



## La diplomacia pública y el efecto Blair

Philip Fiske de Gouveia \*

**Tema:** Tony Blair afecta de manera significativa al modo en que son percibidos Gran Bretaña y los británicos modernos. Esto, a su vez, tiene consecuencias importantes para las relaciones exteriores, el turismo y la entrada de inversiones

**Resumen:** En los ocho años que han transcurrido desde que Tony Blair fuera elegido Primer Ministro, podría decirse que éste se ha convertido en un dirigente británico tan internacionalmente reconocible como sus célebres predecesores, Winston Churchill y Margaret Thatcher. Para muchas personas de todo el mundo Blair es el británico moderno por antonomasia; hombre de familia carismático y con éxito profesional, Blair también es un estadista internacional y un visionario de centro-izquierda que, al menos según lo que vemos en nuestros televisores, se codea sin problemas con los ricos, famosos y glamorosos. En una serie de encuestas realizadas por el British Council en 1999 y 2000, Tony Blair encabezaba una lista de celebridades británicas y personalidades mundiales en términos de reconocimiento del nombre, reconocimiento como personalidad británica y como modelo de conducta británico positivo. Al igual que otros “iconos” nacionales modernos, tales como la Reina o David Beckham, Blair afecta de manera significativa al modo en que son percibidos Gran Bretaña y los británicos modernos. Esto, a su vez, tiene consecuencias importantes para las relaciones exteriores, el turismo y la entrada de inversiones.

Claro está que Tony Blair no es único a este respecto. La globalización de las comunicaciones implica que los líderes nacionales representan cada vez más un papel no sólo de “formuladores de políticas en jefe” sino de “embajadores culturales”. Cuando las personas de todo el mundo piensan en Estados Unidos piensan en George W. Bush, cuando piensan en Pakistán piensan en Pervez Musharraf, y cuando piensan en Francia piensan en Jacques Chirac. Nunca antes habían tenido tanta influencia los dirigentes nacionales en el modo en que tanto sus países como sus pueblos son percibidos en todo el mundo. En este contexto, el presente artículo analiza brevemente el grado en que Tony Blair se ha convertido en un icono mundial y trata de entender las consecuencias que esto tiene para Gran Bretaña, la diplomacia pública británica y las estrategias de relaciones culturales y comunicaciones de otros Estados. ¿Cómo y por qué ha pasado Tony Blair a ser un personaje tan bien reconocido? ¿Por qué, y en qué medida, supone Blair una baza de diplomacia pública? ¿Pueden, y deben, otros dirigentes nacionales intentar reproducir la “marca” Blair?

---

\* *Analista de diplomacia pública del Centro de Política Exterior de Londres*

## **Análisis:**

### *Tony Blair y el nuevo laborismo de 1997 a 2005*

La aplastante victoria de Tony Blair y el nuevo laborismo en mayo de 1997 supuso un punto de inflexión en la política británica moderna. Un Partido Laborista que llevaba dieciocho años sin acceder al poder, a veces preguntándose si alguna vez volvería a acceder al mismo, había conseguido tanto reorganizarse como “renovar su marca”, ocupando así el papel central de la política británica. Desde entonces el “nuevo laborismo” ha seguido una agenda ambiciosa a nivel nacional, incluyendo la devolución de poder a las asambleas electas de Escocia y Gales, la aprobación de legislación en materia de derechos humanos, el establecimiento de un alcalde ejecutivo en Londres y una reforma constitucional significativa. El Gobierno de Tony Blair también se ha mostrado inesperadamente activo a nivel internacional, involucrándose en conflictos armados en Kosovo, Sierra Leona, Afganistán e Irak y, desde 2001, representando un papel muy importante en lo que se ha denominado “guerra contra el terrorismo”. Entre las iniciativas prominentes más recientes se incluyen la creación de una Comisión para África (2004) y la presión ejercida consiguientemente sobre la comunidad internacional en materias como la ayuda, el comercio y el alivio de la deuda, así como las presidencias del G8 y del Consejo de la Unión Europea (2005).

El Gobierno de Blair ha tenido que aprender a hacer todo esto en una era de comunicaciones sin precedentes, en la que existen emisiones de noticias ininterrumpidas en todo el mundo y en la que los Gobiernos son cada vez más conscientes de la necesidad tanto de gestionar mejor sus propias comunicaciones políticas a nivel nacional como de ampliar sus iniciativas de comunicación a nivel internacional a través de una mejor diplomacia pública y mejores relaciones culturales. Parece justo decir que en los últimos años el Gobierno británico ha demostrado gran habilidad para desenvolverse en este nuevo entorno de comunicaciones, tanto en la esfera nacional como en la internacional.

Puede argüirse, por ejemplo, que el nuevo laborismo bajo la dirección de Tony Blair ha promovido un nuevo tipo de política en el Reino Unido, en el que las comunicaciones de la política a veces han pasado a ser tan importantes como el propio mensaje, una estrategia que, en función de la inclinación política del comentarista, ha sido ridiculizada como un “engaño” deshonesto o alabada como prueba de un Gobierno abierto y de consenso. Esta estrategia, a la que a veces se ha hecho referencia como “campaña permanente”, ha venido siendo una característica manifiesta del Gobierno de Tony Blair.

La política exterior británica también ha cambiado de rumbo desde 1997. El enfoque realista tradicional otorgado a los asuntos internacionales, favorecido por los Gobiernos conservadores de Margaret Thatcher y John Major, ha sido sustituido por una política quizás mejor entendida como un “egoísmo ilustrado” (una expresión empleada por el antiguo Ministro de Asuntos Exteriores, Robin Cook). Al mismo tiempo, al igual que la estrategia de comunicaciones ha sido una consideración constante en la política interior, el Gobierno de Blair ha ido explorando progresivamente las oportunidades y las exigencias en materia de política exterior presentadas por el nuevo entorno mundial de medios de comunicación. Por ejemplo, el Ministerio británico de Asuntos Exteriores se ha tomado muy en serio la diplomacia pública y las comunicaciones estratégicas internacionales, estableciendo una Unidad de Medios Islámicos y una Unidad de Corresponsales Extranjeros específicas y, en un reciente documento estratégico, subrayando la importancia de la “influencia mundial” mediante el uso de las comunicaciones y la diplomacia pública como gran prioridad estratégica. Al mismo tiempo, determinados órganos de diplomacia pública como BBC World Service y el British Council, si bien llevan generaciones sirviendo al interés nacional británico, han experimentado un cierto renacimiento bajo los Gobiernos de Blair. También se han dado pasos para perfeccionar las estructuras de diplomacia pública británica, incluyendo la

creación de una Junta de Estrategias de Diplomacia Pública (2002) y el establecimiento de dos importantes informes, Wilton (2002) y Carter (2005). Esta Junta, por ejemplo, ha supuesto una iniciativa interesante, que reúne a representantes del Gobierno, los medios de comunicación, las agencias de relaciones culturales y la oficina nacional de turismo, así como a analistas de diplomacia pública independientes. La Junta ha tratado tanto de evaluar como de redirigir la estrategia británica de diplomacia pública de acuerdo con prioridades estratégicas. Asimismo, durante la denominada “guerra contra el terrorismo”, los medios y las comunicaciones han adquirido una mayor importancia estratégica, y la política gubernamental se ha adaptado en consecuencia. Por ejemplo, durante la guerra en Afganistán en 2002, por recomendación de los asesores del Gobierno británico, la coalición dirigida por Estados Unidos estableció Centros de Información de la Coalición destinados expresamente a contrarrestar los intentos por parte de las fuentes talibanes de dominar e influir en las agendas de noticias. Al mismo tiempo, las emisiones de BBC World Service a Oriente Medio y el suroeste asiático han aumentado desde 2001.

#### *La diplomacia pública británica y la marca Blair*

Aunque resulte difícil calcular el valor claro de la diplomacia pública de un dirigente nacional como Tony Blair sin amplias encuestas y grupos de discusión, parece obvio que los distintos líderes o estilos de liderazgo, especialmente tal y como los proyectan los medios de difusión, pueden influir en la percepción que se tiene de ese país en el extranjero. Quizás lo que mejor ilustre esto sea el contraste existente entre las Presidencias de Bill Clinton y George W. Bush.

Y quizás como mejor se entienda la influencia de Tony Blair en materia de diplomacia pública sea en dos niveles, *actitudes influidas por los acontecimientos* a corto plazo y *actitudes subyacentes* a largo plazo, cada una de las cuales puede variar de un país a otro y diferenciarse de las otras en distintos momentos. Así, una encuesta informal realizada por el autor sugiere que aunque las actitudes con respecto a Blair puedan variar en algún aspecto (en Rusia se le ve normalmente como un aliado incondicional del rival ruso, Estados Unidos, en Estados Unidos se le ve como un amigo leal y en Francia se le considera un lacayo de Estados Unidos), en todos esos países se le suele considerar un visionario carismático y decidido. En otras palabras, aun cuando se desaprueben las acciones de su Gobierno, Tony Blair en sí es capaz de seguir proyectando una imagen positiva del Reino Unido. Su papel como Primer Ministro contrasta fuertemente, por ejemplo, con el de John Major.

Blair ha mostrado también una inusual disposición a hacer uso de los medios de comunicación internacionales para llegar a las audiencias extranjeras (apareciendo, por ejemplo, en la MTV y en Al Jazeera). Ésta ha sido una estrategia especialmente notable desde 2001 y cabe esperar que se mantenga tras los atentados de Londres del pasado mes de julio. Blair también ha demostrado la utilidad de los grandes discursos, dirigidos a audiencias internacionales, como medio de señalar un cambio de política en el extranjero, en sí un importante elemento de diplomacia pública moderna. También puede ser que la disposición de Blair a relacionarse con los medios de comunicación, a menudo de forma cuasi-presidencial, le haya ayudado a mantener su prestigio político a nivel nacional tras los recientes atentados en Londres (de forma muy distinta a lo que le sucedió al antiguo Presidente español, José María Aznar, en marzo de 2004).

Adicionalmente, cabe destacar el papel que puede estar representando Cherie, la mujer de Tony Blair, como “diplomático público”. Sería razonable decir que Cherie, distinguida abogada y madre de cuatro hijos, se ha unido a una larga tradición de esposas de dirigentes que actúan ellas mismas como bazas de diplomacia pública y embajadoras culturales no oficiales. Los analistas no deberían infravalorar, por ejemplo, la influencia histórica de personas como Raisa Gorbachov, Nancy Reagan, Hillary Clinton y Laura Bush.

El atractivo de Blair parece haber sido especialmente fuerte en Europa. Es quizás aquí donde se ha venido usando más comúnmente la expresión “efecto Blair” ( o *L'effect Blair*) y donde mejor se entiende. Aunque la expresión en sí pueda exagerar la influencia real de Blair en la política europea, reconoce, adecuadamente, que realmente ha tenido algún impacto notable. Tras las elecciones de 1997, Blair fue recibido por algunos en Europa como un reformista de centro-izquierda y pionero de la denominada “tercera vía” (una cuasi-filosofía que intentaba alcanzar un punto medio entre el socialismo tradicional y el conservadurismo de libre mercado). Blair también ha sido un dirigente británico manifiestamente proeuropeo. Como tal, ha sido capaz de establecer lazos con líderes de centro-izquierda de ideas afines como Gerhard Schröder en Alemania y, más recientemente, José Luis Rodríguez Zapatero en España (cuyo propio partido político adoptó la expresión “nueva vía”), y ha sido en cierto modo un pionero político. La actitud del pueblo europeo con respecto a Blair, aun viéndose alterada por el papel destacado de Gran Bretaña en la invasión de Irak, ha sido buena en general, salvo en algunas excepciones como la de Francia, y últimamente parece haber mejorado como consecuencia del modo en que Blair ha gestionado la crisis posterior al “no” en los referéndum llevados a cabo en Francia y los Países Bajos y a su firme postura con respecto al presupuesto de la UE y la PAC. De este modo, aun cuando las actitudes a corto plazo con respecto a Blair, influidas por los acontecimientos, hayan sido negativas, parece que han persistido las actitudes subyacentes hacia un Blair el visionario fuerte y dinámico. En otras palabras, la opinión pública puede respetarle aun cuando no respete lo que hace.

El hecho es que el propio atractivo mediático de Tony Blair, su hábil manejo estratégico de los medios, el aumento de las emisiones de noticias mundiales ininterrumpidas en la televisión y el nivel inusualmente alto de acción política internacional del Reino Unido (especialmente desde 2001) se han combinado para hacer de Blair un líder británico visible y reconocible hasta un punto prácticamente único. El que por lo general se le considere relativamente joven y carismático y que, en muchos aspectos, encarne tanto al “viejo” como al “nuevo” Reino Unido, han hecho de él una baza importante de diplomacia pública para su país.

Conclusión: Los dirigentes nacionales que intentan influir en la opinión pública mundial del modo en que parece haberlo hecho Tony Blair lo tienen algo difícil. Sin duda, las circunstancias han ayudado al Primer Ministro británico, y su carisma y porte telegénicos han representando bazas importantes. Al mismo tiempo, la estrecha alianza entre Gran Bretaña y Estados Unidos como parte de la “guerra contra el terrorismo” ha proyectado a Blair como actor principal de la noticia predominante en el mundo en estos tiempos; y como tal, su relieve mediático ha sido enorme. Puede que también sea importante el hecho de que Tony Blair sea británico, y por lo tanto hablante de la *lingua franca de facto* actual en el mundo (es más fácil que los redactores de noticias tomen material de un discurso si tanto ellos como sus audiencias pueden entenderlo). La lección que puede extraerse de la experiencia de Blair es sencilla: el dirigente político que aspire a convertirse en una baza nacional de diplomacia pública debe tanto aparecer regularmente en las pantallas de los televisores de todo el mundo como además sonar bien y dar buena imagen al hacerlo. En realidad puede resultar mucho más difícil conseguir lo primero que lo segundo.

Una consideración clave debe ser, por supuesto, la política en sí. La actitud con respecto a Estados Unidos, según las encuestas del Pew Center, ha empeorado significativamente desde 2001, al parecer como consecuencia de las acciones militares encabezadas por Estados Unidos en Afganistán e Irak. Los Gobiernos deben recordar siempre que, en la era de la televisión por satélite, su imagen, y por asociación la de su país, dependen tanto de lo que hacen como de lo que dicen. En el caso de Estados Unidos, la imagen

negativa que se tiene de dicho país puede haberse visto reforzada por las actuaciones en los medios de un Presidente que deliberadamente se dirige al electorado conservador de su país y se preocupa menos de la opinión pública internacional. Así, la impopularidad de una política a nivel internacional puede verse amplificada por un dirigente impopular internacionalmente.

En los últimos años se ha hablado mucho del grado en que la política ha pasado a “ser dependiente de la personalidad” en las democracias desarrolladas. Si realmente los electores votan en función de cómo de telegénico y carismático son sus candidatos políticos, la lección de la diplomacia pública actual es que puede que su actitud sea la acertada; según parece, la “marca Blair” es buena para Gran Bretaña.

*Philip Fiske de Gouveia*

*Analista de diplomacia pública del Centro de Política Exterior de Londres*