

“DIPLOMACIA PUBLICA, municipal-territorial, y la marca país”.

Las comunidades locales y las colectividades pueden ser actores cooperativos promotores de la imagen argentina entre los pueblos del mundo?

Sergio Luis Macagno, UNLP.

I. Tópico controversial práctico.

Urgencias de un tiempo presente.

Las poblaciones viven en el medio de un tablero de ajedrez. Hacia los lados reconocen a los oponentes: *oxígeno+agua* versus *dióxido de carbono+contaminación*, y a sus “hooligans”: por los primeros, *ClimaSaludable* y *Alimento*, del lado de la vida; por los otros, *CambioClimáticoYa* y *HambreParaTodos*, camiseta negra muerte.

Son momentos donde la milenaria partida entre la Paz contra la Guerra está siendo superada por un horror que nos alcanzará a todos: el agotamiento del planeta Tierra.

Una investigación científica alerta sobre la pérdida de la biodiversidad en los océanos, con consecuencias directas sobre los alimentos que proveen y el oxígeno que producen. De no accionarse sobre las causas, en 45 años no habría más pesca para alimento humano ⁱ y la biósfera marina, que oxigena el 50% de la atmósfera, se alteraría.

El cambio climático planetario amenaza el normal ejercicio de los derechos humanos de todo el mundo con sequías, hambrunas, aluviones, huracanes y enfermedades. El alto consumo de combustibles fósiles y la tala de bosques degrada el carbono que contienen en océanos, atmósfera, suelos y seres vivos. Las capacidades de la Tierra para mantener un clima saludable no mejorarán solamente por la activación del negocio mundial de carbono.

El ambiente como un derecho humano.

Un caso de interés real de las comunidades locales y los gobiernos es la actual controversia con Uruguay, donde unas 300.000 personas que habitan la zona de influencia. Ante en la Asamblea Ambiental Ciudadana de

Gualeguaychú, Entre Ríos, el Canciller Taiana dijo: *"...podrán sumar a sus conocimientos teóricos las inquietudes y sensaciones por las que atraviesan día a día los habitantes de Gualeguaychú y las comunidades circundantes. La colaboración de esta Asamblea en esa tarea será más que relevante" "...reafirmar el compromiso del Gobierno de continuar el camino elegido, con el apoyo de la comunidad y de sus representantes, para defender nuestros derechos: este es el camino del derecho, el camino que nos indica el Estatuto que rige el Río Uruguay" "...En esa convicción, aspiramos a que el sistema financiero internacional se abstenga de invertir en las obras mencionadas...". "Siempre hemos estado abiertos al diálogo con nuestros hermanos del Uruguay. Pero este diálogo debe realizarse sobre bases realistas: no podemos admitir, en este sentido, propuestas de diálogo que excluyan el qué, el dónde y el cómo de los emprendimientos proyectados." "...lo contrario sería monitorear el hecho consumado, aceptar que el incumplimiento de normas internacionales quede incólume y jugar con la salud y el bienestar de una parte de los argentinos"*"

El Gobierno respaldó a las comunidades locales en la defensa de sus derechos y la búsqueda de un diálogo digno, dada la decidida firmeza en las convicciones y actitudes.

El mensaje de las comunidades fue transmitido por diversos medios (internet, mails, blogs, televisión, radios y gráfica) e incidió en la opinión pública internacional.

El accionar conjunto del gobierno nacional, de la comunidad local y los municipios logró conformar un mensaje uniforme hacia las naciones, organismos internacionales de justicia y crediticios y a los representantes de negocios sectoriales, creíble, fundado en los antecedentes de Argentina en materia de posiciones internacionales.

II. Actores globales de la política exterior.

Rol de las comunidades locales y municipios en la política exterior.

Las comunidades locales, y sus municipios al contar con un marco político, jurídico, social y económico, pueden interactuar cooperativamente en la creación de puentes internacionales de colaboración y participación efectiva entre distintas fuerzas políticas y actores sociales locales, sin poner en juego cuestiones ligadas a la soberanía.

Por la particularidad de sus competencias, como parte de un esfuerzo más amplio y sostenido, pueden contribuir a solucionar problemas concretos, acotados y específicos, en virtud de su capacidad de crear confianza en las relaciones bilaterales y multilaterales. Eventualmente, pueden ayudar a acercar distancias entre países en temáticas exclusivas de la soberanía de los gobiernos de los países.

Las comunidades locales y los municipios, un caso de la Cancillería Argentina.

Actualmente, la Cancillería Argentina se encuentra apoyando a las comunidades locales y a los municipios para que promuevan acciones de interacción institucional y comercial internacional, si bien el mismo no puede tomarse propiamente como un antecedente de diplomacia pública municipal, entiendo interesante referirme a sus presupuestos.

El proyectoⁱⁱⁱ que nos ocupa, propuso impulsar la presencia institucional de los gobiernos locales argentinos y de sus actores sociales y privados, con la activa participación de las embajadas en el exterior, favoreciendo la creación de nexos con el mundo por medio de canales recíprocos en Internet, por cada comunidad local.

Asimismo, contribuía a consolidar el proceso de reinserción de la República Argentina en los escenarios internacionales, con carácter federal, promoviendo la presencia institucional de los gobiernos locales argentinos en el mundo, mostrando el perfil definido por cada una de las comunidades; para el desarrollo de la capacidad oferente, promotora y negociadora en materia de comercio exterior, como también su potencial cultural, productivo y turístico, mediante la interacción entre el gobierno nacional y las comunidades locales.

La básicamente consistía en facilitar el acceso de los municipios a las distintas oportunidades y beneficios que el mundo ofrece en materia de cooperación, capacitación, becas, interrelacionamientos institucionales, posibilidades de inversión, preservación del ambiente, toma de conocimiento de características y standares en materia de producción local para el desarrollo, accesibilidad a las distintas formas de modernización institucional y normativas, herramientas útiles para el mejoramiento de la gestión de los intendentes.

En este sentido, correspondía a la Cancillería Argentina, en su papel específico dentro de las facultades del Poder Ejecutivo Nacional, interpretar esta nueva manera de gestión creando un nexo de los municipios argentinos con el mundo, haciendo de ese canal un medio recíproco con activa participación de las delegaciones argentinas en el exterior.

El Subsecretario de Relaciones Institucionales de la Cancillería, Embajador Marcelo Fuentes, resolvió impulsar en Setiembre de 2003 el denominado Programa "Promocion.AR^{iv}", oficiando su área de unidad ejecutora nacional de las acciones de las diversas áreas del Gobierno Nacional y los gobiernos provinciales. Desde Enero 2004 es financiado por el PNUD bajo el programa número ARG/4/002.

El programa pretendió comenzar a resolver diversos problemas existentes a ese momento:

- § Ausencia de participación institucional de la mayoría de los gobiernos locales en el proceso de inserción internacional en forma metodológica y sostenible.
- § Necesidad de optimización de la relación institucional de la Cancillería Argentina con los gobiernos locales, entendiendo que dicha interacción directa era prioridad en las acciones que la nueva gestión de Estado comenzó a impulsar en Mayo de 2003.
- § Mínimo aprovechamiento de la tecnología de la información, como herramienta de soporte para la proyección de los municipios y las comunidades en el mundo.

- § Dificultad en la accesibilidad de la información internacional disponible para ser aprovechada en tiempo y forma por las comunidades locales.
- § Desconocimiento y falta de capacitación de los actores locales en materia de comercio exterior y negociaciones internacionales.

El Programa se propuso lograr:

i. Bases de datos disponibles en materia institucional de los gobiernos locales argentinos y sus sectores sociales y privados productivos, su categorización e interrelación para generar información útil y de acceso inmediato.

ii. El Portal de Internet "Promoción.AR" con sitios institucionales en Internet para todos los municipios y delegaciones comunales del territorio de todo el país, como soporte tecnológico para cumplir con los objetivos propuestos del programa.

iii. Conformar un equipo de trabajo que trabaje interrelacionado entre las áreas centrales de la Cancillería y las delegaciones en el exterior, los municipios de todo el país, las diversas áreas de gobierno nacional y la Federación Argentina de Municipios, para la recolección y puesta a disposición de ventajas en materia de vínculos de cooperación internacional, capacitación y otros ítems que tengan como beneficiarios las comunidades locales.

A partir de Julio de 2006, el Subsecretario de Relaciones Económicas Internacionales, Embajador Luis María Kreckler, impulsó el fortalecimiento de este accionar al proponer unir las fuerzas de las dos áreas: institucional y comercial, con el respaldo del Canciller Taiana y del Presidente de la Federación Argentina de Municipios, Intendente Julio Pereyra.

Rol de las colectividades en la acción internacional multiterritorial.

La "diplomacia de diáspora", que denomino territorial por ser propia de "naciones", se refiere al fenómeno de las migraciones extranjeras y propias al servicio de la política exterior, como un medio y un fin en sí mismo para la diplomacia pública en un mundo globalizado.

Las colectividades de emigrantes-inmigrantes son *embajadores de la sociedad de origen* y conforman imagen de su país en la sociedad que los recibe, y, viceversa, también contribuyen a difundir los valores de la sociedad de destino en los países de origen. En el país de destino, una vez integrados, colaboran con los territorios de origen y algunos tienen incidencia electoral en sus países; tal el caso de españoles e italianos en Argentina.

Asimismo, los migrantes argentinos pueden participar en la acción exterior, algo que seguramente están haciendo de manera informal. Las segundas y terceras generaciones, con una posición más consolidada, pueden tener una menor identificación con el país destino, y se deben realizar acciones para que sientan incluidos.

Comenzar a desarrollar medios de comunicación en ciertos países y diseñar medios de comunicación argentinos internacionales, en cooperación con las comunidades locales y las colectividades, puede dar lugar nuevos actores globales con la suficiente vitalidad para conformar una diplomacia pública nacional.

Las colectividades: un caso en la Cancillería Argentina.

Con el objetivo de fortalecer los lazos entre las colectividades y fomentar la amistad internacional con intercambios de esfuerzos voluntarios y solidarios, en Agosto de 2004, se diseña un proyecto^v que tenga como eje las afinidades históricas y culturales basadas en raíces ancestrales de los inmigrantes. En Marzo de 2005, por la resolución ministerial 470, se crea el "Grupo de apoyo para las Colectividades Extranjeras radicadas en Argentina", dependiente de la Secretaría de Relaciones Exteriores de la Cancillería, a cargo del entonces Vicecanciller Jorge Taiana.

El proyecto se sustentó en el concepto "Gobernar es poblar", política de estado de fines del Siglo XIX que transformó el territorio menos densamente poblado de Sudamérica en el segundo más poblado, al recibir la mayor cantidad de inmigrantes por habitante a fines.

La forzada globalización amplió los espacios socio-políticos; la población nutrida por las inmigraciones, son insumo estratégico para construir un modelo nacional. El Presidente Kirchner, ante la XVI Cumbre Iberoamericana instó a reforzar los lazos entre los países iberoamericanos y se refirió al Programa Patria Grande que *"ha permitido documentar más de doscientos*

mil inmigrantes en los primeros cuatro meses del programa, disminuyendo la marginalidad y el anonimato que condena al inmigrante no regularizado a la indefensión". Regularizar a los inmigrantes es darles la real posibilidad de ejercer sus derechos de acceso gratuito a la educación, la salud y la justicia. "Así, la Argentina conjuga su acervo constitucional con su convicción democrática, fortaleciendo dos de sus objetivos más preciados: respeto por los derechos humanos y fortalecimiento de la integración regional^{vi} "

Los objetivos específicos previstos en el proyecto fueron:

- * Colaborar en captar y capitalizar las oportunidades emergentes de la vinculación e intercambio de las colectividades con sus regiones de origen.
- * Fomentar mecanismos para implementar acciones de mediano plazo para el relacionamiento comunitario, socio-cultural, educativo, productivo y comercial.
- * Brindar mayor capacidad analítica para diseñar y proponer estrategias a largo plazo en las áreas de gestión institucional y de comercio exterior, de competencia de la Cancillería, con el apoyo concreto de otras áreas, como el ISEN, y las delegaciones argentinas.
- * Promover la participación activa en la Sociedad de la Información y del Conocimiento, mediante una plataforma de trabajo virtual para relacionar los mutuos deseos e intereses de las organizaciones que nuclean a las colectividades con otros actores.

Subsidiariamente, se buscaba apoyar el desarrollo de capacidades promotoras y negociadoras en materia cultural, social, comercial, y del potencial productivo y turístico, como formas para efectivizar la interacción de los descendientes de inmigrantes y sus organizaciones, con sus regiones de origen.

Asimismo, con las áreas del MRECIC operativizarían acciones de intercambio sobre:

- * Visitas de ciudadanos destacados y representantes de las colectividades.

- * Información a través de radio, internet, y medios.
- * Información sobre cultura, sociedad, idioma, comercio, deporte y salud entre regiones.

III. INSTRUMENTO ARTICULADOR DE OPINIÓN PÚBLICA VIRTUAL.

Quando un *click* es opinión pública internacional.

"Quienes ocupen los espacios estratégicos verán asegurados un rol de relevancia en el mundo del mañana. Mundo del mañana cuya estructura y funcionamiento vienen resumidos por la imagen y la realidad de la World Wide Web ^{vii}".

La internet es una red que interconecta redes de computadoras con capacidades de comunicarse entre sí. Dicho poéticamente, internet es un "ágora digital sin fronteras"; las personas de diversas condiciones culturales, sociales, económicas y políticas, han comenzado, por decisión propia, a configurar una fuerza emergente y gradualmente hegemónica en el campo socio-cultural, cada vez más letrada e informada, inicialmente desprovista de motivaciones concientes por construir opinión pública.

Internet es un mecanismo articulador de micro-espacios personales que dan vida virtual, con base real, a un espacio público no estatal, que pueden dar a lugar acciones con características democráticas, participativas y deliberativas. Esa reunión privada de personas, en forma de público forman una opinión pública basada en sus intereses y afinidades, sin autonomía individual para incidir en decisiones formales^{viii}.

El incentivo de las personas es la libre búsqueda de información y comunicación abierta, dado que los medios mercantilizan "su producto", las noticias, dentro de la lógica de transformar el público ciudadano en consumidor de mercancías. Internet fue construida el accionar simultáneo de los propios usuarios, es una tecnología creada por su propio proceso histórico de constitución. Gente, sectores e innovadores trabajaron voluntariamente para crear un instrumento de comunicación libre.

Internet media entre espacios públicos políticamente activos y una cultura crítica y participativa; es canal de construcción de posibles relaciones de

poder, donde no se evitan las diferencias: se resaltan, pues ese espacio público no debe ser visto apenas como un espacio de debate, sino de afirmación política y cultural^x.

“Los comportamientos se apropian de la internet y, por tanto, se amplifican y potencian a partir de lo que son. Los movimientos sociales se desarrollan en torno a códigos culturales y a valores. La transmisión instantánea de ideas en un marco amplio, permite la coalición y la agregación en torno a valores. Internet, como estructura organizativa e instrumento de comunicación, permite la flexibilidad y la temporalidad de la movilización, pero manteniendo al mismo tiempo un carácter de coordinación y una capacidad de enfoque de esa movilización. El poder funciona en redes globales y la gente tiene su vivencia y construye sus valores, sus trincheras de resistencia y de alternativa en sociedades locales. Internet permite la articulación de los proyectos alternativos locales mediante protestas globales, que acaban aterrizando en algún lugar. Es la conexión global-local, que es la nueva forma de control y movilización social en nuestra sociedad^x”

En el debate teórico, sobre la expresión “poder blando” de Joseph Nye Jr., se destaca en particular el concepto “noo-politik” (producto de la fusión del término griego noos: espíritu o conocimiento, y el alemán: realpolitik) concebido por los autores John Arquilla y David Ronfeldt, quienes sostienen: *“...como una aproximación al gobierno que, llevada a cabo tanto por el no-estado como por el Estado, enfatiza el papel del poder blando internacional en la expresión de ideas, valores y normas mediante cualquier tipo de medio...”* *“El nuevo contexto prepara ‘la revolución en los asuntos diplomáticos’, caracterizada por el ascenso de la sociedad civil global, que diseminan nuevas ideas y valores, y, consecuentemente, el aumento de la interdependencia^{xi}”*.

Algunos autores ya hablan de la *“diplomacia digital”* o netpolitics^{xii}, como estadio alternativo a la noo-politik.

La opinión pública está directamente vinculada al poder participativo, interactivo y deliberativo. Internet, como medio para conocer la realidad y generar convencimientos, es un virtual conformador de una opinión pública y puede generar movilización social, presión y conflicto, cuando se sustenta en argumentos racionales^{xiii}.

Como espacio de interconexión de información, conocimiento, comunicación y acción -en la cual los individuos son receptores y emisores-, internet es un campo propicio para que las comunidades locales, sus gobiernos y las colectividades, participen como actores cooperativos de la diplomacia pública nacional conformando opinión pública internacional.

IV. EN BUSQUEDA DE UNA MAGNITUD CREÍBLE.

Marca país: ¿factor suficiente para transmitir las potencialidades de un pueblo?

“La imagen país es la percepción que tienen los consumidores directos e indirectos, reales y potenciales de los países”^{xiv}. Equivale a la cosmovisión de una universalidad que la marca país representa para dar a conocer la realidad del propio país. Como sello distintivo, es considerada un activo de posicionamiento como opción frente a intereses y productos de terceros países.

La Nation Brand Index, iniciativa de Global Market Inside, conformó en el 2005 un índice en base a una serie de factores de los países: Turismo; exportaciones; política; economía, que incluye la inmigración e las inversiones; cultura; gente, calidad humana.

El efecto “país de origen” ejerce influencia sobre el comportamiento del consumidor internacional, quien acumula diversas experiencias, información, y creencias personales. De esas percepciones dependerán el poder cumplir con el objetivo de la “marca país” por atraer flujos beneficiosos del consumo, turismo e inversiones. Como parte de la estrategia, los “isologotipos” pretenden transmitir información nueva acerca del país, como forma de adecuar las capacidades de proyectar un identidad duradera en la conciencia colectiva.

El caso “marca USA” es paradigmático. El Presidente Bush (h) designa en Octubre de 2001, como Subsecretaria de Diplomacia Pública de EEUU, a la prestigiosa publicista Charlotte Beers, y le instruye que impulse la creación de la “marca USA”. La estrategia implementada generó dudas y se percibió como “publicidad falsa”, lo que produjo resultados contrarios

a los esperados, por descuidos en el manejo de la identidad de marca, al querer convertir la imagen de EEUU en un producto de consumo popular, que los críticos llamaron la "McDiplomacia". *"Estados Unidos no se compone de granos de arroz o de hamburguesas en serie..., su más fuerte atributo de marca es que cobija la diversidad, un valor que ahora, irónicamente, Beers va por el mundo tratando de estampar con gran uniformidad, como molde de galletas^{xv}".*

La diplomacia pública -política y estrategia-, se desenvuelve en un ámbito complejo, dinámico y multinivel, económico y no económico. Si el propósito es el posicionamiento internacional de un Estado ante la opinión pública internacional, la estrategia marca-país es un eslabón importante, pero no suficiente, dado que es próxima al mundo de la publicidad y los negocios, porque se focaliza en el intercambio comercial entre las naciones.

V. DIPLOMACIA PÚBLICA NACIONAL.

Capacidad de influencia simbólica.

El aprovechamiento de los instrumentos diplomáticos clásicos y los que hoy se denominan "poder suave" o "simbólicos", permitirán consolidar la credibilidad de Argentina en el mundo, brindando fortalecer las posturas y propuestas de nuestro país orientadas a incorporar iniciativas en la agenda internacional de terceros países, buscando tener como *aliada* a la opinión pública internacional.

En la sociedad del conocimiento, quienes generen y se apropien de las ideas y del "saber hacer", y además puedan gestionar y transmitir ese conocimiento eficientemente, estarán construyendo poder con competencia, para ejercer atracción sobre otros países, mediante la utilización de métodos legítimos, basados en la credibilidad.

Las relaciones de confianza se tejen con naciones cuyos pilares comunes, son los valores y las estructuras sociales afines, visto que más que una relación de individuos, es una relación entre "colectivos" y "tradiciones"; esto muestra la relevancia que, como actores globales, poseen las comunidades locales y las colectividades radicadas en un tercer país^{xvi}.

Explorando un camino. De lo general a lo particular.

La historia muestra las ambiciones y vanidades del individualismo humano: mercantilización de la tierra, los alimentos, los bosques, el agua, los genes, las ideas, el trabajo, la energía, así como también la dignidad y los derechos del prójimo.

Los países deben transmitir en sus actos de gobierno, las creencias, principios y valores que hacen a su existencia soberana. Argentina puede hacerlo.

Tomando el caso del cambio climático, observamos que está ligado a problemas como la seguridad alimentaria, la provisión de agua potable, la economía y la prosperidad, la salud de las personas y la biodiversidad de los ecosistemas; por tanto, en un derecho humano.

Argentina tiene una larga tradición de trabajo internacional a favor de los derechos humanos, la dignidad y la paz de los pueblos. Cabe mencionar: el juzgamiento de las Juntas y el "Nunca más", el fallo judicial respecto a la deuda externa "caso Olmos", la doctrina "Drago", "las acciones de solidaridad internacional hacia España, Italia y otros países, la propuesta de creación de la Comisión de Cascos Blancos de la ONU, la solución pacífica del diferendo limítrofe entre Chile-Argentina. Asimismo, durante el actual gobierno: la propuesta de quita de la deuda externa, la aceleración del esclarecimiento de los atentados de la Embajada de Israel y la AMIA, declarado acto de terrorismo internacional y de delito de lesa humanidad; y las acciones por la radicación de las pasteras BOTNIA y ENCE en el litoral marítimo común del Río Uruguay.

Argentina: ¿Sinónimo de aportes para soluciones mundiales?

En 1998 se celebró en Argentina la IV United Nations Framework Convention on Climate Change (COP 4). En esta Conferencia de las Partes comienzan a negociarse los Mecanismos de Desarrollo Limpio, el Comercio de Emisiones y la transferencia de tecnología, y los gobiernos acuerdan una fecha límite para decidir las reglas de Kyoto.

Nuevamente como anfitrión de la COP 10, más de 8.000 representantes de gobiernos y de la sociedad civil del mundo son testigos cuando la Federación Rusa ratifica el Protocolo de Kyoto, a fines del 2004, en Buenos

Aires. El mundo observa que el Protocolo establecido en 1997 entrará en vigencia el 16 de febrero de 2005, al superar el 55% de firmantes con emisiones de gases de efecto invernadero para que el mismo tenga efectividad^{xvii}. Ante el mundo, Argentina se presentó como aportante de buenas noticias a las naciones. Este es un ejemplo de antecedente positivo, que suma puntos dentro de la estrategia elaborada respecto a Fray Ben-tos.

Un rol (papel) de Argentina. El discurso creíble de actores globales con testimonios reales.

En el marco de la reforma interna que la ONU está iniciando, el grupo de los 16 presentó un informe ante el Secretario General donde se hace una importante referencia al tema de cambio climático. Esto no es sólo un tema debatido sólo en el mundo científico, se asume ya como un tema de *paz y seguridad internacional*. Es tal la relevancia que ha alcanzado, que el fenómeno del cambio climático se lo equipara al terrorismo¹⁷.

Como hipótesis, Argentina podría tomar el un rol de liderazgo internacional promoviendo objetivos globales antes las naciones, en particular respecto al tema de los derechos humanos y el ambiente, con la activa participación de los gobiernos locales y los actores no-estatales, como las comunidades locales y las colectividades.

VI. CONCLUSIÓN.

La diplomacia pública se caracteriza por ser idealista y universalista, al promover principios y valores como la democracia, los derechos humanos, el desarrollo económico, la justicia social, el entendimiento de las culturas y los pueblos, y la paz.

En el diseño de una agenda internacional, las comunidades locales y sus gobiernos, y las colectividades, pueden intervenir "*con inocencia*" allí donde los procesos de construcción de capacidad estatal internacionales se estancan, pueden ayudar a construir coaliciones regionales que provean los recursos políticos necesarios para apoyar esfuerzos de larga duración.

Globalizar la capacidad de influencia internacional de estos actores locales que, por cuestiones de acción colectiva comunitaria, costos de transacción menores, acceso a la toma de decisiones públicas logran participar activamente en el proceso político, ayudarían a la estrategia país, constituyéndose catalizadores de alcance internacional.

La diplomacia pública nacional, en su gestión de redes en un mundo macro-redes políticas, debe ser el eje de toda la política exterior, de carácter multilateral. La imagen sería un producto de una estrategia en ese sentido, junto con la gestión de noticias, la comunicación estratégica y la construcciones de relaciones de confianza creíbles.

En su comunicación internacional, el gobierno debe acentuar los aspectos que se reconocen de Argentina en el mundo: joven democracia que enjuició a las Juntas y defendió su dignidad con una quita a la deuda declarada en gran parte ilegítima por los tribunales, garantía de acceso universal a la educación, libertad religiosa, red de voluntariado social, sistema de justicia social para la inclusión social.

La diplomacia pública nacional deberá ser facilitadora del accionar local en los escenarios internacionales, dado que cuentan con vivencias e intereses reales, centrales a la hora de contribuir con argumentos para toda política de comunicación que tenga por objetivo generar capacidad de influencia simbólica sustancial en las percepciones que la opinión pública internacional se forma acerca de la Nación Argentina y su pueblo.

VI. CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

ⁱ WORM, Boris y ot. Impacts of Biodiversity Loss on Ocean Ecosystem Services. Science, 03-11-2006: Vol. 314. no. 5800.

ⁱⁱ Discurso del Canciller Jorge Taiana, Gualeguaychú, 27-7-2006.

<http://www.mrecic.gov.ar/portal/cancilleria/discursos/taiana/d060727.html> [06.11.2006].

ⁱⁱⁱ Proyecto concebido y elaborado por Juan E. Szymankiewicz y Sergio L. Macagno, de la Federación Argentina de Municipios; puesto a disposición de la Cancillería el 17-07-2003, con el apoyo del Asesor del Señor de Presidente de la Nación, José María Salvini.

^{iv} A propuesta del Consultor PNUD-Cancillería, José María González.

^v Propuesta diseñada por Leandro Manzo y Sergio L. Macagno, y apoyada por el Secretario Legal y Técnico de la Presidencia, Carlos Zannini, y el entonces Vicecanciller Jorge Taiana.

^{vi} Discurso pronunciado por el Presidente Kirchner ante la XVI Cumbre Iberoamericana, Montevideo, 04-11-2006. <http://www.presidencia.gov.ar> [06.11.2006].

^{vii} JOHNSON, Stephen. Sistemas Emergentes. Madrid. Turner-FCE. 2003.

-
- viii GOMES, Wilson. Opinião Pública na Internet. Trabajo en 10°. Brasília, 01-06-2001.
- ix FRASER, N. Rethinking the public sphere. en: CALOUN, Craig. Habermas and the public sphere. Cambridge and London, 1994.
- x CASTELLS, Manuel. Lección inaugural del doctorado. Universitat Oberta de Catalunya. Junio 2000. <http://www.uoc.es> [06.11.2006].
- xi ARQUILLA, J y RONFELDT, D. The emergency of noopolitik. Sta Mónica, RAND 1999.
- xii HOCKING, Brian. Rethinking the New Public Diplomacy, en J. Melissen (ed.), The New Public Diplomacy, Soft Power in International Relations, Palgrave, Londres. 2006.
- xiii ALMEIDA, Jorge. Mídia, opinião pública ativa e esfera pública democrática. Comunicação&Política, Río de Janeiro, V6-1, 1999.
- xiv VALLS, Joseph. La imagen de marca de los países. España, McGraw Hill, 1992.
- xv KLEIN, Naomi. McUSA: el producto país que nadie compró. Masiosare, suplemento de Jornada de México. México, 17-3-2002.
- xvi LEONARD, Mark. British Public Diplomacy in the Age of Schisms. Foreign Policy Center, Londres. 2005.
- xvii <http://www.undp.org.ar/boletines/Diciembre2004Enero2005/notas/nota9.htm> [06.11.06]