el Real Decreto 595/2018, de 22 de junio, por el que se establece la estructura orgánica básica de los departamentos ministeriales. Boletín Oficial del Estado, 247, de 12 de octubre de 2018, 99570 – 99571. Recuperado de: <https://bit.ly/2MXAxJp>

Real Decreto 342/2012, de 10 de febrero, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Boletín Oficial del Estado, 36, de 11 de febrero de 2012, 18 – 21. Recuperado de: <https://bit.ly/2WUzj14>

Real Decreto 419/2018, de 18 de junio, por el que se reestructura la Presidencia del Gobierno. Boletín Oficial del Estado, 148, de 19 de junio de 2018, 61716 – 61718. Recuperado de: <https://bit.ly/2RnmRG9>

Orden por la que se estructura la Oficina de Información Diplomática. Boletín Oficial del Estado, 46, de 22 de febrero de 1958, 313 – 314. Recuperado de:

<https://bit.ly/31D3rBT>

Recursos web

Comisión Europea – Representación en España. España y la Unión Europea. Historia de una relación (1962 – 2016). Consultado el 6 de abril de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2ZxteJM>

La Moncloa. Oficinas de Comunicación. Consultado el 7 de abril de 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/2Xv94D2>

La Moncloa. Relación de Oficinas de Comunicación. Consultado el 11 de febrero de 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/2x3UDqH>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Atenas. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2ZyQZkA>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Berlín. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2XnZTnA>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Bratislava. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2x7sHC0>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Bruselas. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/31HQyXd>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Bucarest. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2lqFNke>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Budapest. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2MYm7sy>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Copenhague. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2INoOaM>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Dublín. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2L2xugm>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Estocolmo. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2McnceF>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Helsinki. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2MYrLdZ>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en La Haya. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2IsI9iR>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en La Valeta. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2IqKfQb>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Lisboa. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2MYt6Bx>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Liubliana. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2ZAszr8>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Londres. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2IqHpKR>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Luxemburgo. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2x20b6x>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Nicosia. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:
<https://bit.ly/2wve9JJ>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en París. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2foVIRr>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Praga. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2XmA8Eq>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Riga. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2XXKJT6>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Roma. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/1W8UnPr>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Sofía. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2MYOdnx>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Tallin. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2x44Z9I>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Varsovia. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2MU2MZk>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Viena. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2ZI2si7>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Vilnius. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2Fhyj0X>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Embajada de España en Zagreb. Consultado el 3 de junio de 2019. Recuperado de:

<https://bit.ly/2MX3lw1>

Public Diplomacy. Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy. Consultado el 6 de febrero de 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/2WN8dsQ>

6. Anexos

FICHAS DE ANÁLISIS

Marca temporal	Embajada	Identificación del Área de Comunicación en el organigrama de la embajada	Denominación	Información específica relativa al área
2019/05/31 11:14:27 p. m. CET	Berlín	Sí	Oficina de Prensa	Teléfono;Web
2019/05/31 11:18:54 p. m. CET	Austria	Sí	Consejería (sectorial) de Información	Web
2019/05/31 11:43:13 p. m. CET	Bruselas	Sí	Consejería (sectorial) de Información	Identificación;Email;Teléfono
2019/05/31 11:48:06 p. m. CET	Sofía	No		
2019/05/31 11:54:16 p. m. CET	Nicosia	No		
2019/06/01 12:00:52 a. m. CET	Zagreb	No		
2019/06/01 12:06:22 a. m. CET	Copenhague	No		
2019/06/01 12:16:03 a. m. CET	Bratislava	No		
2019/06/01 12:25:06 a. m. CET	Liubliana	No		
2019/06/01 8:17:01 p. m. CET	Tallin	No		
2019/06/01 9:07:45 p. m. CET	Helsinki	No		
2019/06/01 9:22:05 p. m. CET	París	Sí	Consejería (sectorial) de Información	Identificación;Email;Teléfono
2019/06/01 9:32:06 p. m. CET	Atenas	Sí		
2019/06/01 9:43:38 p. m. CET	Budapest	No		
2019/06/01 9:48:57 p. m. CET	Dublín	Sí	Consejería (sectorial) de Información	Identificación;Email;Teléfono
2019/06/01 9:53:55 p. m. CET	Roma	Sí	Oficina de Comunicación	Identificación;Email;Teléfono;Web
2019/06/01 10:01:07 p. m. CET	Riga	No		
2019/06/01 10:05:23 p. m. CET	Vilnius	No		
2019/06/01 10:09:03 p. m. CET	Luxemburgo	No		
2019/06/01 10:17:04 p. m. CET	La Valeta	No		
2019/06/01 11:56:20 p. m. CET	La Haya	Sí	Oficina de Prensa	Identificación;Email;Teléfono
2019/06/02 12:06:03 a. m. CET	Varsovia	Sí	Consejería (sectorial) de Información	Identificación
2019/06/02 12:17:28 a. m. CET	Lisboa	Sí	Oficina de Comunicación	Identificación;Email;Teléfono
2019/06/02 12:22:27 a. m. CET	Londres	Sí	Oficina de Comunicación	Identificación;Email;Teléfono
2019/06/02 12:31:52 a. m. CET	Praga	No		
2019/06/02 12:40:16 a. m. CET	Bucarest	No		
2019/06/02 12:45:59 a. m. CET	Estocolmo	No		

Distinción entre las noticias provenientes del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Archivo/hemeroteca de noticias de la embajada	Número de piezas publicadas
Sí	Sí	8
Sí	Sí	4
Sí	Sí	23
Sí	Sí	5
Sí	No	2
Sí	Sí	4
Sí	Sí	0
Sí	Sí	10
Sí	No	6
Sí	Sí	7
Sí	No	2
Sí	Sí	9
Sí	Sí	7
Sí	Sí	18
Sí	Sí	1
Sí	Sí	4
Sí	Sí	17
Sí	Sí	3
Sí	Sí	2
Sí	Sí	11
Sí	Sí	21
Sí	Sí	14
Sí	Sí	22
Sí	Sí	2
Sí	Sí	5
Sí	Sí	14
Sí	No	6

Número de publicaciones en función del tipo de pieza (a. Notas de prensa; b. Comunicados; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada; d. Reportajes/fotografías; e. Información electoral,
a. Notas de prensa= 6; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
b. Comunicados= 4
a. Notas de prensa= 14; b. Comunicados= 3; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 6
b. Comunicados= 3; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 2
b. Comunicados= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
b. Comunicados= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 3
No se publica información durante el período analizado
a. Notas de prensa= 1; b. Comunicados= 2; d. Fotografías= 2; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 5
b. Comunicados= 5; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
b. Comunicados= 1; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 3; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 3
c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
b. Comunicados= 4; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 5
b. Comunicados= 4; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 2
a. Notas de prensa= 1; b. Comunicados= 2; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 9; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 6
e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
a. Notas de prensa= 1; b. Comunicados= 2; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1
b. Comunicados= 9; Fotografías= 1; Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 7
b. Comunicados= 3
b. Comunicados= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
a. Notas de prensa= 2; b. Comunicados= 1; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 4; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 4
b. Comunicados= 3; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 16; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 1
a. Notas de prensa= 7; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 5; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 2
a. Notas de prensa= 16; b. Comunicados= 2; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 4
b. Comunicados= 2
b. Comunicados= 2; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 2
b. Comunicados= 3; c. Información relativa a eventos y/o actividades de la embajada= 1; d. Fotografías= 1; e. Información electoral, memorándums, estadísticas e informes= 8
a. Notas de prensa= 2; b. Comunicados= 4

Perfiles en redes sociales de la embajada	Información dirigida a corresponsales y/o medios de comunicación	Información sobre Marca España	Tipo de información sobre Marca España
Twitter	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter	No	No	
Twitter;Facebook	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter	No	No	
Twitter;Facebook	No	No	
Facebook	No	No	
Twitter	No	No	
Twitter	No	No	
Twitter;Facebook	Sí	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter	Sí	No	
Twitter;Facebook;Instagram	No	Sí	Mención en pieza informativa
Twitter	No	No	
Twitter;Facebook	No	No	
Twitter	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter;Facebook	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter;Facebook	No	No	
Twitter;Facebook	No	No	
Twitter	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter;Facebook;YouTube	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter;Facebook	No	No	
Twitter;Facebook	No	No	
Twitter;Facebook	Sí	No	
Twitter;Facebook	No	Sí	Banner en la interfaz de la web (ej. España Global, TurEspana, etc.)
Twitter;Facebook	No	Sí	Mención en pieza informativa