

PAULO RENATO DA SILVA, MARIO AYALA
FABRICIO PEREIRA DA SILVA , FERNANDO JOSÉ MARTINS
(COMPILADORES)

LUTAS, EXPERIÊNCIAS E DEBATES NA AMÉRICA LATINA

**Anais das IV Jornadas Internacionais de Proble-
mas Latino-Americanos**

**Foz do Iguaçu
Imago Mundi / PPG - IELA UNILA
2015**

TELESUR y la Diplomacia Pública venezolana¹⁸⁰

Érico Matos (FLACSO)

Resumen:

Actualmente la seguridad nacional no depende más exclusivamente de las fuerzas armadas, como en el pasado, comunicarse pasó a ser una herramienta poderosa, que los Estados aprenderán a utilizar previamente al poder militar de facto.

Eytan Gilboa describe teóricamente que eso puede ocurrir a través del uso de una diplomacia pública o de un concepto elaborado más recientemente, el cual denominó Diplomacia Mediática, que parte de la presunción que los medios de comunicación masivo poseen grande influencia sobre la población, por lo tanto, esa influencia podría ser utilizada de modo útil en las relaciones internacionales.

Ese artículo propone un debate sobre los conceptos de diplomacia pública y diplomacia mediática aplicada al contexto realidad suramericano. Indagando, por fin, sobre la efectividad del uso del modelo diplomático al contexto local. Venezuela, aunque sin haberlo reivindicado explícitamente, describo como el surgimiento del canal TELESUR como una herramienta de defensa de Venezuela, especialmente, después del intento de golpe 2002, con el apoyo de medios de comunicaciones internacionales.

Keywords:

Poder – Comunicación – Diplomacia pública – Medios de comunicación.

Abstract.

The national security no longer depends primarily on the armed forces. Nowadays, communication is the most important soft power which states tend to use before employing any hard power like the army. The Professor Eytan Gilboa described that this occurs through the use of public diplomacy or a concept recently developed which he called media diplomacy. According to this

¹⁸⁰ Érico Matos, magister en Relaciones Internacionales FLACSO.

concept, mass communication has great influence over the public opinion, so therefore a state could make use of it in International Relations.

This paper proposes a discussion about these concepts of public diplomacy and media diplomacy applied to a South American case, namely how the Venezuelan government makes use of media diplomacy and how effective it is? Venezuela uses its state-run television channel Telesur to create a favorable public opinion about the government's actions and so defend itself from the attacks provided by the foreign media, especially after the failed coup in 2002.

Keywords

Power – communication – public diplomacy – mass communication.

¿QUÉ ES DIPLOMACIA PÚBLICA?

Existen diversas definiciones sobre lo que es Diplomacia. El concepto clásico respecto de la diplomacia hace referencia a dos autores Mexicanos Raúl Valdés y E. Loaeza "*Diplomacia es la conducción de los negocios entre estados por medios pacíficos. Es, asimismo, la aplicación de la inteligencia y el tacto en la conducción de las relaciones oficiales entre gobiernos de estados independientes*". (Valdés y Loaeza, 1976, p.6).

La diplomacia tradicional es caracterizada por Eytan Gilboa como "*Secret Diplomacy*" donde no existe la influencia de los medios de comunicación y el público en las negociaciones internacionales, en este sentido en la diplomacia tradicional los únicos actores son los Estados y que buscan en el principio de defensa del interés nacional, sin consideraciones otros actores que podrían tener alguna relevancia al tema internacional. "*Secret diplomacy is characterized by total exclusion of the media and the public from negotiations and related policy-making*" (Gilboa, 2000, p. 546). Ese fue un método que al largo de los siglos consolidó la diplomacia en el occidente, a través de grandes acuerdos secretos entre las potencias Europeas sobre la "división" del globo, sin embargo, como señala Hank. L. Wesseling en "*Divide and Rule: The Partition of África*" en los años anteriores a la primera guerra mundial, la opinión pública de Francia e Inglaterra empiezan de modo muy incipiente a desarrollar un papel importante en los temas internacionales sobre la colonización en África y Asia. Por lo tanto, ante los catorce puntos de Wilson que pide el fin de una di-

plomacia tradicional y secreta, la masa homogénea que es la opinión pública empieza a querer participar de algún modo sobre las negociaciones internacionales.

Mientras tanto, una amplia influencia de la opinión pública sobre las relaciones internacionales solo será posible medio siglo después a través de las nuevas tecnologías de comunicación global donde se desarrolla un papel revolucionario cuando promueve un “acercamiento” de los temas internacionales al nuestro día a día.

En los años más recién el público no acepta estar pasivo sobre las decisiones internaciones, sin que tenga información sobre los temas negociados entre las partes: “*The public demands information about negotiations; in general the media satisfies this demandes*” (Gilboa, 2000, p.546), por lo tanto, surge un nuevo actor en el escenario internacional que son los grandes medios de comunicación que sirven a un público que demanda información sobre los acontecimientos internacionales.

Actualmente no es posible resumir que las cancillerías son los únicos organismos en el Estado que detienen el monopolio exclusivo de las relaciones exteriores, (Martínez Pandiani, 2006, p.27) ni los únicos detentores de la elaboración o contacto en temas relacionados a política externa¹⁸¹. Existen otros actores no-estatales o sub-nacionales que tienen fundamental importancia en las relaciones internacionales, donde ejercen influencia sobre los gobiernos y los Estados, como tipifica Melissen y Van der Pluijm, el papel importante que tienen las Corporaciones, ONGs, Organizaciones Internacionales, Gobiernos locales y los propios ciudadanos en el proceso de desarrollo de las políticas internacionales (MELISSEN. J., y VAN DER PLUIJM, R, 2007).

De modo que el primero en hablar de diplomacia pública y su uso a través de los medios de comunicación internacionales fue Eytan Gilboa en su libro *American Public Opinion Toward Israel and the Arab-Israeli Conflict* (1987) donde Gilboa establece que este es un campo de estudio que es parte del conocimiento en la cual no involucra solamente a conceptos relacionados a relaciones internacionales, pero si implica la conjunción de conocimientos en Politología, Relaciones Internacionales y Comunicación.

¹⁸¹ Consultar el Estudio de Frisancho, J. R. C. Paradiplomacia: El posicionamiento de las entidades sub-nacionales en el escenario internacional. Jornadas de Relaciones Internacionales “Poderes emergentes: ¿Hacia nuevas formas de concertación internacional? Área de Relaciones Internacionales – FLACSO. Septiembre de 2010

En su artículo titulado *Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects (2001)* Gilboa propone la división en tres campos de estudio cual denomina de Diplomacia Pública (Public Diplomacy), Diplomacia Mediática (Media Diplomacy). Sin embargo, no existe un consenso al respecto de algunos conceptos de la Diplomacia Pública, es posible encontrar diversas definiciones que varían según de autores y país. Por lo tanto, utilizaremos los respectivos conceptos de Diplomacia tradicionalmente más comunes en la escuela estadounidense:

Diplomacia Pública

Mientras en la diplomacia tradicional se enfoca en la formalización de las relaciones entre los Estados, a su vez, en la Diplomacia Publica se busca exceder las comunicaciones exclusivamente intergubernamentales en la cual busca establecer un canal de dialogo directamente con diversos actores nacionales, además de los gobiernos, o de otro Estado (Martínez Pandiani, 2006, p.56), donde su objetivo es influir en el pensamiento de esa población, y con eso, afectar las relaciones entre los gobiernos. “la diplomacia pública trata de la influencia en las actitudes del público en materia de política exterior más allá de la diplomacia tradicional”. (Cul, 2009 citado por Manfredi, p. 2011).

La diplomacia Publica es un elemento principalmente de propaganda a través del cual la manera donde individuos de determinado gobierno o personas privadas (grupos de influencia) busca de manera directo o indirectamente influir las actitudes y la opinión pública cuales afectan la toma de decisiones en los temas de política externa de otros Estados. (Signitzer y Coombs citado por Gilboa, 2001, p. 8)

Diplomacia Mediática.

En la Diplomacia Pública la publicidad es el componente más importante de la acción, que demuestra un fuerte carácter de propaganda política, por su parte en la Diplomacia mediática, es el Medio de Comunicación que tiene una importancia más relevante. Mientras en la Diplomacia pública utiliza de los medios como agentes de propaganda, en la Diplomacia Mediática los medios no son simples transmisores de información, pero son instrumentos de negociación con objetivos claros a evitar o terminar conflictos (Martínez Pandiani, 2006, p.73) de modo que pueda establecer una conexión entre los Estados y actores no Estatales que puedan auxiliar el avance de las negociaciones. Gilboa clasifica el uso de diplomacia mediática como que ya existente una confrontación o, una disputa para que pueda auxiliar a negociar o solucionar el problema (GILBOA, 2001)

De modo que los medios desarrollan un papel fundamental en la comunicación entre los Estados, ejemplo, el caso de los rehenes en la embajada estadounidense secuestrados en Teherán, donde la amplia utilización de los medios de comunicación entre Estados Unidos y los secuestradores para dialogar o cuando en 1990 a través de la CNN el secretario de Estado estadounidense, James Baker, utiliza para enviar ultimátum a Saddam Hussein (Burity, 2012, p. 10)

CHÁVEZ Y LA DIPLOMACIA PÚBLICA VENEZOLANA.

Chávez asume el gobierno venezolano en 2 de Febrero de 1999, ocho años después, del intento de Golpe de Estado en Febrero de 1992, en el cual, el entonces teniente coronel Hugo Chávez fue principal liderazgo. Ese intento de golpe proyecta nacionalmente a Chávez (Cañizález y Lugo, 2007, p. 53). El discurso de Chávez en vivo a todo el país cual anuncia la derrocada del Movimiento Militar Bolivariano y sus aliados, auxilia a promover a Chávez una nivel nacional que es un hecho clave a entender toda la popularidad que Chávez obtiene después del fallido intento de Golpe de Estado de 1992 (Valente y Santoro, 2006; 7)

Compañeros, lamentablemente, por ahora, los objetivos que nos planteamos no fueron logrados en la ciudad capital. Es decir, nosotros acá en Caracas, no logramos controlar el poder. Ustedes lo hicieron muy bien por allá, pero ya es tiempo de evitar más derramamiento de sangre. Ya es tiempo de reflexionar y vendrán nuevas situaciones y el país tiene que enrumbarse definitivamente hacia un destino mejor. Así que oigan mi palabra. Oigan al Comandante Chávez quien les lanza este mensaje para que, por favor, reflexionen y depongan las armas porque ya, en verdad, los objetivos que nos hemos trazado a nivel nacional, es imposible que los logremos. Compañeros, oigan este mensaje solidario. Les agradezco su lealtad, les agradezco su valentía, su desprendimiento, y yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este Movimiento militar Bolivariano. Muchas gracias." (Chávez 4 de Febrero de 1992)

Chávez responsabilizase por el golpe “y yo, ante el país y ante ustedes, asumo la responsabilidad de este Movimiento militar Bolivariano” Valente y Santoro señalan que es un hecho clave a entender la alta popularidad que Chávez tendrá en los años posterior a su encarcelamiento en Yare, un país donde la población siempre estuvo acostumbrada a la clase política eximirse de culpa, la

acción de Chávez genera ante gran parte de los venezolanos, cierta popularidad y respecto (Valente y Santoro, 2006, p. 7).

Por lo tanto, Chávez que hasta entonces era desconocido del público pasa a ser un rostro conocido mediante a esos pocos segundos en que estuvo visible en los medios en 4 de Febrero de 1992. Así, Chávez sabe la importancia de los medios de comunicación para todo proceso de reformas que conducirá a partir de su elección en 1999.

De modo que el fallido Golpe de Estado contra Chávez en abril de 2002, es un ejemplo de las marcadas limitaciones presentes a un Estado en vías de desarrollo frente a grupos internos descontentos que buscaba a través de las redes internacionales de comunicación apoyo a sus acciones.

Los profesores brasileños Leandro Valente y Mauricio Santoro señalan sobre la actuación lenta de los medios internacionales en clasificar los ocurridos en Venezuela como un golpe de Estado, y así, buscaban utilizar expresiones tales cual “(el presidente Hugo Chávez) dejó el poder” en lugar de la expresión “fue depuesto”

(...) o fato levou mais de 48 horas para ser classificado pela mídia internacional como golpe de Estado. Neste período, principalmente durante a prisão de Chávez, (...) as principais reportagens disseminadas pelas agências internacionais de notícias falavam sobre a tranquilidade do mercado internacional do petróleo em virtude da posse do novo governo venezuelano. Um trecho de um flash noticioso da agência americana AP distribuído na noite do dia 12 (...) mostra claramente essa tendência, com a expressão: “deixou o poder” sendo usada no lugar da expressão “foi deposto” ou outras similares (VALENTE 2005 citado por Valente y Santoro, 2006, p. 9).

Las Agencias de Noticias Internacionales buscaban construir una imagen de tranquilidad, por eso, en las primeras horas del Golpe de Estado, anunciaba que el presidente Chávez había por su libre voluntad dejado el poder. (Valente y Santoro, 2006, p.9).

La visión de mundo del Militar Hugo Chávez, profundamente sesgada a una visión Geopolítica (Serbin, 2010, p.18) comprende la necesidad en el periodo posterior a 2002 de la necesidad de establecer proyectos de comunicación internacionales que busquen la construcción en el exterior de una imagen favorable del país utilizando un canal de televisión propio como medio directo de

comunicación, sin intermediarios, cual no pese la censura de los grandes monopolios de comunicación principalmente sedeados, en su mayor parte, en los Estados Unidos.

TELESUR

Así, el proyecto máximo de la diplomacia a través de los medios Chavista es en el año de 2005 a través de la inauguración del canal TELESUR, una red comunicación multiestatal, que fue creado bajo argumentación en ser un intento de romper con el monopolio de información cual detienen las agencias de noticias Estadounidense y Europeas. Ofreciendo a la opinión pública latinoamericana la posibilidad de informarse por otros medios brindando una diversidad mayor de noticias, mientras tanto, como señalan a Valente y Santoro la diplomacia mediática venezolana se basa en la propuesta de la integración latinoamericana, pero, en gran medida tiene más una función de protección del gobierno Venezolano frente a amenazas externas, buscando evitar la repetición de otros 2002. Donde el establecimiento de un amplio público y la facilidad para competir en la transmisión de noticias vale más como una defensa contra los ataques externos. (Valente y Santoro, 2006, p.11).

El proyecto TELESUR parte del principio que presupone la existencia de una esfera pública común en América Latina. La retórica de integración latinoamericana es a menudo el discurso del pan-americanismo de integración, pero señala Cañizález y Lugo, que existe una diferencia entre el discurso y la práctica poco aportaron al proyecto efectivamente además del discurso los Estados cofundadores – Argentina, Uruguay y Cuba – el canal recibió inicialmente un aporte de 3 millones de dólares, pagos exclusivamente por el Estado Venezolano. (Cañizález y Lugo, 2007, p.56)

El presupuesto destinado a los primeros años de operación del canal fue de 10 millones pago integralmente por el Estado Venezolano a través de la Corporación Venezolana de Petróleo, empresa estatal filial de PDVSA (Últimas Noticias, 2005 citado por Cañizález y Lugo, 2007, p. 56). Su control accionario es Venezuela 46 % de las acciones, Argentina 20%, Cuba 19% y Uruguay 10%. Bolivia 5% de participación (MINCI, 2006 citado por Cañizález y Lugo, 2007, p.57), mientras tanto, Uruguay y Argentina aún tienen que cumplir con muchos de sus compromisos financieros (Cañizález y Lugo, 2007, p.57)

La experiencia del gobierno Venezolano en crear un canal internacional de noticia cual auxiliase en una proyección internacional del país no es un hecho nuevo. La antigua Agencia de Noticia Venezolana “*Venpres*” del gobierno de Carlos Andrés Pérez que buscó patrocinar la expansión e

internacionalización de una agencia de noticias nacional, según Lugo, tenía como “(...) *objetivo darle a Venezuela la posibilidad de proyectarse geopolíticamente en el escenario mundial y ejercer diplomacia pública*” (Cañizález y Lugo, 2007, p.59).

Mientras tanto, Valente y Santoro señalan las limitaciones de la diplomacia pública venezolana que no detiene pretensiones más allá que de su propia seguridad. Venezuela no buscando posiciones de destaque internacional, como hacer parte del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas de modo permanente o mismo derrocar gobiernos que no le convén; la injerencia venezolana del mandatario venezolano en las elecciones presidenciales peruanas en 2006 cual el candidato apoyado por Chávez, Ollanta Humala, fue derrocado en la segunda vuelta de las elecciones por el liberal Alan García. según afirma Bruno Revesz en diversas publicaciones fue destacado el apoyo de Chávez al entonces candidato Humala en una “(...) *cruzada mediática de “todos contra Humala*” (Revesz, 2006, p.9).

Sin embargo, ese caso nos auxilia a entender mejor las limitaciones existente en la capacidad de influir en asuntos internos de otros Estados por parte del Gobierno Venezolano, por lo tanto la diplomacia mediática de Venezuela actúa de manera distinta a otros países que utilizan a ese método, no teniendo un carácter expansionista de su política exterior. Mientras tanto, el Chavismo, hace a través de TELESUR una herramienta de defensa de Venezuela, contrarrestando la influencia y la hegemonía internacional de los medios de comunicación (Valente y Santoro, 2006, p.11).

A respecto del papel que el proyecto TELESUR tiene dentro de la diplomacia venezolana, el gráfico abajo que hace un análisis de los países nombrados en las noticias publicadas en los programas de “Edición Central” transmitidos durante la semana de 02 de febrero hasta 06 de febrero de 2015. El programa transmite desde Caracas a las 19:30 horas (GMT -4:30 Horas), con una duración promedio de una hora y veinte minutos, conducidos por los periodistas Abraham Istillarte y Tatiane Pérez traen el resumen de las noticias más importantes del día, además de conducir entrevistas con expertos en el tema discutido y de resaltar la participación de los corresponsales internacionales del canal que transmiten una visión sobre el tema.



Fuente: Elaboración propia.

Venezuela es el país que más registra presencia en las noticias publicadas en el programa analizado con 24%, de las noticias, seguido por Colombia con 12% y de las noticias del conflicto en el este europeo con 11%. Sobre el canal pesa características que podemos relacionar con los rasgos geopolíticos del expresidente Hugo Chávez; la cobertura de TELESUR se concentra en dos ejes; geopolítico e ideológicos donde las noticias publicadas refuerzan esta idea; Colombia debido la proximidad geográfica tiene una participación relevante en las noticias publicadas mientras que países como Bolivia, Ecuador y Cuba aliados tradicionales ideológico del gobierno venezolano representan 8% de las noticias emitidas en este programa. Tal cual, en el caso de Rusia, que debido al reciente conflicto en Este europeo y la caída del precio del petróleo y del gas se han acercado posiciones ideológicas comunes entre los gobiernos de Venezuela y Rusia en contra de Estados Unidos y Europa.

El control accionario de TELESUR es Venezuela 46 %, Argentina 20%, Cuba 19% y Uruguay 10% y Bolivia 5% de participación (MINCI, 2006 citado por Cañizález y Lugo, 2007, p. 57), mientras tanto, Uruguay y Argentina aún tienen que cumplir con muchos de sus compromisos financieros (Cañizález y Lugo, 2007, p.57). El presupuesto destinado a los primeros años de operación del canal fue de 10 millones pagado integralmente a través de la Corporación Venezolana de Petróleo, empresa estatal filial de PDVSA (Últimas Noticias, 2005 citado por Cañizález y Lugo, 2007 2007, p.56).

El gobierno venezolano ha demostrado a lo largo de los años que TELESUR está en operación, que está dispuesto a utilizar los medios de comunicación para promover una Diplomacia Pública a favor de la seguridad del País. Por lo tanto, diferente al proyecto de Venpress del expresidente de Carlos Andrés Pérez, el Chavismo, utiliza a TELESUR como una herramienta de defensa de Ve-

nezuela, contrarrestando la influencia y la hegemonía internacional de los medios de comunicación

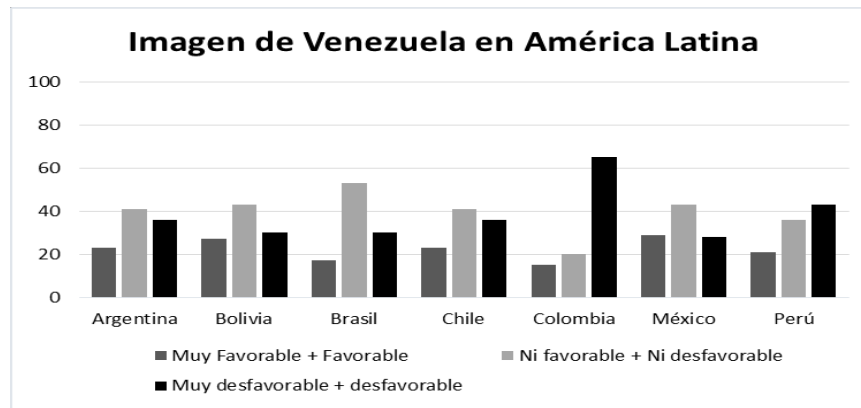
El gráfico abajo señala las noticias publicada en las ediciones analizadas del programa “Edición Central”. En todas las ediciones algunos temas son recurrente como: “Guerra Económica”; “Conflicto en Ucrania” y el proceso de “Paz en Colombia” que juntos tuvieron una representación de 39% de las noticias publicadas en el periodo analizado, estando presente en todas las ediciones. Estos tres temas señalan claramente la posición de propaganda ideológica y geopolítica del canal, especialmente, las noticias publicadas sobre la “guerra económica” en Venezuela donde es recurrente el uso de expresiones de que “no hay desabastecimiento” en el país, pero si, existe un “acaparamiento” de productos promovidos por sectores de oposición al gobierno nacional. Por lo tanto, claramente, TELESUR busca transmitir internacionalmente la posición del gobierno venezolano en este tema, además, de incluir declaraciones de algunos jefes de Estados aliados a Venezuela, como Evo Morales, en defensa de las medidas adoptadas por Venezuela, buscando así, generar una esfera pública de apoyo.



Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, la investigación sobre la imagen de los países de la región conducida por Fundación Imagen de Chile/IPSOS demuestra que Venezuela no ha logrado, incluso utilizando los medios de comunicación, una imagen positiva frente a la opinión publica extranjera ante a la pregunta: ¿Cuál es la opinión general que usted tiene de...? el opción muy favorable + favorable obtuvo un promedio de 22% entre los países de la América Latina, no obstante, la tasa de muy desfavorable + des-

favorable ha alcanzado valores de 65% (Colombia) y 43% (Perú) en un promedio de 39% de rechazo.



Fuente: Fundación Imagen de Chile / IPSOS / 2013

Joseph Nye señala que los Estados que han buscado promover su *softpower* a través de emisoras internacionales, como en el caso Venezolano, es necesario la adopción de un conjunto de estrategia comunicacional internacional, en lo cual, sectores sub-nacionales de la sociedad civil puedan participar directamente y destaca que el uso estas redes internacionales de comunicación para promover una Diplomacia Pública es válido, sin embargo, si no existe una participación de demás actores sub-nacionales en la elaboración del contenido informativo donde la cultura, los valores y la políticas de un país tiene capacidad reducida de atracción debido el fuerte apelo propagandista estimulado por el gobierno nacional, como en el caso estudiado, el uso de una diplomacia pública para producir *softpower* a través de las redes internacionales de comunicación puede ser contraproducente. Y se puede producir todo lo contrario al deseado. (Nye, 2008, p. 95).

Nye busca señalar que las noticias emitidas por estos instrumentos de comunicación internacional sean creíbles y de confianza internacional, debido que la información que aparenta ser propaganda suele ser despreciado, así como, puede llegar a ser contraproducente y auxiliar en la destrucción de la reputación internacional de un país. Como ejemplo, el autor señala el caso de Estados unidos donde las continuas afirmaciones entre cual Iraq tendría armas de destrucción en masa y estrecho vínculo con Al Qaeda, pueden haber ayudado a movilizar apoyo interno, pero la posterior noticia de estas noticias fueran exageración asestó un duro golpe para la credibilidad estadounidense. (Nye, 2008, p. 101).

CONCLUSIONES

De manera que la diplomacia pública venezolana en un contexto local cual la inserción de Venezuela en el escenario económico internacional como una productora de petróleo, cual a su baja producción (o más recientemente la casi inexistencia) de un complejo industrial no le permite proyectarse como liderazgo regional.

Así, la diplomacia pública venezolana es aplicada en un contexto de defensa por el gobierno venezolano, por lo tanto, el proyecto TELESUR como afirma Lugo y Cañizález *“Si bien intenta ser una expresión de espacio común, con capacidad para promover la integración político-cultural, es, al mismo tiempo, un medio para extrapolar los intereses geopolíticos nacionales, tanto dentro de Venezuela como en el exterior. (...) aunque sin haberlo reivindicado explícitamente, han adquirido la capacidad de proyectar sus ambiciones políticas dentro del país e internacionalmente.”* (Cañizález y Lugo, 2007, p.55).

Así, TELESUR sirve a Venezuela como un poder blando - soft power – a través de la comunicación se busca una forma efectiva de ejercer influencia en América del Sur, pero el contexto regional donde los medios de comunicación privados son imperantes representan una grande dificultad de inserción de TELESUR en competir.

El intento de disuadir a través de la creación de una red bajo el signo de Multiestatal y de integración regional, pero que los datos han demostrado que es un canal en defensa del interés Venezolano. La amplia utilización extremadamente partidaria del canal a su vez, puede traer problemas en la aceptación del público general, por ese motivo conforme anunciado el deseo de profundizar el proyecto al expandir a otros idiomas, y nuevos públicos internacionales podrás encontrar fuerte resistencia de aceptación lo que tornaría el proyecto posiblemente inviable, mientras tanto, ¿Cuán efectivo es ese proyecto? es un cuestionamiento abierto, no buscamos responder, sin embargo, buscamos de manera incipiente un poco ese camino, debido la dificultad en estudiar y mensurar valores a respecto de un tema tan complejo y reciente en nuestra región.

Referencia.

BURITY, C. *Mídia e Relações Internacionais: Diplomacia midiática no governo Lula* (2003-2010), 2012.

CAÑIZÁLEZ, A. y LUGO, J.; *Telesur: Estrategia geopolítica con fines integracionistas*. CON-fines Agosto-Diciembre. 2007.

MELISSEN, J. y VAN DER PLUIJM, R. “*The expanding role of cities in international politics*”, Clingendael, 2007.

WESSELING, Hank. L. (“*Divide and Rule: The Partition of África*”

GILBOA, E. *Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects*, *Diplomacy & Statecraft*, 12:2, 1-28, DOI: 10.1080/09592290108406201. Disponível em <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09592290108406201> Acesso em: 02 de Novembro de 2014

GILBOA, E. *Media Coverage of International Negotiation: A Taxonomy of Levels and Effects*. *International Negotiation* 5(3), 543-568. 2000.

MANFREDI SÁNCHEZ, J. “*Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública*” En *Communication and Society/Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV, n. 2, 2011, pp.150-166.

NYE, J., Jr. *Public Diplomacy and Soft Power*. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol 616, Sage Publications, 2008.

NYE, J., Jr., y Owens, W., A., *American’s Information Edge*, *Foreign Affairs*. Vol. 75. No. 2. pp 20- 36. Council on Foreign Relations, 1996.

SERBIN, Andrés. *Chávez, Venezuela y la reconfiguración política de América Latina y el Caribe*. - 1a ed. - Buenos Aires : Siglo XXI Editora Iberoamericana, 2011.

REVESZ, Bruno. “*La irrupción de Ollanta Humala en la escena electoral peruana*” OSAL, Observatorio Social de América Latina (año VI no. 19 ene-abr 2006). CLACSO. 2006. Buenos Aires. Disponible en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/clacso/osal/20110327110858/10revesz.pdf> – Accedido en 05 de Marzo de 2014

VALENTE, L. y SANTORO, M. *A Diplomacia Midiática do Governo Hugo Chávez*. Espaço Acadêmico. Nº 60 Maio de 2006. Disponible en <<http://www.espacoacademico.com.br/060/60valentesantoro.htm>> 05 de Marzo de 2014

VALDÉS, R. y LOAEZA, E. *Derecho diplomático y Tratados*; Secretaría de Relaciones Exteriores, Ciudad de Mexico, 1976. Disponible en 2014 <<http://www.sre.gob.mx/acervo/images/libros/termi%20usual3.pdf>> 05 de Marzo de 2014