



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

CUBA: UN MODELO DE DIPLOMACIA PÚBLICA EXITOSO

Autora

Jessica Nicole Hidalgo Sánchez

Año
2018



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

CUBA: UN MODELO DE DIPLOMACIA PÚBLICA EXITOSO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Ciencias Políticas y Relaciones
Internacionales

Profesora Guía
Ian B. Keil

Autora
Jessica Nicole Hidalgo Sánchez

Año
2018

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Ian B. Keil

CI: 1754975108

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

Eulalia Alegría Donoso Vallejo

CI: 1704614294

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

Jessica Nicole Hidalgo Sánchez

CI: 171973546-4

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional, principalmente a mi madre que con su amor y soporte, fue mi guía y mejor amiga. Agradezco a mis abuelos, mi hermana y Carlos que siempre estuvieron dispuestos a colaborar. Y agradezco a mi familia y amigos que han estado presentes en mi vida, aportando cosas positivas, cariño incondicional y alegrías.

DEDICATORIA

A todas las personas que han guiado mi proceso educativo y han sido un apoyo fundamental en mi vida.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es determinar la razón del éxito de la diplomacia pública de Cuba a partir de los recursos utilizados en sus programas sociales. Si bien se ha investigado sobre la diplomacia pública de Cuba desde diferentes perspectivas, existe un vacío en la investigación en lo que respecta a cómo los recursos han sido implementados en los programas sociales a pesar de las limitaciones económicas de la isla. En este sentido, Cuba ha logrado implementar numerosos programas alrededor del mundo y aumentar su influencia notablemente. Este estudio se realiza a partir de un modelo metodológico adaptado a Estados pequeños que contempla dos elementos específicos. El primer elemento, es recursos financieros, el cual está dividido en tres fuentes: Cuba, Estados receptores y terceros que en conjunto determinan el alcance de los programas sociales. El segundo elemento, es recursos humanos que son analizados a partir de las motivaciones personales y las motivaciones externas desde la perspectiva de los ciudadanos. Concluyendo que la diplomacia pública de Cuba depende en gran parte de sus recursos humanos, más no de su poder financiero, sin embargo, esto es contrarrestado con las alianzas que establece con actores externos. La investigación mostrará que el éxito del modelo de la diplomacia pública de Cuba depende en gran parte de las circunstancias externas, y por esta razón, no es un modelo aplicable para otros Estados, o al menos, no en el mismo tamaño y escala que lo ha aplicado Cuba.

ABSTRACT

The objective of this work is to determine the reason for the success of Cuba's public diplomacy based on the resources used in its social programs. Although Cuba's public diplomacy has been investigated from different perspectives, there is a gap in the research in term of how resources have been implemented in social programs, despite the economic limitations of the island. In this sense, Cuba has managed to implement numerous programs around the world and increase its influence significantly. This study is based on a methodological model adapted for small states that includes two specific elements. The first element is financial resources which are divided into three sources: Cuba, recipient states and third parties that together determine the scope of social programs. The second element is human resources that are analyzed based on personal motivations and external motivations from the perspective of citizens. Concluding that Cuba's public diplomacy depends largely on its human resources, but not on its financial power, however, this is counteracted by the alliances it establishes with external actors. The success of the Cuba model depends largely on external circumstances, so it is not an applicable model for other States, or at least not in the same size and scale that Cuba has applied.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA: DIPLOMACIA PÚBLICA.....	3
2.1. Diplomacia pública	4
2.1.1. Enfoque de marketing.....	5
2.1.2. Enfoque del capital social	7
3. MARCO TEÓRICO: TEORÍA DEL PODER BLANDO....	10
3.1. Mecanismos.....	11
3.2. Recursos	12
3.3. Resultados Esperados	13
3.4. Limitaciones.....	13
4. MARCO METODOLÓGICO	15
4.1. Modelo metodológico	18
5. LA DIPLOMACIA PÚBLICA COMO PARTE DE LA POLÍTICA EXTERIOR DE CUBA.....	19
5.1. Política exterior de Cuba	19
5.2. Diplomacia Pública.....	20
5.3. Estrategias de diplomacia pública de Cuba	22
5.3.1. Recursos Financieros	23
5.3.2. Recursos Humanos	32
6. CONCLUSIONES.....	40
REFERENCIAS	42

1. INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, en donde la atracción depende del manejo de la imagen y cómo esta se refleja en el exterior, las estrategias de persuasión determinan parte del poder y la influencia de los actores en el sistema internacional. En esta línea, la diplomacia pública es el medio a través del cual los Estados y otros actores del sistema despliegan su poder blando con el objetivo de moldear su imagen internacional, lo que debido al desarrollo de los medios que han facilitado la comunicación, independientemente de las distancias geográficas, culturales y políticas, se ha convertido en una prioridad de los actores en el sistema internacional (Cull, 2009).

Por lo tanto, para muchos Estados y actores internacionales, la diplomacia pública es en un elemento clave de su política exterior que resulta de la necesidad y el deseo de influenciar sobre los demás actores del sistema y posicionarse internacionalmente. Cuba, particularmente, se ha visto en la necesidad de involucrarse en el mundo para reconstruir su imagen, ganar el respaldo de la comunidad internacional y posicionarse a nivel mundial, con el objetivo de defender sus intereses nacionales. En este sentido, la política exterior de Cuba es resultado de las políticas aislacionistas impuestas por Estados Unidos que han tratado de limitar el accionar económico y político de la isla, buscando reducir su influencia en el mundo. Dando como resultado amplios programas en cooperación de salud en 60 países de América, Asia, Oceanía y Europa con un total de 15.000 médicos, 15.000 licenciados, 5.000 técnicos, 2.300 oftalmólogos y 800 personas de servicios anualmente, trabajando en zonas de desastre y con bajos recursos económicos (Ravsberg, 7 de junio de 2013). Los cuales han convertido a la isla en un líder en cooperación social.

Por esta razón, el propósito de esta investigación es entender cómo Cuba ha desarrollado estas estrategias de diplomacia pública reconocidas en todo el mundo con el objetivo de entender su éxito a partir de los recursos

implementados. Este análisis se basa en una evaluación general de la diplomacia pública de Cuba y de su relación directa con otros Estados y con sus propios ciudadanos. Aunque existen estudios de Cuba sobre sus programas de colaboración social en salud y educación, no existen investigaciones previas que analicen la diplomacia pública cubana a partir de los recursos implementados y evalúen la manera en cómo operan. En consecuencia, esta investigación se centra en el estudio de los recursos financieros y recursos humanos implementados en la diplomacia pública de Cuba.

La investigación comenzará con una revisión general de la literatura sobre el funcionamiento de la diplomacia pública entendido desde la perspectiva de marketing y desde la perspectiva del capital social mostrando cómo los expertos la entienden y cómo opera en los dos campos. La segunda parte se enfoca en explicar la teoría del poder blando, con la finalidad de presentar una visión amplia de la misma, así como sus mecanismos, recursos, resultados y limitaciones. En el tercer apartado, se presenta una metodología cualitativa que abarca dos elementos específicos: los recursos financieros y los recursos humanos para entender la correlación entre ambos y su importancia en el campo de la diplomacia pública. Cuarto, el análisis de la diplomacia pública de Cuba se efectuará a través de la metodología establecida con el objetivo de entender cómo Cuba a partir de la minimización de ciertos recursos y la maximización de otros, ha logrado resultados positivos en sus campañas de diplomacia pública, posicionándose a nivel internacional. Y finalmente, en la conclusión se presentará cómo el uso de adecuado de ambos recursos y la relación entre ellos han desencadenado en el reconocimiento internacional de Cuba, el soporte de los demás actores del sistema internacional y la aplicabilidad de este modelo metodológico para otros Estados.

Cuba es un caso particular que debido a las circunstancias y la limitación de recursos financieros, se ha visto en la necesidad de jugar un rol activo en la arena internacional mediante estrategias de persuasión que han

desencadenado en el apoyo de la comunidad internacional, necesarios para garantizar el bienestar nacional. En términos generales, Cuba ha centrado sus programas sociales, casi por completo en los recursos humanos mientras que los recursos financieros han derivado de sus alianzas. Por lo general, gran parte de los recursos financieros invertidos en diplomacia pública provienen del Estado ejecutor, sin embargo, el caso de Cuba es completamente distinto por lo que esta investigación se enfocará en analizar la dinámica detrás de la cooperación cubana en relación a los recursos financieros y recursos humanos, con la finalidad de comprender su manejo y la aplicabilidad de este modelo para otros actores.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA: DIPLOMACIA PÚBLICA

El concepto de diplomacia pública es un concepto nuevo acuñado por Edmund Gullion en 1965, sin embargo las implicaciones de este concepto han existido a lo largo de la historia (Melissen, 2005; Merickova, 2014). Por ser una disciplina de estudio relativamente nueva, no existen escuelas de pensamiento claramente diferenciadas en el estudio de la diplomacia pública. Incluso, encontrar una definición universal o mayormente aceptada entre los académicos de este campo es complicado (Gilboa, 2008; Melissen, 2005). Por lo tanto, en la presente revisión de la literatura, se dividirá a los autores en dos grupos, los que perciben a la diplomacia pública desde el marketing y los que la perciben desde el capital social.

Dentro de los que perciben a la diplomacia desde el marketing, esta es un proceso unidireccional, en el cual se implementa la estrategia planeada sin tomar en cuenta la opinión pública de la audiencia, ni tampoco abrirse a un proceso colaborativo con el público extranjero. Y los que la perciben desde la teoría del capital social, la definen como un proceso de doble vía, en el cual se escucha la opinión pública y puede o no existir un proceso colaborativo con la audiencia.

2.1. Diplomacia pública

En el campo académico no existe consenso respecto a la definición de diplomacia pública. Por esta razón, varios autores la ven y la definen en forma particular. Primero, para el Doctor Nicholas Cull, un reconocido experto en este tema, “la diplomacia pública es el intento de un actor internacional de manejar el ambiente internacional a través de un compromiso con un público internacional” (2009, p. 12). Para él, la diplomacia pública es un instrumento al alcance de todos los actores del sistema en la arena internacional. Luego, Laura Merickova en su definición también cree que la diplomacia pública es una herramienta para todos los actores, no obstante pone gran énfasis en el Estado. Ella define a la diplomacia pública como “actividades que realizan los gobiernos y otros actores para ejercer influencia en públicos extranjeros para lograr su metas de política exterior” (2014, p. 352). En lo que respecta a Nye, la diplomacia pública es una herramienta única de los Estados, distinguiendo claramente la audiencia extranjera como el objetivo de la estrategia. En este sentido, él sostiene que “la diplomacia pública es un instrumento que los gobiernos usan para movilizar estos recursos (recursos de poder blando) para comunicarse y atraer al público de otros países en lugar de simplemente su propio gobierno” (2008, p.95).

Debido a esta variedad de perspectivas sobre lo que es la diplomacia pública, se han observado que ciertos autores usan tácticas específicas para abordar este concepto. Al interior de estas perspectivas el concepto de propaganda es crucial para entender la diferenciación entre las dos. Por esta razón cabe señalar que la propaganda es un proceso comercial que se caracteriza por difundir un mensaje creado, parcializado, manipulador, unidireccional y exagerado (Olivieri, 2011). Esto conduce a dividir a los autores en dos enfoques distintos: *enfoque de marketing* y *enfoque de capital social* que se discutirán a continuación.

2.1.1. Enfoque de marketing

Los autores de este enfoque son aquellos que ven a la diplomacia pública como un modelo de comunicación jerárquico y unidireccional que recae sobre una dinámica de mercado. Para ellos, la comunicación reside únicamente en el actor sin prestar atención a los interlocutores o incluir un proceso colaborativo. La mayoría de estos autores se enfocan en la creación de una marca como la herramienta principal de diplomacia pública, conocido como '*nation branding* o *place branding*' (La Porte, 2016). Siendo el objetivo final de una campaña, vender a la audiencia un producto (Jennifer Rowley, 2008). En este sentido, para María Teresa La Porte “una de las estrategias comunicativas de la diplomacia pública es la elaboración y difusión de una imagen institucional con la que el actor político quiera ser reconocido en el ámbito público global” (2016, p. 17).

De ahí que, Eytan Gilboa (2008) y José Luis Saavedra (2012) concuerdan con La Porte, y además consideran que las estrategias de marca país se definen a través de aspectos nacionales que tienen el potencial de influir en la imagen internacional y la percepción del público extranjero. Esta imagen se construye a partir de aspectos locales atractivos que se proyectan por medio de campañas en el exterior, convirtiéndose en el equivalente de un producto nacional de exportación (Van Ham, 2008).

En este sentido, el deseo de los actores de promocionarse en la esfera global se exterioriza a través estrategias de marketing enfocadas a la audiencia extranjera (La Porte, 2016). Las mismas que gracias al proceso de globalización se ha abierto camino en una nueva dimensión de oferta y demanda, en la cual los Estados y otros actores tratan de potencializar ciertas particularidades propias con el objetivo de responder a los reclamos actuales (Rowley, 2008).

En cuanto a la oferta, Simon Anholt menciona ciertos elementos, entre ellos: turismo, ciudadanía, exportaciones, gobernanza, cultura y herencia, y migración e inversión, como aspectos representativos a los que los Estados pueden hacer alusión en su campaña. Estos elementos han pasado de ser simples características de la identidad de los actores para convertirse en un producto de comercialización (2004). La demanda también ha jugado un rol fundamental en las estrategias de imagen implementada por los Estados y otros actores. Entre algunas de las condiciones que crearon la necesidad de instituir una marca están: medios de comunicación de alcance internacional, reducción de los costos de logística, mayor poder adquisitivo, igualdad entre los Estados, esparcimiento de las inversiones, competencia profesional e intercambio de aspectos culturales (Jennifer Rowley, 2008).

En otras palabras, el objetivo de la creación de una marca es convertir al Estado u otros actores del sistema en un producto en sí mismo; diseñada para una audiencia extranjera que es vista como un objetivo de mercado en lugar de ser copartícipe de la campaña (Eytan Gilboa, 2008; y Peter van Ham, 2008) . Esto lo afirma Jennifer Rowley al decir que esta dinámica de mercado ejemplifica claramente la articulación de la comunicación como un modelo unidireccional libre de cualquier tipo de aspectos colaborativos entre el actor y el interlocutor (2008).

Asimismo, Iglesias y Molina concuerdan con estos autores y además identifican claramente cuáles son los resultados que se esperan: prestigio, posicionamiento político y competitividad económica (2008). Estos beneficios son parte de un proceso de comercialización que se logra a través de estrategias de comunicación persuasivas llevadas, en la mayoría de casos, con la asesoría de agencias de relaciones públicas (Hudson Teslik, 2007). En otras palabras, la diplomacia pública ha pasado de las manos de los actores a agencias privadas que se encargan su estructuración y publicidad, esperado que los consumidores respondan ante estos productos de la misma forma que responderían ante cualquier marca de ropa o comida (Brymer, 2003).

En esta fase de comercialización, la propaganda es parte importante del proceso de difusión masiva del mensaje. Favorecido por el desarrollo tecnológico que proporciona un medio de difusión de las campañas de diplomacia pública (José Luis Saavedra, 2012; Peter van Ham, 2008). Este recurso, como ya se dijo, se caracteriza por ser unidireccional, desmedido y parcializado, con la finalidad de manipular la opinión del espectador. Entonces, algunos autores de esta perspectiva consideran a la propaganda y a la diplomacia pública en esencia lo mismo, diferenciando a esta última, únicamente, por el incremento de estrategias y tácticas planificadas (Mor, 2006).

En resumen, los autores de esta perspectiva, aunque difieren en ciertos aspectos, concuerdan en que las campañas de diplomacia pública pueden ser conducidas a través de estrategias de marketing en la cual el proceso comunicación es jerárquico y unidireccional, basado en las dinámicas de oferta y demanda del mercado.

2.1.2. Enfoque del capital social

A diferencia de la perspectiva de marketing, estos autores consideran que la creación de redes, prestar atención a lo que el público piensa e instaurar un proceso colaborativo son partes esenciales de una campaña e incluso pueden ser las que definan el éxito de la misma. Esto, a diferencia de los procesos unidireccionales y jerárquicos, genera credibilidad, la sensación de participación y mutuo beneficio (Laura Merickova, 2014). Particularmente, Nicholas Cull, uno de los principales estudiosos sobre el tema, menciona algunos de los cambios en el sistema internacional que han forzado a la diplomacia pública a pasar de ser un proceso unidireccional a ser un proceso bidireccional. Entre los factores de cambio se encuentran: 1) algunos conceptos de la teoría de la comunicación de redes han reemplazado al concepto de propaganda, 2) la dinámica entre actor-personas está siendo

reemplazada por una de personas-personas, y 3) las dinámicas jerárquicas están siendo reemplazadas por la dinámica basada en construcción de relaciones (2009).

A diferencia de los autores de la perspectiva de marketing que consideran que diplomacia pública y propaganda son dos conceptos relativamente similares; los autores de la perspectiva del capital social ven a estos dos conceptos como áreas completamente separadas (Joseph Nye, 2008). Para Joseph Nye, la propaganda es una estrategia de comunicación unidireccional que busca influir en las personas a través de información exagerada e inconsistente, mientras que la diplomacia pública es un mensaje que también tiene como fin influir en la opinión de las personas, pero toma en cuenta la opinión pública y se basa en aspectos reales. De ahí que la propaganda, a diferencia de la diplomacia pública, al ser un proceso forzado e inconsistente con la realidad carece de credibilidad y por lo tanto es contraproducente (2008).

Por esta razón, Rafael Rubio concuerda con Nye y considera que la credibilidad de la diplomacia pública se construye a través de un proceso bidireccional caracterizado por un “debate abierto, expreso, global y digital” (2014, p. 11). Algunos autores atribuyen esta apertura diplomática al desarrollo tecnológico que contribuyó a reducir los costos de información y las barreras de comunicación (Joseph Nye, 2008; y Shaun Riordan, 2005). El cual ha desencadenado en que la diplomacia deje de ser un monopolio del Estado e incluya a nuevos actores (Rubio, 2014).

Esta dinámica comunicacional, desde el aspecto práctico, requiere *escuchar* para que un programa de diplomacia pública sea exitoso, dando inicio a la comunicación de doble vía. El autor considera a *listening* como la fase en la cual quien ejecuta la campaña puede conocer la opinión pública de su audiencia a través de entrevistas y encuestas para así identificar las fortalezas y debilidades que tiene frente a su público (Cull, 2009). Para los autores de este enfoque, escuchar no es el único elemento que permite construir

relaciones entre las personas sino también abrirse a un proceso colaborativo (Cowan & Arsenault, 2008 y Laura Merickova, 2014).

En este sentido, para que la diplomacia pública desde la perspectiva del capital social funcione, es necesario que existan fuertes lazos de colaboración entre las partes, abriéndose a trabajar en un sistema de dos dimensiones, como se lo concibe este enfoque (Cowan & Arsenault, 2008 y Laura Merickova, 2014). La colaboración es un proceso análogo en el cual los actores buscan alianzas para trabajar con grupos locales u otras organizaciones que persiguen los mismos intereses y cuentan con aceptación y legitimidad entre el público (Cowan & Arsenault, 2008).

Como se mencionó anteriormente, la diplomacia pública se caracteriza por la construcción de relaciones y el trabajo entre personas-personas (Nicholas Cull, 2009). De ahí que Shaun Riordan confirma esto, asegurando que la diplomacia pública es un proceso multi-partes basado en el diálogo, haciendo énfasis en la inclusión de los actores en el proceso de elaboración de políticas que, al mismo tiempo, fomentan la credibilidad (2005).

Para Richard Welry, va más allá y afirma que las asociaciones directas son parte clave de la comunicación bidimensional porque crean la sensación de mutuo beneficio (2016). Estas alianzas “fortalecen la confianza y la credibilidad, crucial para la acumulación de capital social” (Laura Merickova, 2014, p. 361). Es decir, el trabajo conjunto para lograr objetivos compartidos, en beneficio de todas las partes (Laura Merickova, 2014). Nicholas Cull también cree que las alianzas son beneficiosas. Sin embargo, él añade que las partes son entidades distintas que persiguen sus propios intereses y para trabajar en conjunto debe existir entendimiento mutuo sobre lo que ambos persiguen, siendo la acción conjunta un medio para lograr estos intereses compartidos (2009).

Para Joseph Nye (2008) y Laura Merickova (2014), las estrategias de marketing son útiles en términos económicos pero no suficientes para ser

influyentes, e incluso pueden ser contraproducentes por carecer de credibilidad y fallar en la construcción de relaciones de largo plazo. Por esta razón, para Joseph Nye, lo más importante de la diplomacia pública es “el desarrollo de relaciones duraderas con individuos claves por medio de becas, intercambios, capacitaciones, seminarios, conferencias y acceso a medios de comunicación” (2008, p. 102). Este tipo de programas se caracterizan por una comunicación de doble vía que construye relaciones de largo plazo, y la opinión de estas personas tiene un gran impacto dentro su círculo; lo que claramente es un beneficio en cuanto a la difusión del mensaje de quien ejecuta la campaña de diplomacia pública (Joseph Nye, 2008).

A pesar de que los autores de esta perspectiva tienen enfoques diferentes y enfatizan en elementos particulares, todos ven a la comunicación bidireccional como el elemento clave de la diplomacia pública. En síntesis, las diferencias entre ambos enfoques son muy marcadas. Por un lado, desde el enfoque de marketing, las campañas de diplomacia pública tienen como objetivo vender un producto a través de un proceso de comunicación unidireccional. Y por otro lado, para la perspectiva del capital social, las campañas de diplomacia pública tienen como objetivo construir relaciones de largo plazo a través de un proceso colaborativo.

A pesar de la falta de aceptación sobre una definición universal de diplomacia pública, varios autores convergen en la idea de que la diplomacia pública es una herramienta a través de la cual se puede ejercer el poder blando (Nye, 2008; Melissen, 2005; y Cull, 2009). En la siguiente sección se explicará a detalle las implicaciones de este concepto.

3. MARCO TEÓRICO: TEORÍA DEL PODER BLANDO

El concepto de poder blando, presentado por Joseph Nye en 1990, es un campo de estudio nuevo en las relaciones internacionales y resultado de los cambios sucedidos en el sistema internacional. De acuerdo a Robert Keohane

y Joseph Nye estos cambios se deben al surgimiento de nuevos actores y la ampliación de la agenda internacional, lo cual supone una nueva dinámica al interior del sistema y un desafío para los Estados de instaurar nuevas estrategias con el objetivo de influir en las decisiones de otros Estados (2001).

En este sentido, Nye define el poder blando como la habilidad de “lograr que los demás quieran los mismos resultados que tú esperas, cooptándolos más no forzándolos” (2004, p.5). En otras palabras, los actores pretenden que sus acciones sean emuladas o legitimadas a través de la atracción y admiración en lugar del uso de coerción y amenazas. La diferencia entre el poder blando y el poder duro es la forma en que se ejerce y percibe, así como también los recursos que se emplean (Joseph Nye, 2004). A este respecto, a continuación, se explicará los mecanismos, recursos, resultados esperados y limitaciones del poder blando.

3.1. Mecanismos

El poder blando hace uso de estrategias persuasivas que a través de la información y la diplomacia que influyen en el público y los inducen a actuar de formas determinadas. En este sentido, existen dos mecanismos con los que los actores pueden generar poder blando: difusión de la norma, y retórica y control discursivo (Rothman, 2011).

La difusión de la norma es seguir políticas exitosas y evitar errores cometidos por otros actores. Esto quiere decir que los Estados tienden a enfocar sus estrategias en elementos que otros Estados ya hayan implementado exitosamente. Cuando la política de un Estado fracasa, no es atractiva para los otros miembros del sistema internacional, y por lo tanto, los Estados evitan seguir el mismo camino (Steven Rothman, 2011). Es decir, que los Estados aprenden de los éxitos y fracasos de otros Estados para lograr que sus estrategias sean exitosas.

Por otro lado, el discurso influye en las perspectivas y propuestas políticas, moldeando la agenda de los Estados hacia temas particulares o cambiando la preferencia y posición de los Estados respecto a estos temas. El uso del discurso es una estrategia que se logra a través del uso de medios de comunicación por tener gran alcance y promover la participación ciudadana activa, ejerciendo presión sobre los Estados (Steven Rothman, 2011). En términos generales, el contenido del discurso permite configurar la agenda de los Estados en función de ciertos intereses.

3.2. Recursos

El objetivo del poder blando es generar atracción a partir de los siguientes elementos: cultura, valores políticos o estrategias de política exterior (Joseph Nye, 2004). Estos elementos son los medios a través de los cuales los actores despliegan su poder, sin embargo, no crean poder por sí solos.

Primero, se entiende por cultura aquellos los valores y prácticas propios de una sociedad. Para Nye, es probable que las culturas más abiertas y con aspectos universalmente aceptados, sean recibidas con mayor acogida que si es cerrada y con aspectos muy individuales (2004). En otras palabras, el compartir rasgos culturales con los demás facilita la aceptación de la misma. Esto se puede lograr a través de la industria cinematográfica, de la música, de festivales, etc. que reflejen particularidades culturales de una sociedad.

Segundo, los valores políticos son aquellas directrices que guían la actuación de los Estados a nivel político nacional e internacional. Estos valores pueden ser: democracia, respeto a las libertades, respeto a los derechos humanos, liberalismo económico, reconocimiento de otras nacionalidades, etc. Estos aspectos hacen que la política de cada Estado sea particular en relación a los demás Estados del sistema (Joseph Nye, 2004).

Y finalmente, la estrategia de política exterior es la habilidad de un Estado de lograr sus objetivos nacionales a través de la interacción con los otros Estados. Para Joseph Nye, estas políticas pueden fortalecer o quebrantar el poder blando de los Estados. Las políticas resultan positivas cuando son abiertas y toman en cuenta la opinión pública a diferencia de aquellas que solo persiguen su propio interés ignorando la opinión pública (2004). Así, las políticas que sean percibidas como políticas de mutuo beneficio serán mejor acogidas que aquellas llevadas en favor de los intereses del otro.

3.3. Resultados Esperados

Los Estados, a través de estrategias de poder blando, tienen como objetivo ganar aliados en el sistema internacional e influenciar en las decisiones de los otros actores, en favor de sus propios intereses (Joseph Nye, 2004). Las mismas que son necesarias debido a la creciente interdependencia que obliga a los Estados a mantener las relaciones económicas y políticas de forma armónica y siguiendo a la normativa internacional, para evitar repercusiones internas. (Giulio Gallaroti, 2011). En otras palabras, la red de relaciones entre los Estados y la compleja dependencia entre ellos ha llevado a los Estados a replantear sus estrategias, haciendo uso de recursos amigables, flexibles y atractivos, a fin de mantener el orden existente, sin dejar de moldear el comportamiento de otros actores en favor propio.

3.4. Limitaciones

El poder blando tiene ciertas limitaciones sobre las que los actores no tienen el control, alejando la posibilidad de alcanzar los resultados esperados. Entre ellas están: 1) el poder blando depende del contexto, es decir de la apertura y disposición del otro a aceptarlo, así como de otros factores externos que pueden causar determinados comportamientos; 2) para los Estados, resulta difícil controlar el despliegue del poder blando porque a diferencia del poder duro, existen otros actores y medios de difusión de información con la

capacidad de fortalecerlo o quebrantarlos, obstaculizando el control de la dirección y la interpretación del mensaje que el Estado intenta comunicar. Por esta razón, para las naciones, esta falta de dominio hace que el poder blando resulte una forma poco atractiva de presentar su poder; y 3) el régimen político de los otros Estados es importante a la hora de difundir el mensaje, los Estados dictatoriales tienden a controlar los mensajes en favor de sus intereses (Joseph Nye, 2004). Esto implica que el poder blando está condicionado tanto por factores internos como factores externos a los Estados, así como también las percepciones individuales de cada ser humano, presionando a los actores a tomar en cuenta estrategias que se adapten mejor a este sistema internacional complejo en el cual se desenvuelven.

En síntesis, el poder blando, a diferencia del poder duro que se centra en la coerción y amenazas, es la capacidad de atracción de los actores que les permite moldear las decisiones de los demás en favor de sus propios intereses a través dos mecanismos: difusión de la norma, y retórica y control del discurso, resaltando elementos llamativos para los otros, como la cultural, los valores políticos y la política exterior, con los cuales influyen directamente en el comportamiento de terceros. Sin embargo, para aplicar estrategias de poder blando, los actores deben tomar en cuenta que ciertos aspectos como: el contexto y preferencia de los actores, el control sobre la orientación del mensaje y el manejo político interno de los otros actores, están fuera del alcance de los mismos.

A pesar de estas limitaciones, muchos Estados se han enfocado en desplegar estrategias de poder blando a través de las antes mencionadas campañas de diplomacia pública. El objetivo de los Estados es hacer frente a los retos de un mundo interdependiente en el cual desde individuos y organizaciones hasta Estados tienen protagonismo activo a través de medios de comunicación masivos y de gran alcance que han modificado la agenda del sistema; siendo la capacidad de influir en las decisiones de los demás un desafío al cual los actores se deben enfrentar.

4. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo tiene como objetivo hacer un análisis descriptivo-cualitativo acerca de los recursos que utilizan países pequeños para llevar a cabo sus campañas de diplomacia pública. El modelo que se utilizará es un modelo propio a partir estadísticas y estudios de casos recolectados sobre el tema. Debido a la particularidad de estos casos, este modelo ha sido adaptado a la realidad que enfrentan países pequeños con recursos limitados a la hora de implementar campañas de diplomacia pública. Se tomarán en cuenta dos elementos principales para determinar la efectividad de las campañas de diplomacia pública en el caso de países pequeños. Estos son: recursos financieros y recursos humanos, por ser esenciales y complementarios para llevar a cabo estas campañas y entender la dinámica tras la campaña. Por un lado, los recursos financieros es el presupuesto que el Estado destina a la campaña y son parte esencial porque van a determinar el alcance del mensaje y la imagen. Por otro lado, los recursos humanos son las personas que a través de los recursos financieros van a poner en práctica la campaña, guiando los resultados de la misma.

Los recursos financieros se entiende por aquellos rubros que permitirán llevar a cabo las campañas de diplomacia pública, como: presupuesto para la campaña, salarios, bonificaciones, donaciones monetarias y no monetarias y créditos. Estos recursos se deben entender en dos dimensiones: la cantidad y el origen. Por un lado, la cantidad es el tamaño cuantificable de los recursos financieros que determinan el alcance de la campaña pública en términos cuantitativos. Por otro lado, el origen de los recursos se refiere al lugar de donde proceden los mismos. Esto determinará el público al que se enfocará la campaña en términos cualitativos, ante quién se debe responder por esos recursos, y la dirección que tomará la que la campaña. Para el objetivo del presente análisis, la cantidad y el origen de los recursos financieros se estudiarán en conjunto con el objetivo de entender el alcance cuantitativo y cualitativo de las campañas de diplomacia pública.

Por esta razón, dentro de los recursos financieros se evalúa la cantidad localizada dentro de los tres elementos y subelementos para posteriormente compararlos e identificar en donde recae el mayor peso de los recursos financieros, siempre manteniendo la relación entre el origen y la cantidad. Los aspectos a evaluar son: 1) Los aportes realizados por el gobierno encargado, es el financiamiento directo del país que está realizando la campaña de diplomacia pública. Es importante analizar la actuación del Estado a partir de sus políticas nacionales como el gestor de estas campañas y considerando que tienden a ser los principales benefactores de las campañas. Para analizar estos aportes, se tomará en cuenta: la inversión previa del Estado en los recursos que se van a utilizar, la cantidad destinada para los programas o iniciativas de diplomacia pública y los gastos que se generen fruto de esos programas. 2) Los aportes realizados por el país receptor de la campaña, nuevamente entendidos en términos financieros, son evaluados porque denota el interés del otro Estado en las actividades realizadas y el nivel de cooperación entre ambos Estados. Para ello se observa el apoyo que brindan los Estados receptores en las campañas y el apoyo que brindan a los gobiernos. Y finalmente, 3) se analiza los aportes realizados por terceros. Se entiende por terceros a otros Estados, organizaciones internacionales, organizaciones no gubernamentales, grupos de interés o transnacionales que tienen sus propios intereses al momento de colaborar en la campaña. Estos aportes son examinados como las donaciones que reciben los Estados para la consecución de sus campañas de diplomacia pública.

El objetivo de analizar el origen de los recursos financieros y la cantidad localizada en cada uno de sus elementos es determinar, en términos económicos, quién aporta la mayor parte, cómo se dividen estos rubros y si existe o no un balance entre los tres elementos.

Del mismo modo, los recursos humanos son aquellas personas que a través de las actividades que ejecutan y hacen posible la realización de los objetivos de la campaña de diplomacia pública. Nuevamente, los recursos humanos se

entienden en dos dimensiones: las personas involucradas en la campaña y los incentivos de dichas personas para involucrarse o no, para lo cual se evalúa la relación entre ambas dimensiones. Al igual que en el caso anterior, el objetivo es identificar sobre qué elementos o subelementos recae el mayor peso de las motivaciones humanas. En efecto, en lo que respecta a los recursos humanos, se examinan dos elementos. 4) Las motivaciones personales entendidas como las expectativas que tiene cada persona sobre la campaña. Para ello se analiza las motivaciones económicas, las motivaciones éticas y morales, las motivaciones culturales y las motivaciones profesionales. 6) Y las motivaciones externas que son aquellas que se construyen a través de la influencia de terceros. Para analizar las motivaciones externar, se evalúa el rol del líder o líderes políticos, en términos discursivos.

El objetivo de analizar los recursos humanos empleados en las campañas de diplomacia pública es entender las personas involucradas y las motivaciones para formar parte de este proceso con la finalidad de comprender si existe un compromiso con el mensaje que se difunde, si existe el deseo de colaborar con el gobierno encargado de la campaña o si las motivaciones personales favorecen a la realización de las campañas.

4.1. Modelo metodológico

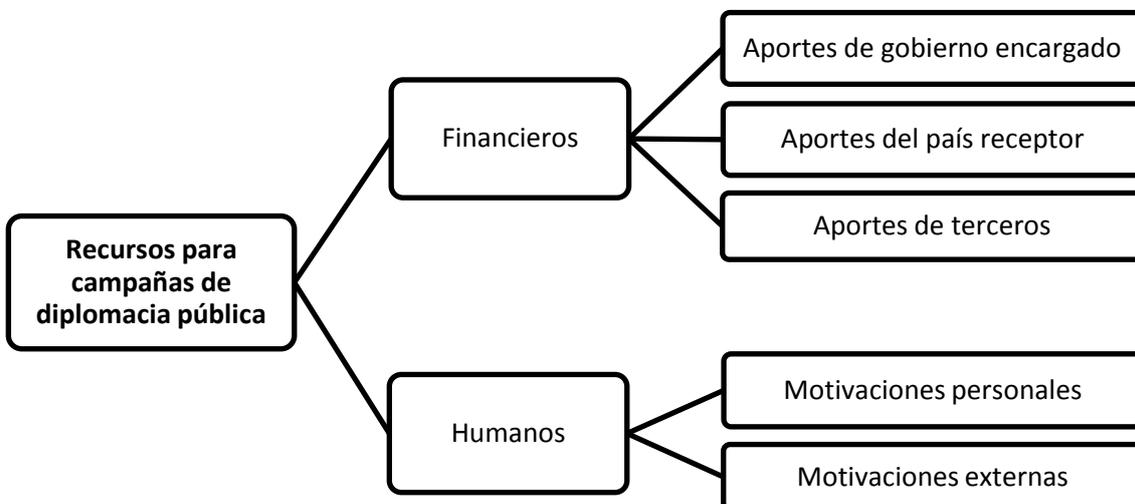


Figura 1. Recursos para campaña de diplomacia pública

Esta metodología será aplicada al caso cubano para comprender cómo Cuba a partir de la minimización del uso de ciertos recursos y la maximización de otros ha logrado resultados positivos en la consecución de sus campañas. Para obtener esta información se efectuarán entrevistas abiertas con representantes de la Embajada de Cuba en Ecuador, artículos de prensa, bases de datos y la literatura existente sobre la conducción de la política exterior cubana. El objetivo es evaluar la presencia, dinámica de funcionamiento e importancia de los cinco elementos antes mencionados, para posteriormente analizar la efectividad de la estrategia de política exterior de Cuba.

5. LA DIPLOMACIA PÚBLICA COMO PARTE DE LA POLÍTICA EXTERIOR DE CUBA

5.1. Política exterior de Cuba

Desde el inicio de la revolución, las estrategias de política exterior de Cuba se han determinado tomando en cuenta el comportamiento de otros actores en el sistema internacional debido a la situación política y económica de la isla. A pesar de ser un Estado pequeño, Cuba ha conducido una política exterior bastante activa y de alcance global con el objetivo de ser un actor representativo en el sistema internacional al tiempo que consolida su régimen. Sin duda alguna, los ideales de la revolución, basados en el control estatal y la redistribución de la riqueza, han sido las principales directrices de la política exterior cubana. Sin embargo, algunas alianzas de Cuba no siempre son resultado de afinidades ideológicas sino que son alianzas estratégicas que responden a otro tipo de intereses (Domínguez, 1978).

Para Domínguez, la política exterior de Cuba responde a diferentes objetivos, entre ellos, en orden descendente: 1) la supervivencia del gobierno revolucionario, 2) el desarrollo económico, 3) la influencia sobre otros gobiernos, 4) la influencia sobre movimientos de izquierda, y 5) el apoyo a grupos revolucionarios. A pesar de que las políticas de Cuba pueden variar en razón del tiempo y el espacio al cual están destinadas, los patrones siempre se mantienen (1978). Los objetivos de política exterior de Cuba dependen de las circunstancias, las cuales determinan el accionar de Cuba en beneficio de su propia estabilidad. En este sentido, Alicia Camacho, explica que después del colapso de la Unión Soviética, Cuba se vio en la necesidad de diversificar sus relaciones y ganar nuevos aliados, que le permitan contrarrestar cualquier tipo de amenazas y la crisis económica debido al gran apoyo que dejaron de recibir por parte de la URSS (4 de diciembre de 2017). Por ejemplo, Cuba priorizó relaciones comerciales con España en lugar de países de la ex Unión Soviética con quienes existe un lazo ideológico; las relaciones diplomáticas con México

se han mantenido a pesar de la represión hacia movimientos de izquierda; China, a más de cierta afinidad ideológica, es un importante socio comercial de arroz y azúcar, etc. (Dominguez, 1978). En términos generales, el objetivo de estas alianzas es fortalecer la posición de Cuba frente a adversarios poderosos (Slack y Whitson, 1988).

5.2. Diplomacia Pública

Con este marco sobre la política exterior de Cuba, es posible entender las acciones de Cuba como un intento de exportar la revolución, demostrar su éxito y consolidar su régimen, y hacer frente a las reprimendas del sistema internacional. Cuba es un caso particular porque después de la Guerra Fría, con la caída de la URSS, tuvo que hacer frente a un nuevo panorama en el cuál la intervención social en otros países y la búsqueda de aliados pasó a ser un tema fundamental para desafiar las adversidades internas y fortalecer la seguridad nacional, sin necesidad de hacer uso de medios coercitivos (Collazo, 2010). El objetivo es mitigar las acciones tomadas por el líder hegemónico en su contra, posicionándose internacionalmente a través de alianzas y la construcción de una imagen positiva.

Desde los inicios de la revolución en 1959, los líderes cubanos se han enfocado en dos ejes principales de diplomacia pública: salud y educación, los cuales han sido desplegados alrededor de mundo a través de programas de ayuda a países en desarrollo y zonas necesitadas en Asia, África, América Latina, Oceanía Y Europa. La ayuda brindada por Cuba es el reflejo de un modelo de desarrollo alternativo al capitalista y tiene mucha aceptación en países con un pasado colonial que por motivos históricos tienden a rechazar a naciones desarrolladas que de una u otra forma han intervenido en sus territorios (Slack y Whitson, 1988).

El principal objetivo de Cuba en estas áreas, es brindar la ayuda necesaria y capacitar a las personas para que reemplacen la ayuda cubana. Esto además

de dar soluciones definitivas a ciertos problemas también permite construir relaciones positivas a largo plazo entre los cubanos y los ciudadanos extranjeros, encarnando la idea revolucionaria de que el gobierno es una representante del pueblo, fortaleciendo el rol de los cubanos en la política exterior de Cuba y la creación de relaciones personas-personas. Por esta razón, Cuba motivada por los principios de igualdad promovidos por la revolución se ha convertido en un ícono de seguridad humana, lo que significa que Cuba lucha en contra de la violencia estructural, la misma que impide que las personas alcancen su máximo potencial en áreas sociales, culturales, económicas y de género (Huish y Spiegel, 2008). Domínguez reconoce que, a pesar de la limitación de recursos, Cuba se ha enfocado en enviar personal en lugar de dinero o bienes, constructores en lugar de materiales de construcción, personal de salud en lugar de equipo médico, instrucción militar en lugar de armas, etc. (1978).

En cuanto a salud, Cuba se ha enfocado en fortalecer su sistema de salud como un reflejo de la eficiencia del Estado (Feinsilver, 1989). Esto a través de la formación de médicos y enfermeras que trabajan en diferentes zonas del mundo que reciben escasa atención, priorizando una atención personalizada y capacitando a personas de esas comunidades (Huish y Spiegel, 2008). Y en lo que se refiere a educación, la Escuela Latinoamericana de Medicina es un referente no solo de educación sino también de salud, otorgando becas a estudiantes de 29 países del mundo para que puedan regresar a sus países a continuar con la labor de Cuba (Huish y Spiegel, 2008). La Escuela provincial de educación física, de la misma forma, se ha enfocado en dar capacitación en el área de deportes a personas de distintos países (Slack y Whitson, 1988). Lo que implica que Cuba se ha enfocado en brindar cooperación en educación tanto al interior como al exterior de la isla.

En las secciones siguientes vamos a analizar con mayor detenimiento como es el manejo de las estrategias de diplomacia pública de Cuba en lo que se refiere a recursos financieros y recursos humanos. El objetivo de esto es tener una

visión global del accionar de Cuba, el alcance de su política exterior y el alcance de sus campañas.

5.3. Estrategias de diplomacia pública de Cuba

Cuba cumpliendo con su misión política y social establecida en su constitución de 1976, se ha convertido en un ícono de salud y educación a nivel mundial debido a las misiones internacionalistas desplegadas alrededor del mundo. Por esta razón, esta investigación tiene como objetivo analizar la estrategia empleada en las campañas de diplomacia pública cubanas, las cuales le permiten minimizar el uso de ciertos recursos y la maximización de otros para crear su reputación internacional en estas áreas específicas. Esto se debe a que los actores del sistema internacional en su búsqueda de poderío se han enfocado en la aplicación de estrategias de poder blando (Nye, 2008). Siendo la diplomacia pública uno de los medios a través del cual los actores buscan influir sobre los demás, construyendo relaciones personas-personas basadas en la participación y el beneficio mutuo (Cull, 2009). Como fue señalado en la metodología, se evaluará estas estrategias de diplomacia pública a partir de dos elementos que son esenciales y complementarios: los factores financieros y factores humanos, los mismos que determinarán el alcance y dimensión del mensaje en términos económicos, así como los resultados de la campaña. Por esta razón, se evaluará la diplomacia pública de Cuba a partir de estos dos parámetros.

Cuba, como ya se dijo antes, ha implementado estrategias de política exterior para ganar protagonismo en la arena internacional y hacer frente a los obstáculos derivados de las tensiones políticas con Estados Unidos (Collazo, 2010). En este sentido, la política exterior de Cuba, se apalanca en salud y educación como sus dos componentes más representativos en la construcción de su reputación internacional. Debido a la limitación de recursos financieros, la investigación mostrará que los recursos humanos son la pieza central en el éxito de la diplomacia pública cubana.

5.3.1. Recursos Financieros

Para que una campaña de diplomacia pública tenga un alcance considerable, es necesario que exista una base financiera. Por lo tanto es importante analizar los recursos financieros, con la finalidad de determinar si Cuba es fuerte en este aspecto o no. Los recursos financieros son los medios físicos a través de los cuales se desarrollan las campañas de diplomacia pública del gobierno cubano. ¿Cómo Cuba financia sus numerosas campañas de diplomacia pública, a pesar de su limitación financiera? Este análisis tiene como objetivo identificar la fuente de estos recursos financieros. Teniendo en cuenta esto, se analizará la diplomacia pública de Cuba en términos financieros, en base a los siguientes elementos: 1) los aportes de Cuba; 2) los aportes de los países receptores; y 3) los aportes de terceros. Estos tres elementos han sido determinantes en el éxito de Cuba en el despliegue de estrategias de poder blando.

5.3.1.1. Aportes realizados por Cuba

Para el propósito de esta investigación, los aportes realizados por Cuba serán considerados como la inversión previa que ha realizado Cuba para potenciar ciertos aspectos nacionales, la inversión en programas de salud y educación y los gastos que se generen fruto de estas iniciativas de diplomacia pública cubana en distintos países.

La educación es una prioridad para Cuba y una de sus mayores fortalezas a nivel nacional. Según datos de la Agencia Central de Inteligencia, para 2010 Cuba había invertido el 12,8% de su PIB en educación, lo que para el 2016 se tradujo en un total de 99,8% de alfabetismo (Central Intelligence Service, s/f). Desde la perspectiva diplomática, el acceso a la educación responde a los objetivos sociales que encarna la revolución. Por ejemplo, Alicia Camacho, consejera económica de la Embajada de Cuba en Ecuador, considera que la mayor inversión que ha realizado el gobierno cubano en su sociedad es la

educación (4 de diciembre de 2017). En este sentido, Cuba tiene una ventaja comparativa sobre otros países del mundo, debido a la importante inversión en educación que realiza en relación a su PIB. Esto se puede evidenciar en un estudio estadístico de la Agencia Central de Inteligencia que clasifica a Cuba como el país con mayor inversión en términos porcentuales en educación comparado con su PIB, además de los altos índices de alfabetismo comparado con otros 172 países a nivel mundial (Central Intelligence Service, s/f). En términos generales, Cuba supera, porcentualmente, el gasto de educación de muchos países del mundo, compitiendo incluso con países desarrollados.

Esto, a más del fortalecimiento educativo, implica también la formación y capacitación de profesionales de la salud. Desde inicios de la revolución, las políticas educativas se enfocaron en la formación de personal médico, llegando a tener 109.000 médicos graduados de las 24 facultades de medicina que forman profesionales en más de 20 especialidades (Lamrani, 4 de agosto de 2012). Por esta razón, la base de los programas de salud y educación de Cuba es el acceso gratuito y libre a la educación, la cual ha hecho énfasis en la salud. . Esto implica que la intenciones de Cuba de mejorar su sistema educativo ha sido un esfuerzo consiente para externalizar sus fortalezas internas a la arena internacional.

Con esto en mente, Cuba ha implementado campañas específicas promoviendo la salud y la educación, por lo que se evaluará la cantidad invertida por Cuba en estas operaciones. El propósito de este análisis es saber si Cuba juega un rol financiero significativo en esta área. El sistema de educación cubano ofrece educación gratuita por lo que la formación de profesionales en la isla está al alcance de todos. De acuerdo a Alicia Camacho, el éxito educativo ha hecho posible formar el capital humano que colabora en las misiones de solidaridad enviadas por Cuba. En este sentido, de acuerdo a un informe de 2016 del Ministerio de Comercio Exterior e Inversión Extranjera cubano en un periodo de 6 años, se implementaron alrededor de 350 proyectos desplegados alrededor del mundo en los cuales Cuba ha invertido \$130

millones como parte de su política de cooperación enfocados a sectores como medio ambiente, salud, educación, etc. (Castro, 20 de diciembre de 2016). Esta cifra no es muy alta comparada con la inversión en ayuda humanitaria de Qatar. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores qatarí entre 2010 y 2011, Qatar donó alrededor de \$1 billón para ayuda humanitaria en la región, lo que le ha convertido en un aliado atractivo a nivel regional (Antwi-Boateng, 2013). En base a estos datos, se puede observar que la inversión en ayuda humanitaria de Qatar en el exterior sobrepasa por mucho la ayuda humanitaria de Cuba, lo que implica que, en parte, el éxito de Cuba no depende de sí misma.

Aunque el gobierno cubano no gasta tanto en los programas sociales que son implementados en el exterior, si lo hace internamente como una forma de garantizar sus recursos humanos. En este sentido, se puede observar que Cuba no cubre los gastos de los profesionales en el exterior pero mantiene algunos incentivos internos, lo que significa que Cuba depende del apoyo financiero que viene de afuera. Mientras que internamente, el gasto en los servicios profesionales se mantiene para favorecer a las familias de los internacionalistas, lo cual permite apoyar los programas externos únicamente a través de inversión interna con el objetivo de que los beneficios se mantengan al interior de la isla. Esto implica que Cuba mantiene el sueldo nacional y el puesto de trabajo de los internacionalistas para cuando regresen de sus misiones, con la finalidad de garantizar su participación (Alicia Camacho, 4 de diciembre de 2017). El Convenio Integral de Cooperación Venezuela – Cuba es un claro ejemplo del compromiso de Cuba de mantener el salario nacional y garantizar la salud de las familias de los internacionalistas, estableciendo en el artículo IV lo siguiente: “el gobierno de Cuba garantizará a todos los galenos y demás técnicos sus salarios y la atención adecuada a los respectivos familiares en la Isla” (30 de octubre del 2000). Werlau reafirma esto y asevera que el salario promedio de los médicos cubanos va entre \$22 y \$25 mensuales (2013). Además, Cuba mantiene la libreta de racionamiento que permite que las familias puedan acceder a alimentos subsidiados por el Estado incluso sin

tener fuentes de ingreso (Pérez, 1 de abril del 2014). Según Alicia Camacho, incluso los internacionalistas mantienen estos beneficios para sus familias. Y finalmente, en algunos casos, Cuba asume otros gastos que se producen como consecuencia de sus programas de cooperación, como: gastos de logística y transporte aéreo (Werlau, 2013). Básicamente, estos ejemplos muestran claramente el apoyo externo que brinda Cuba a partir de la inversión y soporte interno.

Como se puede observar en el análisis, Cuba, debido a las limitaciones financieras, pone mayor énfasis en la inversión interna que en la inversión externa. Esto se debe compensar de alguna forma, por lo que el objetivo de la investigación es identificar de donde vienen los demás recursos para la diplomacia pública cubana.

5.3.1.2. Aportes de los países receptores

Con el objetivo de entender la forma de financiamiento de la diplomacia pública cubana, se analiza el rol que juegan los países receptores. En este sentido, los aportes del país receptor son, al igual que los aportes de Cuba, aquellos rubros cuantificables que están destinados a los programas de cooperación con Cuba. Por esta razón, se analizará el aporte de los países receptores a partir de dos elementos: los pagos realizados a los miembros de las misiones cubanas y los pagos que el país receptor ha destinado al gobierno cubano.

En el caso de Cuba, evaluar el rol de los actores externos resulta crucial. Cuba se enfoca en implementar acuerdos de cooperación haciendo énfasis en el apoyo económico vis-a-vis de los países receptores (Bustamante & Sweig, 2008). La mayor parte de los acuerdos bilaterales de Cuba con los países receptores demandan que el país receptor se encargue de cubrir los gastos que se produzcan en su territorio. Esta estrategia es resultado de las limitaciones económicas causadas por el embargo económico y el colapso de la Ex Unión Soviética quién era su socio principal (Alicia Camacho, 4 de

diciembre de 2017). A continuación, se examina los aportes de los países receptores y su relación respecto a los aportes de Cuba para determinar en donde recae el mayor peso.

El ejemplo más evidente de este tipo de alianzas se puede observar en el caso de Venezuela. El Convenio que existe entre ambos países, mencionado en el apartado anterior, estipula que Cuba proveerá servicios y capacitación médica a condición de que Venezuela cubra los gastos de alojamiento, alimentación y transporte interno de los internacionalistas en Venezuela. Sin embargo, Venezuela no es el único caso en el que el gobierno se encarga de cubrir los gastos por la estadía de los internacionalistas. La tabla presentada a continuación muestra el caso de Venezuela y otros Estados que pagan por las misiones cubanas.

Tabla 1.

Salario mensual de los internacionalistas en el exterior-internet

Salario mensual de internacionalistas	
Venezuela	\$ 230
Angola	\$ 500
Islas Salomón	\$ 300
Guatemala	\$ 900
Ecuador	\$ 800
Sudáfrica	\$400-\$600
Trinidad y Tobago	\$ 280

Tomado de: Venezuela de La Voz (28 de marzo de 2013); Angola de Nick Miroff (10 de junio de 2012); Islas Salomón de Asante, A. et al (6 de mayo de 2012); Guatemala de Diario de Cuba (6 de junio de 2015); Ecuador de El Universo (12 de enero de 2015); Sudáfrica de Américatevé (9 de junio de 2015); Trinidad y Tobago de IWPR (16 de septiembre de 2015)

Como se puede observar en el artículo titulado “Venezuela paga \$130.000 a Cuba por cada médico”, Venezuela paga un salario promedio de \$230 mensuales a los médicos en su territorio (28 de marzo de 2013); los médicos enviados a Angola perciben un salario de \$500 mensuales (Nick Miroff, 10 de junio de 2012); en el caso de Islas Salomón, los médicos reciben un salario mensual correspondiente a \$300 (Asante, A., Negin, J., Hall, J., Dewdney, J., Zwi, A., 6 de mayo de 2012); los médicos cubanos enviados a Guatemala, según un artículo titulado “Más de 140 médicos cubanos en Guatemala, sin cobrar debido a la corrupción”, reciben un salario promedio de \$900 (6 de junio de 2015); en Ecuador, según El Universo “Cuba recibe los salarios de los médicos que ‘exporta’ al Ecuador” (12 de enero de 2015), el salario que reciben los médicos cubanos es de \$800 mensuales; para Sudáfrica, según el artículo titulado “Sudáfrica gastará \$15 millones en profesionales cubanos” de Américatevé, el salario mensual que se debe pagar a los médicos cubanos van entre \$400 y \$600 dependiendo de la especialidad (9 de junio de 2015); y finalmente, en Trinidad y Tobago los médicos reciben un salario mensual de \$280 (IWPR, 16 de septiembre de 2015). De acuerdo a los datos proporcionados, se puede evidenciar que en todos estos casos el salario que ofrecen los países receptores es superior en 10 veces o más al salario que ofrece Cuba el va desde \$22 a \$25 mensuales. Lo que significa que si Cuba debería cubrir todo el salario de sus profesionales en el exterior, debido al costo en el que incurriría el gobierno como resultado de estas iniciativas, su política de cooperación será más restrictiva en referencia al número de programas y al número de profesionales, reduciéndose significativamente.

Por lo tanto, Cuba externaliza la mayor parte de estos rubros, siendo su pilar fundamental, los recursos humanos. Incluso en la rama educativa, se observa un ejemplo específico de estas estrategias, en el caso de Islas Salomón. En donde las becas para estudios en áreas de salud son cubiertas por el gobierno cubano, siempre que Islas Salomón cubra el transporte y la manutención de sus nacionales en Cuba (Asante, A. et al). En estos casos, se puede ver que Cuba no solo demanda que los Estados receptores cubran los gastos

incurridos en su territorio, sino que también demanda que el otro Estado provea la manutención de los estudiantes que son recibidos en Cuba. Esto implica que los Estados receptores, si bien se benefician de los programas de cooperación social de Cuba, también son responsables de gran parte de los gastos que se producen en su territorio.

En algunos casos no solo los profesionales reciben un mayor salario por parte del Estado receptor, sino que, en algunos de los acuerdos de cooperación, el gobierno recibe un porcentaje por los servicios profesionales que envía, el cual es mayor al que reciben los individuos. En este sentido, los Estados receptores pagan al gobierno cubano por el trabajo de sus profesionales. Esto se puede observar en los casos de Ecuador, Trinidad y Tobago y Angola, países receptores que deben pagar al gobierno de Cuba por cada médico más de lo que pagan a los internacionalistas.

Tabla 2.

Pago que recibe el gobierno cubano por parte de los países receptores-internet

Pago al gobierno cubano		
Ecuador	\$	1.841,00
Trinidad y Tobago	\$	1.220,00
Angola	\$	4.500,00

Tomado de: Ecuador de El Universo (12 de enero de 2015); Trinidad y Tobago de IWPR (16 de septiembre de 2015); Angola de Werlau (2013)

En el caso de Ecuador, según el artículo de El Universo titulado “Cuba recibe los salarios de los médicos que ‘exporta’ al Ecuador” (12 de enero de 2015), el salario mensual aproximado sería \$2641, sin embargo, el gobierno cubano recibe \$1841 aproximadamente y la parte restante corresponde a sus médicos. Lo mismo sucede en el caso de Trinidad y Tobago en donde el salario debería ser \$1500 mensuales, no obstante, Cuba se queda con \$1220 (IWPR, 16 de septiembre de 2015). Y finalmente en Angola, el gobierno angolano paga

\$5000 al gobierno cubano por cada médico en su territorio mientras que sus profesionales reciben apenas \$500 mensuales (Werlau, 2013). La cooperación que brinda Cuba ha sido cuestionada debido a los grandes beneficios que recibe el Estado cubano, como se puede ver en estos tres ejemplos, la mayor parte del dinero que aporta el gobierno receptor por los servicios profesionales va hacia el gobierno en lugar de los individuos. En este sentido, estos programas no solo han permitido que Cuba se vuelva atractiva, sino que, a través de ellos, el gobierno se ha beneficiado económicamente. En sentido, según Pentón, los 5.000 profesionales cubanos enviados a 60 países alrededor del mundo representan una de las fuentes de divisas más importantes de la isla, con un valor aproximado de \$11.543 millones, de los cuales \$8.200 millones en 2014 correspondían a la cooperación en salud (17 de abril del 2017). Frente a ese comportamiento, a pregunta que surge es si ¿la estrategia de Cuba encaja como una estrategia de diplomacia pública o una estrategia de coerción en la que el Estado ofrece asistencia social a cambio de un beneficio económico?

5.3.1.3. Aportes de terceros

Además del financiamiento por parte de los Estados receptores, existen muchos casos en los que estas campañas sociales también se realizan con el apoyo de terceros. Estos aportes serán analizados a partir de dos elementos: las donaciones de terceros y los acuerdos con terceros. Las donaciones que recibe Cuba por el apoyo social que brinda alrededor del mundo han jugado un rol fundamental en la consecución de programas de salud y educación. De acuerdo al informe de 2016 del Ministerio de Comercio del Exterior y la Inversión Extranjera publicado en un artículo de Diario de las Américas “Cuba ejecuta al año un promedio de 130 millones en proyectos de cooperación”, Cuba ha invertido alrededor de \$130 millones en programas sociales en el exterior gracias al apoyo de España, Japón, Francia y China, sin ningún tipo de requerimientos políticos, económicos o sociales a cambio (21 de diciembre de 2016). Se cree que entre 2008 y 2010, Cuba recibió un monto aproximado de \$713 millones como resultado del apoyo de terceros para sus programas

sociales, no obstante, esta información, debido a políticas de Estado y acuerdos confidenciales, tienden a permanecer en secreto entre los actores, razón por la cual no existe certeza sobre los países a los que se han destinado estos fondos (Werlau, 2013). Este valor es muy alto si se compara con el PIB de Cuba en 2010, el cual fue de aproximadamente \$64,5 millones (Banco Mundial, 2017). Esto significa que el gobierno cubano recibió por concepto de donaciones aproximadamente 11 veces su PIB. Esta no es la única forma en la que el gobierno cubano realiza sus programas sociales, existen también acuerdos con terceros. Se asume que la empatía debido a la situación de Cuba por el bloque impuesto por Estados, incentiva a los demás Estados a colaborar con Cuba como un caso de solidaridad.

La representante de la Embajada de Cuba en Ecuador, Alicia Camacho, afirma que este tipo de alianzas se ejecutan a través de acuerdos tripartitos en los cuales un tercero, ya sea otro Estado o una organización, aporta directamente al Estado receptor para financiar los programas sociales de Cuba en países en donde los gobiernos no pueden hacerlo por sí solos (4 de diciembre de 2017). Entre ellos, además de los ya mencionados, se encuentran: Alemania, Noruega y Australia (Werlau, 2013). También, hay organizaciones internacionales y organizaciones no gubernamentales que de acuerdo a su misión han colaborado en estos programas, entre ellas: Organización Mundial de la Salud, Organización Panamericana de Salud, UNICEF y otras de Estados Unidos, Canadá, España y Bélgica. Un ejemplo de estos acuerdos tripartitos es la colaboración entre Cuba, Brasil y Haití en donde Brasil se comprometió a colaborar con \$80 millones para reconstruir el sistema de salud de Haití después del terremoto a través del aporte cubano de personal médico y capacitación médica para los haitianos (Newhouse & Smith, 21 de abril del 2010). Asimismo, Cuba y Francia colaboraron en Haití, Francia donó fondos y \$800.000 vacunas para que Cuba se encargue de realizar una campaña de vacunación a menores de 5 años; lo mismo sucedió con Alemania que contribuyó a la implementación de programas sociales cubanos en Nigeria y

Honduras; y la Organización Mundial de la Salud contribuyó en Gambia (MEDICC, 2007). En base al apoyo de terceros se puede evidenciar que la fortaleza de Cuba no recae sobre el poder financiero sino sobre la capacidad de sus profesionales los cuales se envían al exterior por medio de las alianzas le permiten maximizar el uso de sus recursos humanos en la implementación de programas de salud y educación. En este sentido, los colaboradores de Cuba al igual que los países receptores juegan el rol fundamental en la realización de estos programas.

5.3.2. Recursos Humanos

Tomando en cuenta que la fortaleza de Cuba no recae sobre los recursos financieros sino en el apoyo de los países receptores y terceros, los recursos humanos han permitido balancear esta carencia y dar lugar a campañas exitosas, maximizando sus resultados con un mínimo de recursos financieros. En vista de la importancia del factor humano en la consecución de las misiones de solidaridad de Cuba, cabe analizar el rol que juegan los profesionales y voluntarios cubanos en los programas sociales en el exterior entendidos como quienes forjan la imagen de Cuba en la arena internacional. Para entender por qué la diplomacia pública cubana es efectiva y más importante que la de otros países con economías y tamaños comparables, se evalúan dos elementos en esta investigación: 1) motivaciones personales y 2) motivaciones externas que nos permitirán entender lo que conduce a los ciudadanos para apoyar estas campañas internacionalistas. Los cuales aproximadamente 38.100 profesionales de la salud al año, en 60 países de América, Asia, Oceanía y Europa, trabajando en áreas con posibilidades limitadas (Ravsberg, 7 de junio de 2013).

5.3.2.1. Motivaciones personales

Para entender la participación cubana desde el punto de vista personal, se analizan las motivaciones personales que son los estímulos propios de cada persona, los cuales incitan a los cubanos a colaborar en las misiones internacionales realizadas por su gobierno. Para determinar estas motivaciones

se evalúan los siguientes factores: motivaciones económicas, éticas y morales, culturales, y profesionales con el objetivo de entender cómo a través de estos aspectos personales, las personas se unen en apoyo de las iniciativas gubernamentales. Los cuales han sido considerados cómo aspectos esenciales de la vida humana por su importancia en el comportamiento de la sociedad.

Desde el punto de vista económico, los internacionalistas que son quienes dejan la isla para comprometerse con misiones sociales en el exterior, reciben salarios que son 10 veces mayores a los salarios cubanos. Esta es una de las principales motivaciones de los cubanos porque que como ya se vio anteriormente, el salario más bajo es \$230 en Venezuela hasta \$900 en Guatemala. Estas misiones ofrecen la oportunidad de que los profesionales tengan un sueldo mayor al nacional y mejoren sus condiciones económicas. Gracias a estas oportunidades, los internacionalistas cumpliendo misiones en Venezuela, Brasil, Honduras o Nicaragua, no se enriquecen, sin embargo sí pueden obtener electrodomésticos, automóviles o inmuebles, algo inalcanzable en Cuba (Nórido, 3 de septiembre de 2015). Estos bienes son de difícil acceso para ciudadanos comunes, por lo que muchos profesionales optan por participar en las misiones con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida que de otra forma sería casi imposible (Bustamante & Sweig, 2008). El documental “Aprender a vivir desde la distancia” presentado por un medio local, muestra algunos testimonios que reafirman las motivaciones económicas de los cubanos: Niurka Pérez afirma que gracias al salario de su esposo en Qatar, fue posible comprar su casa; Noemi Herrera, colaboradora de salud en Nicaragua, relata que gracias a estas misiones fue posible adquirir una computadora; según Ayme Díaz que fue colaboradora de Salud en Brasil, la motivación económica es algo innegable así como la esperanza es obtener algún beneficio económico de esta; y finalmente, Rosa Hernández, colaboradora de educación en México, afirma que todos salen con la esperanza de una remuneración económica (Periódico Guerrillero, 2017). Por lo tanto, el apoyo no solamente es resultado del programa político del gobierno cubano sino que responde a las necesidades económicas de los cubanos.

El factor ético y moral, también influye en la labor que realizan los profesionales cubanos, como profesionales y como seres humanos. Alicia Camacho también cree que el factor ético y moral juega un papel determinante en el apoyo ciudadano porque es parte del deber como revolucionarios que se impregna en los cubanos a partir de la educación, la sociedad y la política. En este sentido, ella resalta que los médicos cubanos llegan a áreas de difícil acceso, enfrentando condiciones de vida muy duras a donde los mismos nacionales no llegan (4 de diciembre de 2017). En el caso de Venezuela, la labor cubana ha llegado a lugares en donde ningún médico ha llegado antes, fortaleciendo indudablemente el sistema de salud venezolano y ganando altos índices de aceptación entre la sociedad (Kirk, 2011 & Werlau, 2013). Estas misiones en comunidades de difícil acceso buscan garantizar la salud a personas que no han recibido asistencia médica, así lo afirma Noemi Herrera respecto a su misión en Nicaragua (Periódico Guerrillero, 2017). Estas labores son parte de la “vocación de servicio, la ética, la responsabilidad y el sentido solidario” que a más de los resultados de salud alcanzados, han dado prestigio a las misiones cubanas entre las comunidades (Nórido, 3 de septiembre de 2015). Así lo afirma Consuelo Martín, psicóloga cubana, al decir que las misiones cubanas se basan en valores de altruismo, solidaridad, ética y humanismo” (Periódico Guerrillero, 2017). Según estos testimonios, no se puede desconocer los valores éticos y morales que motivan a los profesionales cubanos a ser partícipes de las misiones. Desde el punto de vista profesional y humano, la ayuda que ha brindado Cuba es un gesto altruista forma parte de sus sociedad.

Además, de las motivaciones económicas y morales, existen motivaciones culturales que impulsan a los internacionalistas cubanos a dejar la Isla. Esto se debe a que los especialistas que forman parte de estas misiones cubanas tienen la oportunidad de vivir experiencias y privilegios que pocos cubanos pueden aspirar obtener una conciencia global y expandir su conocimiento intercultural (Bustamante & Sweig, 2008). Un ejemplo claro lo da Marisol Rodríguez, colaboradora de salud, quien afirma que una de sus misiones fue resultado del deseo de salir de la isla, de conocer otro lugar que de otra forma

hubiese sido imposible (Díez, 22 de septiembre de 2014). Esto se debe a dos factores: la limitación presupuestaria y las restricciones de salida del país. Como ya se mencionó, el salario de Cuba es entre \$22 y \$25 mensuales, con lo que una persona logra comprar apenas el equivalente a la libreta de racionamiento para cubrir las necesidades de alimentación (Pérez, 1 de abril del 2014), haciendo imposible que una persona común, con el salario promedio, pueda salir de la isla. Además, hasta 2013 según el artículo “Requisitos para salir de Cuba (Fotos)” de El Diario, Cuba tenía estrictos requisitos para salir del país, entre ellas: “la tarjeta blanca” que es un permiso de salida otorgado por el gobierno, una carta de invitación del lugar a donde viaja, pasaporte especial y en caso de exceder el tiempo de viaje otorgado las personas debían pagar costosas prorrogas (14 de enero de 2013). Retardando y obstaculizando las posibilidades de salir de la isla. Esto significa que las misiones les brindan a los cubanos una oportunidad de salir de su país, de conocer otras culturas y de conocer personas, al eludir muchas de estas limitaciones.

Y finalmente, las motivaciones profesionales también son un estímulo importante para los cubanos cuenta Marisol Rodríguez, internacionalista que asegura que las misiones de salud en el exterior les permiten enfrentarse enfermedades erradicadas en Cuba, las cuales se estudian pero en la práctica no se ven, lo cual mejora sus capacidades profesionales (Díez, 22 de septiembre de 2017). Por ejemplo, la malaria es una enfermedad que no existe o raramente se ve (van Gelder, 10 de junio de 2007). Mientras que en las islas del Pacífico, los profesionales se deben enfrentar con regularidad a la malaria que es una enfermedad muy común en esta zona (Walker & Kirk, 2013). Existe otras enfermedades como VIH/SIDA (van Gelder, 10 de junio de 2007). Cuba ha realizado grandes avances respecto a la transmisión del virus madre e hijo, lo cual ha sido reconocido por la OMS, gracias al desarrollo científico y al apoyo que se brinda en zonas muy afectadas como África (Organización Mundial de la Salud, 30 de junio de 2015). En este sentido, Marisol Rodríguez afirma que a pesar del riesgo que implican estas enfermedades, el apoyo en

África es muy valioso desde el punto de vista profesional (Díez, 22 de septiembre de 2017). De acuerdo a Alicia Camacho, las misiones contribuyen en experiencia de los profesionales, siendo la práctica el pilar fundamental del sistema educativo cubano (4 de diciembre de 2017). En términos generales, las distintas motivaciones han reforzados los programas del gobierno cubano, gracias al deseo de sus profesionales de cubrir las necesidades antes mencionadas, principalmente aquellas necesidades económicas que han separado a muchas familias en busca de mejores condiciones de vida para los suyos.

5.3.2.2. Motivaciones externas

A más de las motivaciones internas de cada persona, existen otros factores que explican el nivel de participación de los cubanos en estos programas de cooperación. Estas son las motivaciones externas, entendidas como los estímulos creados por terceros para promover determinados comportamientos. Para analizar las motivaciones externas que modifican el comportamiento de los cubanos, se evaluará el rol de los líderes materiales e intelectuales de la revolución.

El internacionalismo de Cuba tiene su base en la ideología revolucionaria liderada por Fidel Castro y Ernesto Che Guevara, y fundamentada en el marxismo y los ideales de José Martí (Harris, 2009). Por esta razón, el legado ideológico que dejó Castro en Cuba es resultado de la influencia de José Martí. Fue el pensamiento de Martí basado en el ideal de independencia y justicia social, quien además fue el líder de la independencia cubana de España, el que moldeó la idiosincrasia de Castro y lo convirtió en el líder revolucionario que emprendió una serie de reformas sociales en Cuba y exportó estas ideas al mundo (Lecuona, 1991). En este sentido, Castro define a la revolución como:

“[...] igualdad y libertad plena, es ser tratado y tratar a los demás como seres humanos, es emanciparnos por nosotros mismos y con nuestros propios esfuerzos, es desafiar poderosas fuerzas dominantes dentro y fuera del ámbito social y nacional, es defender valores en los que se

cree, al precio de cualquier sacrificio, es modestia, desinterés, altruismo, solidaridad y heroísmo [...] revolución es luchar por nuestros sueño de justicia para Cuba y para el mundo, es la base de nuestros patriotismo, nuestro socialismo y nuestro internacionalismo” (teleSUR tv, 12 de agosto de 2013).

Como se puede observar en este discurso, la igualdad y la solidaridad así como la lucha por el bienestar social a nivel nacional e internacional son la base de su pensamiento. La importancia del discurso de Castro en el comportamiento de la población cubana es crucial para entender de dónde nace este sentimiento internacionalista. En este sentido, es crucial comprender al discurso como una herramienta de poder que a través de la alocución crea prácticas determinadas. (Foucault, 1999). En el caso de Cuba, el discurso de Castro ha construido en la población determinadas posturas respecto a la solidaridad internacional.

En este sentido, el pensamiento de Castro forma parte de la sociedad cubana. Según Alicia Camacho el sistema educativo de Cuba forma a sus estudiantes a partir del pensamiento de Martí, quien a su vez formó la personalidad de Castro (4 de diciembre de 2017). Además, el ejemplo de Castro está impregnado en sus ciudadanos. Esto se puede ver en la opinión del pueblo tras la muerte de Castro. De acuerdo al reportaje realizado por Russia Today, la muerte de Castro representó un cambio para Cuba. Por esta razón, sus ciudadanos reconocen la labor que realizó y su grandeza a nivel nacional e internacional, haciendo suyo el deber de transmitir esto a las futuras generaciones y mantener ese ejemplo de solidaridad y apoyo que inculcó en los jóvenes (3 de diciembre de 2016). La solidaridad cubana, como ya se ha visto, no se limita al ámbito nacional, sino que es la guía de la política exterior de Cuba, respondiendo a su ambición internacionalista. En este sentido, los jóvenes admiten que gracias a las políticas de Castro, ellos tienen acceso a educación y salud gratuita, reconociendo el cambio que hizo Castro en la historia de Cuba y del mundo, marcando indudablemente, el legado y el ejemplo para su

sociedad, basada en el altruismo y la solidaridad (Russia Today, 3 de diciembre de 2016).

Esto significa que los ideales revolucionarios, trascendieron de lo político a lo social, marcando a la población cubana con los valores de la revolución y comprometiéndolos con la misma. Según Stella Calloni, periodista y escritora, el pueblo cubano internalizó la lucha de Castro en favor de la igualdad y el respeto como seres humanos (Russia Today, 3 de diciembre de 2016). Además, el “Che” materializó el internacionalismo de Cuba porque veía a la revolución de Cuba como el medio para terminar con el imperialismo y la opresión de las personas alrededor del mundo a través del apoyo a los grupos revolucionarios, con quienes se involucró directamente (Harris, 2009). Esta lucha se ve plasmada en acciones, en programas de salud y educación, en asistencia en distintos países del mundo, y sobre todo en el apoyo de sus ciudadanos que han abrazado estos mismos ideales de cooperación, haciendo posible este modelo de diplomacia pública.

Debido a la reputación y los beneficios económicos que ha recibido Cuba, es innegable el éxito de su modelo de diplomacia pública. Pero ¿es este modelo aplicable a otros Estados? Probablemente si o probablemente no. La particularidad de Cuba, respecto al embargo de Estados Unidos, permitió que este modelo sea funcional y responda a los objetivos de Cuba. En este sentido, el embargo económico impuesto por Estados Unidos sobre la isla ha generado empatía con el resto de Estados porque Cuba no solo está siendo limitado sino que es limitado por una de las potencias más importantes. En este sentido, la estrategia de Cuba ha sido presentada como una forma de evadir este embargo a través de ayuda humanitaria, lo que le da acogida con los entre los demás Estados. Esto explica en cierta forma porque el modelo aplicado por Cuba no sería aplicable para otros Estados o al menos no en la misma medida porque como se observó en el caso de Cuba, la mayor parte de los recursos financieros provienen de los Estados receptores y de terceros, dando lugar programas de gran alcance social y geográfico, que probablemente no sería

posible para otros Estados con economías similares porque ellos no generan la empatía que genera Cuba debido a las condiciones que debe enfrentar.

6. CONCLUSIONES

La evolución del sistema internacional ha generado cierto rechazo por el uso de la fuerza como un medio de poder. Por lo tanto, el poder blando y la diplomacia pública son más comunes en el sistema. Por esta razón, la diplomacia pública de Cuba es una parte importante de su política exterior y para que Cuba implemente programas de diplomacia pública a gran escala, existe un proceso de preparación. En este sentido, la investigación estudió la diplomacia pública cubana a partir de la forma en cómo operan los recursos financieros y recursos humanos, con la finalidad de comprender como a partir de la minimización de ciertos recursos y la maximización de otros, Cuba ha logrado ejercer más influencia de la que dictaría su tamaño.

Evaluando los recursos financieros y los recursos humanos utilizados por Cuba, se puede evidenciar que el éxito de estas campañas de diplomacia pública recae mayormente sobre los recursos humanos, más no sobre los recursos financieros, sin restar importancia a estos últimos; ambos entendidos en relación el uno del otro como esenciales y complementarios.

En este sentido, la estrategia de diplomacia pública cubana tiene dos dimensiones: financiera y humana. Por un lado, la fortaleza de Cuba en términos financieros no depende de sí misma sino en las alianzas con los Estados receptores de su cooperación y terceros que brindan apoyo a Cuba o a países con recursos limitados. Es gracias a estas alianzas que Cuba, a pesar de las dificultades económicas que enfrenta, ha logrado llevar a cabo sus programas masivos de salud y educación en el exterior, ganando prestigio y construyendo una imagen positiva de sí misma. Sin embargo, es imposible, pensar en estos programas sin la inversión cubana en educación y en la formación de profesionales en la isla, principalmente de salud. Por lo tanto, los aportes de Cuba se han enfocado en el fortalecimiento de aspectos nacionales necesarios para atraer aliados internacionales, recibiendo fondos de los Estados receptores y terceros quienes se han encargado de la implementación de los programas en el exterior y de los gastos ocasionados por los mismos.

En muchos aspectos, la inversión de Cuba en la capacitación de profesionales se ve reflejada la importancia que tienen sus ciudadanos en su política exterior. Como fue mencionado, los recursos humanos son quienes medio predominantes para las estrategias de diplomacia pública de Cuba. Adicional al sistema educativo interno de Cuba, muchos recursos humanos son conducidos por motivaciones personales y motivaciones externas para llevar a cabo estas campañas de diplomacia pública en el exterior. Las motivaciones personales han jugado un rol crucial en la participación de profesionales cubanos porque como ya se vio antes, la búsqueda de libertad, lo económico, lo ético, lo moral, lo cultural y/o lo profesional, ha conducido a los profesionales cubanos a colaborar en el exterior, fortaleciendo estos programas y contribuyendo a la imagen internacional de Cuba; combinadas con motivaciones externas como el discurso de Fidel Castro e incentivos del gobierno que han propiciado la participación de los internacionalistas cubanos en las misiones. Por lo tanto, el gobierno cubano ha tenido el apoyo de su población de forma directa a través de iniciativas propias y de forma indirecta a través de los incentivos personales de sus profesionales.

REFERENCIAS

- Anholt, S. (2004). Branding places and nations. En Clifton, R. y Simmons, J. (Eds), *Brands and Branding* (213-226). Londres, Gran Bretaña: Profile Books Ltd.
- Antwi-Boateng, O. (2013). The rise of Qatar as a soft power and the challenges. *European Scientific Journal*, 2, 39-51. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1031.7525&rep=rep1&type=pdf>
- Asante, A., Negin, J., Hall, J., Dewdney, J., Zwi, A. (6 de mayo de 2012). Analysis of policy implications and challenges of the Cuban health assistance program related to human resources for health in the Pacific. National Center for Biotechnology Information. Recuperado de: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3447691/>
- Banco Mundial. (2017). PIB (US\$ a precios actuales): Cuba. Banco Mundial. [base de datos en línea]. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=CU>
- Bustamante, M., & Sweig, J. (2008). Buena Vista Solidarity and the Axis of Aid: Cuban and Venezuelan Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 223-256. Recuperado de: <http://www.jstor.org/bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/25098002>
- Camacho, A. (4 de diciembre de 2017). Entrevista Personal. Consejera Comercial de la Embajada de Cuba.
- Castro, Y. (20 de diciembre de 2016). Otro rostro de la solidaridad. Granma. Recuperado de: <https://www.diariolasamericas.com/america-latina/cuba-ejecuta-al-ano-un-promedio-130-millones-proyectos-cooperacion-n4110589>

Central Intelligence Agency. (s.f). CENTRAL AMERICA AND CARIBBEAN :: CUBA [base de datos en línea]. Recuperado de: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/cu.html>

Central Intelligence Agency. (s.f). COUNTRY COMPARISON :: EDUCATION EXPENDITURES [base de datos en línea]. Recuperado de: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2206rank.html#cu>

Collazo, J. E. (2010). Cuba's soft power: An offensive strategy for defending the political sovereignty of the Republic of Cuba in the post-Cold War era (tesis de maestría). University of California, Irvine, Estados Unidos.

Constitución de la República de Cuba (1976)

Convenio Integral de Cooperación Venezuela – Cuba. (30 de octubre del 2000). Recuperado de: <http://www.cubadebate.cu/especiales/2010/11/07/convenio-integral-de-cooperacion-venezuela-cuba/#.WjMUWIXT7IU>

Cowan, G., & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 10-30. <https://doi.org/10.1177/0002716207311863>

Cuba ejecuta al año un promedio de 130 millones en proyectos de cooperación. (21 de diciembre de 2016). Diario de las Américas. Recuperado de: <https://www.diariolasamericas.com/america-latina/cuba-ejecuta-al-ano-un-promedio-130-millones-proyectos-cooperacion-n4110589>

Cuba recibe los salarios de los médicos que ‘exporta’ al Ecuador. (12 de enero de 2015). El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/12/nota/4427616/cuba-recibe-salarios-medicos-que-exporta-pais>

- Cull, N. (2009). Public diplomacy: Lessons from the past. *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 2, 19. Los Angeles, Estados Unidos: Figueroa Press. Recuperado de: <http://stage.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/legacy/publications/perspectives/CPDPerspectivesLessons.pdf>
- Diario de las Americas. (21 de diciembre de 2016). Cuba ejecuta al año un promedio de 130 millones en proyectos de cooperación. Recuperado de: <https://www.diariolasamericas.com/americas-latina/cuba-ejecuta-al-año-un-promedio-130-millones-proyectos-cooperación-n4110589>
- Díez, B. (22 de septiembre de 2014). ¿Cómo se convirtió Cuba en una potencia humanitaria?. BBC. Recuperado de: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/09/140918_cuba_potencia_humanitaria_en_africa_bd
- Domínguez, J. (1978). Cuban Foreign Policy. *Foreign Affairs*, 57(1), 83-108. doi:10.2307/20040054
- Feinsilver, J. (1989). Cuba as a "World Medical Power": The Politics of Symbolism. *Latin American Research Review*, 24(2), 1-34. Recuperado de <http://www.jstor.org/bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/2503679>
- Foucault, M. (1999). *El orden del discurso* [1970]. São Paulo, Brasil: Edições Loyola.
- Gallarotti, G. (2011). Soft power: what it is, why it is important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*. Recuperado de: <http://www-tandfonline-com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/>
- Gilboa, E. (2008). Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 55-77. Recuperado de <http://www.jstor.org/bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/25097994>

- Harris, R. (2009). Cuban Internationalism, Che Guevara, and the Survival of Cuba's Socialist Regime. *Latin American Perspectives*, 36(3), 27-42. Recuperado de: <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/20684641>
- Hudson Teslik, L. (9 de noviembre de 2017). Nation Branding Explained. Council on Foreign Relations. Recuperado de: <https://www.cfr.org/background/nation-branding-explained>
- Huish, R., & Spiegel, J. (2008). Integrating health and human security into foreign policy: Cuba's surprising success. *International Journal of Cuban Studies*, 1(1), 42-53. Recuperado de <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/41945989>
- Iglesias Onofrio, M., & Molina Rabadán, D. (2009). La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador. *Historia Actual Online*, (16), 109-126.
- IWPR. (16 de septiembre de 2015). El lucrativo programa de ayuda médica de Cuba. IWPR. Recuperado de: <https://iwpr.net/es/global-voices/el-lucrativo-programa-de-ayuda-m%C3%A9dica-de-cuba>
- Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2001). *Power and interdependence*. Longman Publishing Group.
- Kirk, J. (2011). CUBAN MEDICAL COOPERATION WITHIN ALBA: THE CASE OF VENEZUELA. *International Journal of Cuban Studies*, 3 (2/3), 221-234. Recuperado de: <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/41945946>
- Lamrani, S. (4 de agosto de 2012). Cuba forma hoy en un año más médicos que el total que tenía en 1959. CUBADEBATE. Recuperado de: <http://www.cubadebate.cu/opinion/2012/08/04/cuba-forma-hoy-en-un-ano-mas-medicos-que-el-total-que-tenia-en-1959/#.Wi80cFXT7IV>

La OMS valida la eliminación de Cuba de la transmisión de madre a hijo del VIH y de la sífilis. (30 de junio de 2015). Organización Mundial de la Salud. Recuperado:

<http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2015/mtct-hiv-cuba/es/>

Lecuona, R. (1991). JOSE MARTI AND FIDEL CASTRO. *International Journal on World Peace*, 8(1), 45-61. Recuperado de:

<http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/20751650>

Más de 140 médicos cubanos en Guatemala, sin cobrar debido a la corrupción. (6 de junio de 2015). Diario de Cuba. Recuperado de:

http://www.diariodecuba.com/cuba/1433624132_15021.html

MEDICC. (2007). Cuba & Global Health. Recuperado de:

<https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/files/content/images/X%20b%20->

[%20Cuba%20Global%20Health%20Professionals%20Abroad%20\(from%20Salud%20website\).pdf](https://assets.aspeninstitute.org/content/uploads/files/content/images/X%20b%20-%20Cuba%20Global%20Health%20Professionals%20Abroad%20(from%20Salud%20website).pdf)

Melissen, J. (2005). The concepts and methods of public diplomacy. En J. Melissen (Ed), *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations* (pp.3-27). Nueva York, Estados Unidos: PALGRAVE MACMILLAN

Merickova, L. (2014). Alternative Approaches to Public Diplomacy. *Polish Sociological Review*, (187), 351-365. Recuperado de:

<http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/24371634>

Miroff, N. (10 de junio de 2012). Cuba injects doctor diplomacy into Africa. PRI. Recuperado de: <https://www.pri.org/stories/2012-06-10/cuba-injects-doctor-diplomacy-africa>

Mor, B. (8 de marzo del 2006). Public Diplomacy of Grand Strategy. *Foreign Policy Analysis*, (2), (157-176). doi: 10.1111/j.1743-8594.2006.00025

Newhouse, E. & Smith, W. (Mayo del 2010). Cuban Public Health Cooperation in Haiti. Center for International Policy: Conference Report. Washigton

D.C - Estados Unidos. Recuperado de:
<https://www.american.edu/clals/upload/May2010ConfReportCuba.pdf>

Nórido, Y. (3 de septiembre de 2015). ¿Qué motiva a los médicos cubanos a irse a prestar servicios en áreas de desastres?. BBC. Recuperado de:
http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150903_voces_desde_cuba_yuris_norido_medicos_cubanos

Nye, J. (2008). Public diplomacy and soft power. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), 94-109. Recuperado de: <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/25097996>

Nye, J. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Nueva York, Estados Unidos: Public affairs.

La Porte, M. (2016). Diplomacia pública y 'marca país': polémicas actuales. *Beer Derberg*, 8, 17-19. Recuperado de:
https://issuu.com/beerderberg/docs/beerderberg8_final

Olivieri, A. (2011). PUBLICIDAD Y PROPAGANDA¿ CARAS DE LA MISMA MONEDA O MONEDAS DE LA MISMA CARA?. *Temas de Comunicación*, (4), 143-154.

Organización Mundial de la Salud. (30 de junio de 2015). La OMS valida la eliminación de Cuba de la transmisión de madre a hijo del VIH y de la sífilis. Recuperado:
<http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2015/mtct-hiv-cuba/es/>

Pentón, M. (17 de abril de 2017). Nuevas cifras revelan cuánto gana Cuba con la exportación de profesionales. *El Nuevo Herald*. Recuperado de:
<http://www.elnuevoherald.com/noticias/mundo/america-latina/cuba-es/article145089944.html>

Pérez, Y. (1 de abril de 2014). Yusnaby Pérez: La libreta de racionamiento en Cuba. *Yusnaby Post*. Recuperado de: <http://yusnaby.com/yusnaby-perez-la-librera-de-racionamiento-en-cuba/>

- Periódico Guerrillero (Productor). (2017). Aprender a vivir desde la distancia [Youtube]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=XmCUy_by3qE
- Ravsberg, F. (7 de junio de 2013). ¿De dónde saca Cuba tantos médicos?. BBC. Recuperado de: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/06/130528_salud_cuba_medicos_exportacion_fr
- Requisitos para salir de Cuba (Fotos). (14 de enero de 2013). El Diario. Recuperado de: <https://eldiario.ny.com/2013/01/14/requisitos-para-salir-de-cuba-fotos/>
- Riordan, S. (2005). Dialogued-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm? . En J. Melissen (Ed), *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations* (180-195). Nueva York, Estados Unidos: PALGRAVE MACMILLAN
- Rothman, S. (2011). Soft power: what it is, why it is important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*. Recuperado de: <http://www-tandfonline-com.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/>
- Rowley, J. (2008). Understanding digital content marketing. *Journal of Marketing Management* (24). 517-540. Recuperado de: <https://doi.org/10.1362/026725708X325977>
- Rubio, R. (septiembre del 2014). La diplomacia pública: nuevos actores en un escenario nuevo. En Gobierno de España y Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (Eds), *La Diplomacia Pública como Reto de la Política Exterior*. Madrid, España: Escuela diplomática. Recuperado de: http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/2015_ABRIL_FOLLETO%20SEMINARIO%20DIPLOMACIA%20PUBLICA.pdf

- Russia Today en Español (Productor). (3 de diciembre de 2016). ¿Qué opina la nueva generación de cubanos sobre Fidel Castro? [Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=o0-BLnykgMI>
- Saavedra, J. (2012,). El poder blando de la marca-país: del marketing a la diplomacia pública. *Redmarka*, 1(8), 133-148. Recuperado de: <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1658>
- Slack, T., & Whitson, D. (1988). The Place of Sport in Cuba's Foreign Relations. *International Journal*, 43(4), 596-617. doi:10.2307/40202565
- Sudáfrica gastará \$15 millones en profesionales cubanos. (9 de junio de 2015). Américatevé. Recuperado de: <http://www.americateve.com/sudafrica-gastara-15-millones-profesionales-cubanos-n864989>
- teleSUR tv. (12 de agosto de 2013). Discurso de Fidel Castro el 1ro de mayo de 2000 en La Habana, Cuba [Youtube]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=abbaXyg9EPI>
- Van Gelder, S. (10 de junio de 2007). La Cura de Cuba. Yes Magazine. Recuperado de: <http://www.yesmagazine.org/issues/mas-democracia-en-america-latina/1775>
- Van Ham, P. (2008). Place Branding: The State of the Art. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 126-149. Recuperado de: <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/25097998>
- Venezuela paga \$130.000 a Cuba por cada médico. (28 de marzo de 2013). La Voz. Recuperado de: <https://diariolavoz.net/2013/03/28/venezuela-paga-130-000-a-cuba-por-cada-medico/>
- Walker, C. & Kirk, J. (2013). From Cooperation to Capacitation: Cuban Medical Internationalism in the South Pacific. *International Journal of Cuban Studies*, 5(1), 10-25. doi:10.13169/intejcubastud.5.1.0010

- Welry, R. (2016). How to Manage a Public Diplomacy Campaign and Public Affairs. En Asia-Europe Foundation (Ed), *ASEF Public Diplomacy Handbook How to Win Hearts and Minds* (188-206). Singapore: ASEF
- Werlau, M. (2013). CUBA'S HEALTH-CARE DIPLOMACY: The Business of Humanitarianism. *World Affairs*, 175(6), 57-67. Recuperado de: <http://www.jstor.org.bibliotecavirtual.udla.edu.ec/stable/43556164>

