

NOTAS DE CLASE



DIPLOMACIA Y PROTOCOLO

Omaira María Martínez Linero
Universidad Cooperativa de Colombia
Sede Santa Marta

Apropiación social del conocimiento | Nota de clase
No. 35, diciembre de 2018
doi: <https://doi.org/10.16925/gcnc.07>

NOTA LEGAL

El presente documento de trabajo ha sido incluido dentro de nuestro repositorio de literatura gris por solicitud del autor, con fines informativos, educativos o académicos. Asimismo, los argumentos, datos y análisis incluidos en el texto son responsabilidad absoluta del autor y no representan la opinión del Fondo Editorial o de la Universidad.

DISCLAIMER

This coursework paper has being uploaded to our grey literature repository due to the request of the author. This document should be used for informational, educational or academic purposes only. Arguments, data and analysis included in this document represent authors' opinion not the Press or the University.

Acerca del autor

Omaira María Martínez-Linero, candidata a doctora en Administración Gerencial, profesora auxiliar del programa de Comercio Internacional, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Santa Marta, Colombia.

Correo electrónico: omayra.martinez@campusucc.edu.co

Cómo citar este documento

Martínez-Linero, O. M. (2018). *Diplomacia y protocolo*. (Documento de docencia N° 35). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. doi: <https://doi.org/10.16925/gcnc.07>.

Este documento puede ser consultado, descargado o reproducido desde nuestro repositorio de documentos de trabajo (<http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/7369>) para uso de sus contenidos, bajo la licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Resumen

La presente nota de clase muestra de manera breve y concisa los principales conceptos de la diplomacia y un acercamiento a la diplomacia comercial. Los Estados y los organismos Internacionales, dada su naturaleza jurídica, solo pueden relacionarse entre sí mediante los órganos de relaciones internacionales, es decir, mediante las personas o conjuntos de personas que obran en nombre del sujeto al que representan (diplomáticos y misiones diplomáticas) en lo que se conoce como la diplomacia clásica. De esta derivó, a finales del siglo XX, la llamada diplomacia comercial la cual da respuesta a la creciente interdependencia del comercio entre las naciones y hace necesario delegar en funcionarios diplomáticos la labor de promover el sector empresarial de manera coordinada con el sector empresarial y las entidades de promoción de las exportaciones de un país. La diplomacia comercial viene acompañada de la marca país, un concepto de mercadeo cuyo objetivo es mostrar una imagen positiva del país con base en los aspectos sociales, culturales, económicos y naturales que lo distinguen. Este concepto se debe gestar desde los sectores empresarial, gubernamental, educativo y cultural con base en las percepciones positivas al interior del país y en el exterior. El estudio de la diplomacia no está completo sin el conocimiento del rigor protocolario que tiene sus orígenes en la convención de Viena.

Palabras claves: diplomacia, diplomacia comercial, marca, marca país, protocolo.

Tabla de contenido

Introducción	6
Propósito del curso y competencia	6
Contenidos temáticos	6
Unidad 1. Concepto y origen de la diplomacia	8
El concepto de diplomacia	8
Origen de la diplomacia	10
Cuestionario de repaso	14
Referencias	15
Unidad 2. Diplomacia comercial	16
Diplomacia clásica y diplomacia comercial	16
Marca país	20
Cuestionario de repaso	24
Referencias	25
Unidad 3. Protocolo	27
Ceremonial diplomático	27
Precedencia	32
Cuestionario de repaso	37
Referencias	38

Introducción

Propósito del curso y competencias

Desde su origen y hasta el presente siglo, la diplomacia pretende ser una guía sencilla del desarrollo de una materia de gran importancia para los profesionales en Comercio Internacional. En el marco de las relaciones comerciales con empresarios de otros países se aplica un modelo similar que no solo se basa en normas internacionales y locales de otros países que inciden en las negociaciones, parte importante del manejo que un gobierno hace de las relaciones internacionales se basa en la diplomacia, cuyo objeto es la interacción pacífica y el desarrollo de intercambios comerciales benéficos entre las partes.

Los profesionales que han de manejar una empresa o su departamento de comercio exterior deben tener conocimiento sobre el manejo que el gobierno nacional da a las relaciones políticas y comerciales con otros países:

- ∅ Conocer el origen de la diplomacia y en qué consiste la diplomacia comercial.
- ∅ Conocer la importancia de la diplomacia comercial y el concepto de marca país.

Contenidos temáticos

Esta nota aporta información valiosa sobre los orígenes y usos de la diplomacia desde muchos siglos atrás, sobre todo en los países de Oriente que fueron los primeros en practicar la diplomacia de forma

temporal y sencilla. Se muestra también cuál ha sido la importancia de la diplomacia comercial en lo corrido del presente siglo. Aporta además conocimiento sobre la marca país como referente comercial y diplomático.

Unidad 1. Concepto y origen de la diplomacia

Prefacio

En esta unidad se presenta el concepto de lo que se conoce actualmente como diplomacia, desde su etimología hasta la definición de reconocidos autores, lo mismo que el origen del arte de la diplomacia.

El concepto de diplomacia

Antes de presentar los conceptos de diplomacia que han expresado diversos autores, es necesario partir de la base de las relaciones internacionales, las cuales dan origen a esta noción y al quehacer diplomático.

Entre varios autores de las teorías de las relaciones internacionales, Marcel Merle (1997) las define como el conjunto de transacciones o flujo de transacciones que atraviesan la frontera. Este concepto incluye aspectos tales como el social, económico y el cultural entre otros, a la vez que demarca los Estados al tomar en cuenta las fronteras.

Con base en este concepto se puede establecer que ese flujo transaccional requiere de un ordenamiento por parte de los Estados para que sea efectivo y tenga un manejo claro y objetivo que permita que las relaciones internacionales se desarrollen en paz y armonía. Para ello se requiere una política de Estado que las oriente y dirija, esta es la política internacional o de relaciones internacionales que establece cada nación en el marco legislativo y ejecutivo, el que a su

vez da origen a la diplomacia como actividad administradora de las relaciones entre los países.

La Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2018) define la diplomacia de la siguiente manera:

1. f. Rama de la política que se ocupa del estudio de las relaciones internacionales.
2. f. Conjunto de los procedimientos que regulan las relaciones entre los Estados.
3. f. Servicio de los Estados en sus relaciones internacionales.
4. f. coloq. Cortesía aparente e interesada.
5. f. coloq. Habilidad, sagacidad y disimulo.

Estos conceptos nos indican que la diplomacia hace parte de la política internacional de una nación que establece la orientación que esta dará a sus funcionarios e integrantes de las misiones diplomáticas, quienes la representarán en el extranjero y que los diplomáticos requieren además de habilidades de comunicación y manejo de las relaciones públicas.

Basave (1985) la define de la siguiente manera: “El término diplomacia proviene del vocablo griego *diploma*, el cual a su vez se origina en el verbo *diploún*, que significa doblar y plegar. Diploma era un documento oficial o acta autorizada por el jefe de Estado, que confería a su destinatario algunos privilegios”. El documento se entregaba doblado y contenía una recomendación oficial con ciertos poderes para los funcionarios que se dirigían a otros países. El portador del pliego o diploma era de hecho un diplomático (Basave, 1985). Por otra parte, Guerrero define el concepto de la siguiente manera: “La

diplomacia es una actividad profesional cuyo objetivo es la representación de un país en el extranjero debido a la necesidad de fomentar las buenas relaciones y el defender los intereses legítimos de sus connacionales” (Guerrero, 2011).

Origen de la diplomacia

La diplomacia es tan antigua como los asentamientos sociales de la humanidad. En la medida en que se constituían las unidades políticas independientes y autónomas bajo cualquier denominación de Ciudad-Estado o Estado, emergió la necesidad de buscar un acercamiento a las otras unidades, sobre todo las más cercanas. Los expertos en historia diplomática dividen su estudio en dos etapas, la primera inicia en la época primitiva y va hasta el siglo xv y la segunda abarca desde el siglo xv hasta la actualidad.

En el primer periodo lo que se pueden considerar actividades diplomáticas eran de carácter temporal, los reyes designaban de manera excepcional un representante ante un país extranjero, este se presentaba ante el monarca de ese país durante el tiempo requerido para realizar las gestiones del caso. No existía una directriz diplomática general que orientara la actividad, se actuaba según la situación a resolver y existían diversos representantes pues había que tomar en cuenta las diferencias idiomáticas, culturales e incluso religiosas. Solo hasta el medioevo la Santa Sede –en tanto institución organizada y de avanzada– estableció delegaciones (misiones) temporales que buscaban solventar diferencias espirituales en cada país, en el presente estas misiones son permanentes y se llaman nunciaturas.

En el siglo XV nace el Estado moderno y se hace necesario establecer misiones diplomáticas permanentes puesto que la colonización en ultramar de los países europeos los puso en contacto con los grandes imperios de Oriente y América; de allí la necesidad de establecer canales de comunicación oficiales y representaciones permanentes. Al inicio de este periodo (mediados del siglo XV) la abanderada de la diplomacia fue Venecia, que estableció misiones permanentes en Roma y Constantinopla, sus embajadores –también conocidos como *oratores*– mantuvieron permanente comunicación oficial.

Cuando se consolidó el Sistema Europeo de Estados y se firmó la Paz de Westfalia en 1648 se hizo necesario establecer oficinas diplomáticas permanentes, establecer una política exterior y crear un grupo de funcionarios especializados en las actividades diplomáticas dirigidos por un secretario de Estado, por lo general miembro de la nobleza, nombrado por el respectivo monarca.

Según lo anota Calduch (1993), este periodo de la diplomacia se caracterizó por:

- a) Existían muy pocas normas de derecho diplomático, tanto en lo referente a privilegios e inmunidades, del personal y de las misiones, como en lo relativo a la jerarquía y rangos de los agentes diplomáticos. Los abusos y violaciones de tales normas eran frecuentes y respondían a los cambios que experimentaba una política exterior completamente personalizada.
- b) Habida cuenta del carácter patrimonialista del Estado que poseían los monarcas absolutistas, el agente diplomático actuaba como un representante personal del soberano, y/o de la

correspondiente dinastía, mucho más que como el representante del Estado.

- c) En sentido estricto, no se puede todavía hablar de una carrera diplomática, entendida como una profesión específica en el seno de una administración estatal muy embrionaria. Los embajadores eran elegidos y nombrados personalmente por el monarca, ante quien respondían directamente y sus colaboradores eran los criados particulares de la persona elegida que les pagaba de su propio erario.
- d) Las funciones del diplomático no se limitaban a la negociación e información a su soberano. Con frecuencia intervenían en la vida política interior de los Estados ante los que se encontraba acreditado, apoyando a los grupos o facciones cuyos intereses coincidieran más estrechamente con los móviles políticos y económicos de sus monarcas. Desde esta perspectiva, el agente diplomático también era un agente político de su país, ámbito en el que gozaron de una apreciable autonomía funcional.
- e) De forma consuetudinaria, se comenzó a desarrollar una jerarquía diplomática y a se empezaron a imponer unas normas protocolarias (*comitas gentium*) o de cortesía internacional cuya importancia creciente tiene vigencia hoy en día.

En 1815, al finalizar el Congreso de Viena que logró garantizar la paz en Europa, se creó un reglamento sobre la práctica de actividades diplomáticas entre los países. De esta manera se perfiló una carrera diplomática como parte de la administración civil del Estado. Estas normas regulaban temas como la jerarquía y precedencia de las distintas categorías de agentes diplomáticos (ministros plenipotenciarios, secretarios de embajada, etc.), así como los

privilegios e inmunidades de la sede y sus agentes diplomáticos, también los requisitos y el procedimiento de acreditación, envío y retirada del personal diplomático, entre otros.

En este periodo la diplomacia adquirió un carácter secreto propiciado por el acceso restringido a los asuntos exteriores, el acceso se reservaba a un pequeño grupo de personas integrado por los miembros del gobierno, altos funcionarios de la administración estatal y miembros de las cámaras legislativas. A partir de la primera guerra mundial la diplomacia dio un giro que le hizo entrar en decadencia; su papel y figura se recuperó y sigue vigente en nuestros días, en los que se regula –en su mayor parte– bajo los preceptos de la Convención de Viena de 1961. En este periodo pasó de ser secreta a ser pública, con su “Programa de los catorce puntos” el presidente norteamericano Woodrow Wilson promovió dicho cambio.

La expansión y modernización de los medios de comunicación han hecho que el público conozca y pueda ejercer control a la política exterior de su país, baste con nombrar las protestas de las décadas de 1960 y 1970 en Estados Unidos contra el envío de tropas a la guerra de Vietnam y el caso WikiLeaks que descubrió actividades de espionaje entre naciones amigas.

Según Calduch (1993) la diplomacia en este periodo tiene otras características. Por ejemplo, la progresiva transformación, ampliación y especialización de las funciones diplomáticas, unida al sustancial aumento de Estados y otros sujetos del derecho internacional ante los que se deben desempeñar dichas tareas (incremento del número de Organizaciones Intergubernamentales) ha debilitado el protagonismo de la diplomacia permanente de tipo clásico y de sus agentes. Esto

propició la aparición de misiones diplomáticas especiales, así como nuevos diplomáticos constituidos por funcionarios técnicos o especialistas (economistas, militares, periodistas, etc.) que desempeñan importantes actividades en el seno de las delegaciones diplomáticas (agregados comerciales, militares, culturales, de prensa, etc.).

Con todo esto se concluye que la diplomacia nace con la formación de los Estados para mantener comunicación y buenas relaciones con los otros, lo que en un principio dio origen a una diplomacia temporal e itinerante que luego tornó permanente. También se evidencia que los cambios sociales y en los medios de comunicación inciden en el desarrollo de la diplomacia mundial.

Cuestionario de repaso

Estas preguntas tienen un carácter evaluativo cualitativo y se realizan con el objeto de verificar la total comprensión de la temática y el interés por profundizar en ella.

1. ¿Qué es la diplomacia y cuál es su objetivo?
2. ¿Por qué razón la diplomacia fue en un principio de carácter temporal?
3. Investiga en la historia reciente del país cuáles han sido los principales incidentes diplomáticos y la solución que se les ha dado.

Referencias

- Basave Fernández del Valle, A. (1985). Estructura, función y fines de la diplomacia. En *Filosofía del derecho internacional: iusfilosofía y politosofía de la sociedad mundial*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Calduch, R. (1993). *Dinámica de la Sociedad Internacional*. Madrid: Edit. Ceura.
- Guerrero Verdejo, S. (2011). *Derecho internacional público: diplomático y consular*. México D.F.: Publicaciones FES Aragón.
- Merle, M. (1997). *Sociología de las relaciones internacionales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Real Academia de la Lengua Española (RAE) (2018). Diplomacia. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=DpX8hAI>

Bibliografía complementaria

- Jara Roncati, E. (1989). *La función diplomática*. Chile: PNUD – Cepal. Proyecto de Cooperación con los Servicios Exteriores de América Latina. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/29597/S3272J37_es.pdf

Unidad 2. Diplomacia comercial

Prefacio

En esta unidad se muestra la importancia cada vez mayor de la diplomacia comercial en el siglo de la competitividad y la globalización, así como la marca país, no solo como concepto de mercadeo, sino como herramienta de diplomacia comercial.

Diplomacia clásica y diplomacia comercial

Si bien ya se definió en la unidad anterior qué es la diplomacia, cabe anotar que desde finales del siglo XX se trasciende el estricto campo político. La dinámica social y comercial de un mundo en el que cada vez es mayor y más rápida la interacción entre los pueblos, la incidencia de las multinacionales y el rápido avance de las tecnologías de la información y de la comunicación –que conllevan vivir en tiempo real los hechos acaecidos en lugares distantes– de la diplomacia clásica, impulsaron lo que hoy se conoce como diplomacia comercial o de empresa y diplomacia pública.

Aunque en esta nota de clase no se profundiza en la diplomacia pública, María Claver Ruíz la explica en la introducción del texto “La Diplomacia pública como reto de la política exterior” de la siguiente manera:

La Diplomacia Pública, a pesar de ser un término reciente en el lenguaje de las relaciones internacionales, refleja algo que siempre ha estado presente en la interacción de los diferentes actores internacionales. La capacidad de comunicar, de tejer

alianzas para, en un último término, conseguir una mayor influencia en la escena global. (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, 2014, p. 7)

La diplomacia comercial a la que se refiere este texto se relaciona de forma directa con la diplomacia pública porque el Estado es el principal promotor del sector empresarial de un país. Fanjul (2013) la define como “La política de internacionalización de la economía y la empresa que se ejecuta a través de las representaciones diplomáticas de un país”. Al respecto, dice además que se le debe entender como un canal para la ejecución de políticas de internacionalización, tanto de la economía como de las empresas.

La diplomacia comercial se desarrolla en cuatro grandes ramas:

- Promoción comercial y marketing
- Apoyo político a la actividad internacional de las empresas
- Provisión de servicios de apoyo a esta actividad
- Participación en el marco institucional del comercio internacional

A nivel corporativo (privado) el principal enfoque es el de *marketing*, con el objeto de promover la marca de la empresa; en este caso sus principales audiencias son las autoridades y los grupos de interés en los países a los que pretende llegar. El Estado es el principal actor en los otros tres aspectos a partir de la política comercial y la política de internacionalización. En el presente siglo, estas se enfocan en generar competitividad para el sector empresarial a partir del desarrollo de la infraestructura necesaria (vías, comunicaciones, apoyo a la educación superior, etc.) y programas que incentiven el interés por el crecimiento, la calidad y la competitividad en el sector privado.

En Colombia particularmente, existen –entre otros–, en el primer caso, el Plan de Vías para la Prosperidad y en el segundo, el Sistema Nacional de Competitividad e Innovación.

Retomando el tema diplomático, es preciso anotar que, tal como lo indica Fanjul (2013):

La diplomacia comercial es la política de internacionalización que se instrumenta a través de las representaciones diplomáticas en el exterior, es decir, las embajadas. Los diplomáticos comerciales son aquella parte del cuerpo diplomático de un país que se ocupa de la gestión de las políticas de internacionalización en las embajadas; suelen tener el título de consejero o agregado comercial, y se encuentran al frente de una unidad de la embajada dedicada específicamente a los temas comerciales y económicos. (Fanjul, 2013)

Es tal la importancia de la diplomacia comercial en nuestros días que el artículo 14 del Convenio de Viena establece la división de los jefes de misión. En primer lugar, se encuentra el embajador o el nuncio acreditado ante los jefes de Estado, en segundo lugar, están los enviados, ministros o internuncios; y, en tercer lugar, los encargados de negocios acreditados ante el jefe de la Cartera de Relaciones Exteriores respectiva. En ausencia del embajador, el encargado de negocios es quien toma la representación de la misión.

Este tipo de diplomacia se da tanto en el aspecto político –mediante contactos gubernamentales y empresariales a través de ruedas de negocios, invitaciones oficiales a empresarios extranjeros–, como en el aspecto operativo en programas de inversión extranjera y promoción de exportaciones.

Un elemento importante en el desarrollo de la política comercial de un país es la unión de fuerzas y esfuerzos entre las entidades gubernamentales, la empresa privada y las empresas de *lobby* o cabildeo. Estas últimas sirven de enlace y medio de comunicación entre los objetivos de expansión comercial de la industria nacional y las normativas de las autoridades, así como de las exigencias del mercado internacional. De allí que en los últimos años se haya incorporado el *lobby* dentro de las estrategias corporativas y públicas de expansión comercial y económica internacional, en el marco de la diplomacia comercial.

Gracias al *lobby* ha sido posible profundizar en las relaciones necesarias con las autoridades nacionales y regionales y con los clientes y proveedores de aquellos países en los que han querido crecer, y que ejercen la máxima influencia sobre sus mercados locales y nacionales.

No se puede desconocer tampoco que la atracción de inversiones extranjeras es vital para el crecimiento de naciones en vía de desarrollo y para reforzar el crecimiento de las naciones desarrolladas. Por lo anterior, parte de la diplomacia comercial se enfoca en atraer inversionistas extranjeros a través de programas especiales que trabajan los ministerios o secretarías de relaciones exteriores y comercio exterior de manera conjunta en cualquier país del mundo.

En la mayoría de los países en el mundo la diplomacia comercial tiene especial interés en el desarrollo de mercados para el sector agrícola, asimismo busca lograr acuerdos regionales o bilaterales que apunten a la ampliación de mercados para su producción agrícola y pecuaria. Pero sea cual sea el sector productivo que un gobierno tenga

interés en fomentar, el logro de dichos objetivos toca de manera transversal el tema verde. Los negocios ecológicos han estado utilizando diferentes estrategias para capturar segmentos del mercado de productos eco amigables y allí la diplomacia comercial juega un papel vital, sobre todo en Europa donde se promueve y realizan campañas, trabajan permanentemente en pos del cuidado del ambiente.

Por último, se ha de destacar una de las herramientas más importantes de la diplomacia comercial: las agencias de promoción, en Colombia está ProColombia, sus actividades han de llevar un sello distintivo, esto se conoce como marca país.

Marca país

En el mundo globalizado en el que se desarrolla el siglo XXI, se da un mejor posicionamiento a los productos y a los servicios que tienen un respaldo sólido en el mercado de una marca que los diferencia y que sea sinónimo de calidad, los países no escapan a dicha lógica, estos se deben diferenciar igualmente a través de una imagen e identidad que los posicionen internacionalmente, por lo que han recurrido a una estrategia de *marketing* valiosa: marca país.

La marca país busca, como parte de la política de Estado, difundir nacional e internacionalmente los factores diferenciales del país a partir de cuatro escenarios comunicacionales: turismo, cultura, inversiones y comercio internacional. Es una herramienta de mercadeo utilizada por países alrededor del mundo para destacar en los mercados internacionales.

La marca país tiene dos ejes fundamentales, el primero es el posicionamiento del país mediante la exposición de sus atributos característicos, el segundo es la competitividad, esta, por lo general, busca resaltar los aspectos positivos del país. En Wikipedia se define de la siguiente manera:

El valor intangible de la reputación e imagen de marca de un país, a través de múltiples aspectos, tales como sus productos, [...] el turismo, la cultura, los deportes, las empresas y los organismos públicos [...] que determinan los valores que se asocian a ese país. (Wikipedia, 2019)

Según la firma consultora Futurebrand, toda marca país debe tener cinco elementos fundamentales: sistema de valores, calidad de vida, aptitud para negocios, patrimonio y cultura, y por último turismo. Esta empresa publicó recientemente el ranking de marcas país de Latinoamérica, tal como se muestra en la figura 1.



Figura 1. Ranking de marcas país en Latinoamérica

Fuente: Futurebrand

Lina Echeverri Cañas, fundadora y directora del observatorio de marca país destaca que:

El término marca país o country Brand nace de la necesidad de los sectores empresariales y los gobiernos por generar una identidad propia frente a los mercados internacionales. La estrategia de posicionamiento de un país en particular se enmarca en el objetivo de capitalizar el origen de los productos, las empresas y las personas en los mercados globales. (Echeverri, 2009)

En la actualidad varios países han implementado esta estrategia para mostrar su mejor faceta, se proyecta así en los mercados

mundiales con una imagen moderna que utiliza el distintivo tradicional que poseen, pero con una identidad amigable y actualizada al correr de los tiempos.

A nivel mundial el más conocido *ranking* de marcas país es el Anholt-GfK Nation Brand Index, que para 2016 señalaron que seguía liderando Estados Unidos y el Reino Unido, Canadá pasó al cuarto lugar y superó a Francia. La medición se hizo entre cincuenta países alrededor del mundo.

En este *ranking*, según lo muestra la figura 2, se miden seis dimensiones: gobierno, exportaciones, turismo, inversión y migración, cultura y tradiciones, y, por último, calidad humana.

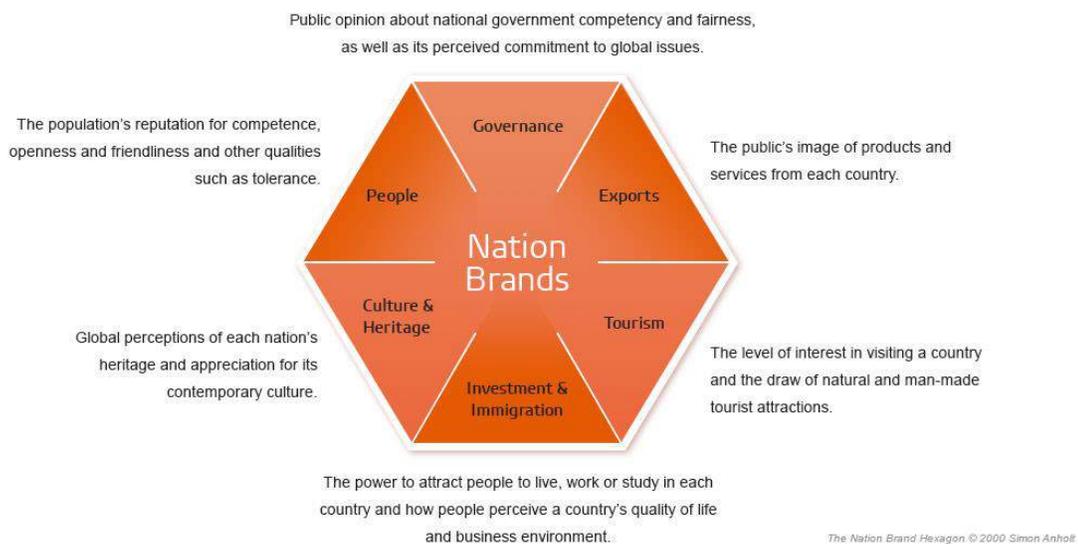


Figura 2. Dimensiones en el *ranking* mundial de marca país

Fuente: Anholt-GfK

La creación de una marca país debe seguir un proceso que involucra al gobierno, sector educativo, medios y artistas, supone consultar a los líderes de opinión sobre la percepción del país a nivel

interno y externo para luego establecer una idea clara sobre lo que debe ser la marca y el posicionamiento que se busca con ella. Esta fórmula ha sido la clave del éxito de las naciones que se encuentran en los primeros lugares del índice, los grandes líderes de estos procesos son sus dirigentes.

En resumen, queda claro que más allá de una estrategia publicitaria, la marca país es una herramienta de la diplomacia comercial generada en una política comercial de Estado que requiere del apoyo decidido del sector privado para hacerla efectiva y que se logre el fin último: posicionamiento y competitividad de las empresas y de la nación.

Questionario de repaso

Estas preguntas tienen un carácter evaluativo cualitativo, se realizan con el objeto de verificar la total comprensión de la temática y el interés por profundizar en ella.

1. ¿Cuál es la diferencia entre la diplomacia tradicional y la diplomacia comercial?
2. ¿Qué objetivos tiene un país cuando establece una marca país?
3. ¿Qué es marca país?
4. ¿Quiénes se deben involucrar en el diseño de la marca país?
5. Investiga en la historia reciente del país cuáles han sido las "marca país" desarrolladas y el porqué del cambio.
6. ¿Sabes cuál es la agencia de promoción del país y cuál es su relación con la marca país?

Referencias

Calduch, R. (1993). *Dinámica de la Sociedad Internacional*. Madrid: Editorial Ceura.

Echeverri Cañas, L. M. (2009). La marca país: el reflejo de la identidad cultural y empresarial de una nación. En *Conferencia Ascolfa*, Colombia. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/306602743_La_marca_pais_el_reflejo_de_la_identidad_cultural_y_empresarial_de_una_nacion

España, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (2014). *La diplomacia pública como reto de la política exterior*. Madrid: Gobierno de España – Escuela Diplomática España – Real Instituto Elcano. Recuperado de http://misionrdoea.com/wp-content/uploads/2017/04/2015_ABRIL_FOLLETO-SEMINARIO-DIPLOMACIA-PUBLICA.pdf?189db0

Fanjul, E. (2013). La diplomacia comercial y la internacionalización de la economía y la empresa. *Real Instituto Elcano*. Recuperado de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/economia+internacional/ari11-2013-fanjul-diplomacia-comercial-internacionalizacion-empresa-economia

Wikipedia (2019). Marca país. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_pa%C3%ADs

Bibliografía complementaria

Jara Roncati, E. (1989). La función diplomática. PNUD – Cepal. Proyecto de Cooperación con los Servicios Exteriores de América Latina. Chile.

Merle, M. (1997). *Sociología de las relaciones internacionales*. Madrid: Alianza Editorial.

Unidad 3. Protocolo

En el siglo XXI a pesar de la automatización y los encuentros virtuales a través de tecnologías de información y comunicación, persiste el protocolo como una forma de dar orden y armonía a las actividades sociales. En el campo de la diplomacia el protocolo está regulado en cada país por la respectiva cancillería o ministerio de relaciones exteriores, atiende el uso, las costumbres y la etiqueta propiamente dicha. La Real Academia Española de la Lengua lo define como el “conjunto de reglas establecidas por norma o por costumbre para ceremonias y actos oficiales o solemnes” (RAE, 2018b).

Etimológicamente proviene del vocablo latino *protocollum*, este deriva de la palabra griega “*protokollon*”, que es fruto de la suma de dos elementos diferenciados: “*protos*”, que puede traducirse como “primero”, y “*kollea*”, que es sinónimo de “pegamento” o “cola” (Definición.com, 2017).

En Colombia el protocolo diplomático se rige por el *Manual del protocolo* de la Cancillería (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2018) del cual se sintetizan los apartes principales.

Ceremonial diplomático

Llegada del jefe de misión diplomática

La llegada al país del jefe de misión diplomática designado debe ser informada a la Dirección de Protocolo del Ministerio de Relaciones

Exteriores, por medio de nota verbal en la que se indica el día, número de vuelo, hora de llegada y personas que vendrán como acompañantes.

Funcionarios de la Dirección de Protocolo han de recibir al representante diplomático al este llegar al Palacio de San Carlos. Momentos antes de la audiencia con el canciller, el director del Protocolo, por su parte, le da el saludo de bienvenida correspondiente y le explica la ceremonia, tanto de presentación de las copias de estilo al ministro como de las cartas credenciales al presidente de la República. A continuación, lo acompaña hasta el Salón Protocolario en el cual lo recibe el ministro. Se sigue el mismo procedimiento, en lo que corresponda, en el caso de la visita del encargado de negocios con cartas de gabinete.

Presentación de copias de estilo de las cartas credenciales al ministro de Relaciones Exteriores

La Dirección de Protocolo, tan pronto como recibe la solicitud correspondiente, acuerda con el Despacho del Ministro de Relaciones Exteriores la fecha para que el nuevo representante diplomático haga presentación de las copias de estilo y las cartas credenciales que lo acreditan como embajador extraordinario y plenipotenciario ante la República de Colombia. Esta fecha se le comunica a la misión respectiva.

Presentación de las cartas credenciales

La Dirección del Protocolo coordina los aspectos necesarios con la Presidencia de la República e informa de manera oportuna a la

respectiva misión, la fecha y hora en que el presidente, en ceremonia especial, recibirá al nuevo embajador ante la República de Colombia.

En la fecha fijada para dicha ceremonia, un funcionario con rango diplomático de la Dirección del Protocolo, acompañado de un edecán de la Presidencia de la República, se desplaza hacia la sede de la Embajada, la residencia del embajador o el lugar previamente acordado, para acompañarlo en un vehículo designado especialmente para dicho evento, hasta la Casa de Nariño.

Fiesta nacional (20 de julio)

Con motivo de la Fiesta Nacional de Colombia, que se celebra el 20 de julio anualmente, el director del Protocolo invita, en nombre del presidente de la República, a cada jefe de misión para que asista acompañado de su cónyuge a un solemne "*Te Deum*" en la Catedral Primada de Colombia. En la Nota Diplomática se indica la hora de la ceremonia y se hacen también algunas recomendaciones para el ingreso y estacionamiento de los vehículos.

En la Catedral Primada los representantes de gobiernos extranjeros y de organismos internacionales, son ubicados de acuerdo con su precedencia. Una vez finalice la ceremonia en la Catedral Primada y si fuere el caso, el Ministerio de Defensa Nacional se encarga de la organización del desfile militar, se destina una tarima especial para el Honorable Cuerpo Diplomático. Concluido este último acto, los jefes de misión y sus cónyuges son conducidos por funcionarios del Protocolo hacia el lugar de estacionamiento de los vehículos diplomáticos.

Visas de Estado

La Dirección del Protocolo del Ministerio de Relaciones Exteriores tiene la competencia para autorizar y expedir las visas preferenciales en las categorías “diplomática”, “oficial” y “de servicio”, de conformidad con lo establecido en el Decreto 2107 de 2001 (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2001), o en las disposiciones que lo modifiquen o reemplacen.

Sin perjuicio de lo establecido en los acuerdos celebrados en materia de exención de visado, las visas de los miembros del personal de las representaciones diplomáticas, consulares y de organismos internacionales se expiden de manera provisional en el exterior, con una vigencia máxima de 90 días, por el jefe de una misión diplomática u oficina consular de Colombia, previa solicitud formulada por el respectivo Ministerio de Relaciones Exteriores, organismo internacional, misión diplomática u oficina consular, según corresponda, y con la autorización de la Dirección del Protocolo en los casos que así lo disponga el estatuto vigente.

Si la Dirección del Protocolo lo considera debidamente justificado, podrá autorizar al jefe de una misión diplomática u oficina consular de Colombia que expida visa preferencial “diplomática” y “oficial”, hasta por un período de dos (2) años la primera, y de un (1) año la segunda.

Una vez se notifique el nombramiento y llegada de un nuevo miembro del personal, la misión respectiva debe solicitar mediante nota verbal dirigida a la Dirección del Protocolo dentro de los ocho (8) días siguientes al ingreso al país, la expedición de la visa definitiva correspondiente, la cual debe tener anexos una foto de frente, tamaño 3 x 4 cm y fondo azul, y el pasaporte en buen estado, con una vigencia

no menor a seis (6) meses. Toda solicitud de visa preferencial debidamente diligenciada ante la Dirección del Protocolo se tramita a los 8 días hábiles siguientes a su radicación en la Cancillería.

Dado que las visas se conceden por un período determinado para cada categoría como se indica más adelante, las misiones deben tener estar atentas a la renovación oportuna durante la permanencia del beneficiario en el país. La posesión de un carné de identidad cuya vigencia sobrepase la fecha de expiración de la visa no exime de la anterior obligación.

Ofrenda floral

Esta ceremonia, que se acostumbra para conmemorar los aniversarios de las fiestas nacionales de los países con representación en Colombia, debe ser anunciada con la suficiente antelación a la Dirección del Protocolo, dependencia que se encarga de coordinar los actos correspondientes y se pone en contacto con el Batallón Guardia Presidencial para la disposición de la calle de honor y la banda militar de músicos en el lugar de la ofrenda.

La ofrenda se coloca en un primer momento frente al monumento al Libertador en la Quinta de Bolívar, luego frente al monumento al respectivo prócer. Una vez culminado el acto solemne, el jefe de misión procede a firmar el libro de visitantes ilustres.

En visitas oficiales de jefes de Estado o de Gobierno, se realiza un acto solemne en la Plaza de Bolívar ante el monumento al Libertador, el cual coordina el director del Protocolo y en el que participan, además del Jefe de Estado visitante, los ministros de Relaciones Exteriores de

los dos países. Con ocasión de visitas oficiales de ministros de Relaciones Exteriores, la ceremonia de ofrenda floral se lleva a cabo en la Casa Museo "Quinta de Bolívar" y si es del caso, ante el monumento del prócer del país visitante, con la coordinación del director del Protocolo y el jefe de la misión diplomática respectiva.

Precedencia

La Real Academia Española de la Lengua define la precedencia de la siguiente manera:

Del latino *praecedentia*.

1. f. Anterioridad, prioridad de tiempo.
2. f. Anteposición, antelación en el orden.
3. f. Preeminencia o preferencia en el lugar y asiento y en algunos actos honoríficos.
4. f. Primacía, superioridad. (RAE, 2018a)

La precedencia se puede definir como el orden jerárquico entre iguales necesario para que un acto público oficial, social, religioso, deportivo o corporativo se desarrolle con cortesía y cordialidad.

La precedencia puede ser:

- **Lineal.** Varias personas se encuentran en la misma línea, una detrás de otra. Si su número es impar, el lugar de honor se ubica en el centro, y si es par, en el penúltimo.
- **Lateral.** Se presenta cuando varias personas se encuentran en la misma línea, una al lado de otra, ya sea de pie o caminando. El

lugar preferente es la extrema derecha si son en número par y el central si son en número impar.

- **Alternado.** En los casos de grupos de personas que ocupan mesas, estrados o presidios, la precedencia se fija de acuerdo con un sistema convencional que establece colocaciones equitativas, llamadas *alternat*. Partiendo de la figura central, la precedencia mayor es el lado derecho, después el lado izquierdo y así sucesivamente.
- **Alfabético.** Se utiliza para la ubicación de los representantes del gobierno de un Estado y sus símbolos nacionales en actos solemnes o en foros internacionales. La precedencia se establece considerando el orden alfabético del nombre del Estado, en el idioma oficial del país anfitrión. En el caso de organismos internacionales, la precedencia se fija por lo dispuesto en su carta constitutiva o, en su defecto, por los acuerdos que se hayan establecido previamente entre las partes involucradas.

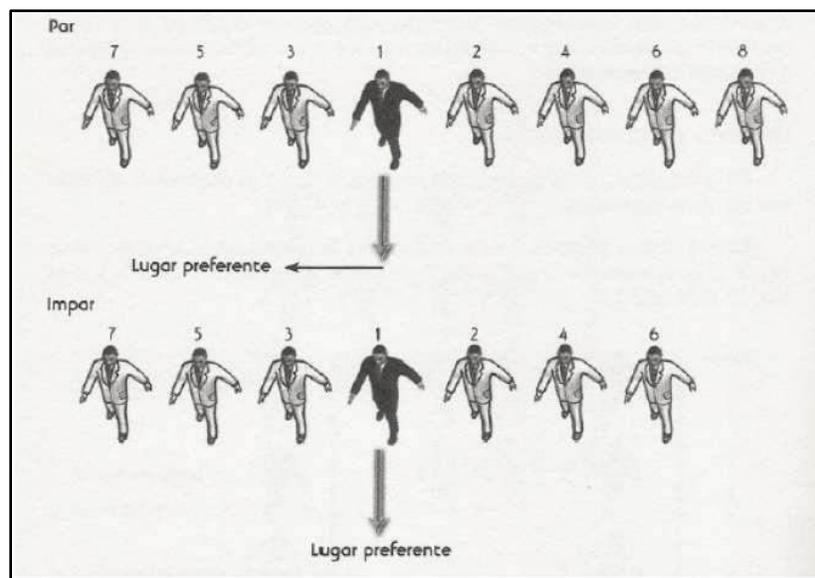


Figura 3. Precedencia lateral

Fuente: tomado de protocolo.org (s.f)

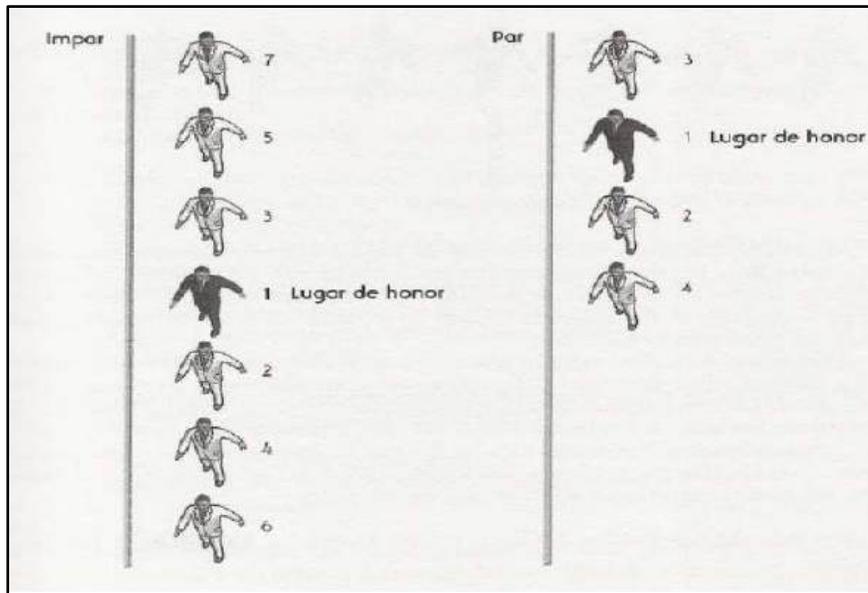


Figura 4. Precedencia lineal

Fuente: tomado de protocolo.org (s.f)

Orden de precedencia del cuerpo diplomático acreditado en Colombia

Según lo indica la Cancillería colombiana, la precedencia diplomática sigue el siguiente orden: En Colombia la decanatura del Honorable Cuerpo Diplomático corresponde al Nuncio Apostólico de Su Santidad. Para los demás embajadores la precedencia se fija de acuerdo con la fecha y hora de presentación de las cartas credenciales al presidente de la República. A su vez, el orden de presentación de las cartas lo determinan la fecha y hora de llegada al país.

La precedencia de los encargados de negocios depende de la fecha en que hayan sido acreditados mediante nota diplomática dirigida al ministro de Relaciones Exteriores de Colombia, seguidos por los representantes de organismos internacionales.

Precedencia vehicular

En los vehículos, el puesto de atrás al lado derecho es el más importante, el segundo en importancia es el del lado izquierdo.

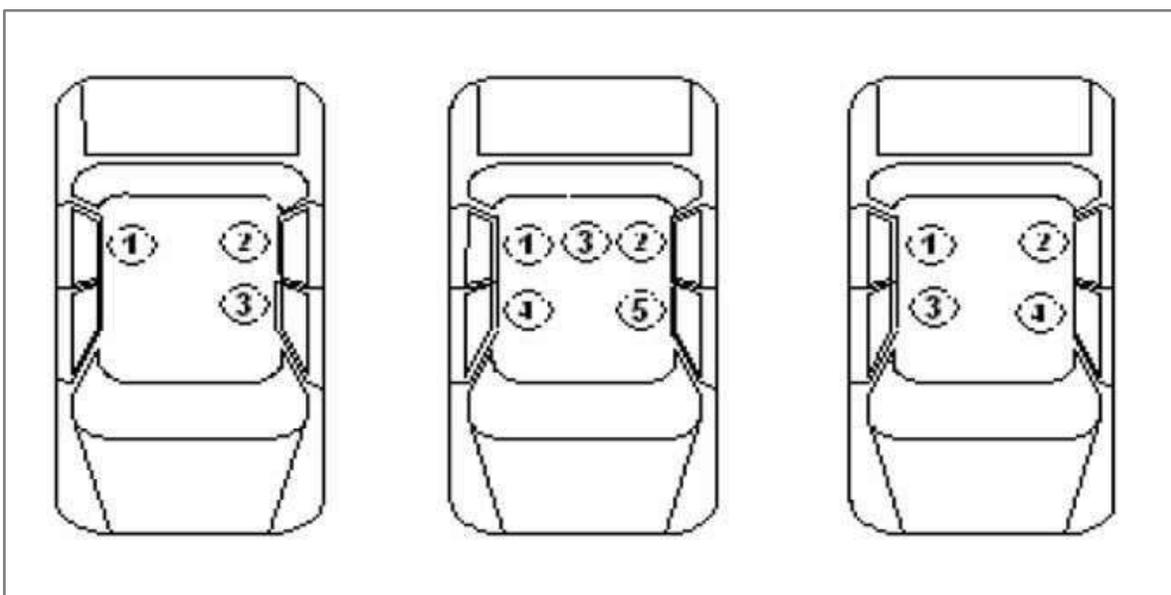


Figura 5. Precedencia vehicular

Fuente: tomado de protocolo.org (s.f)

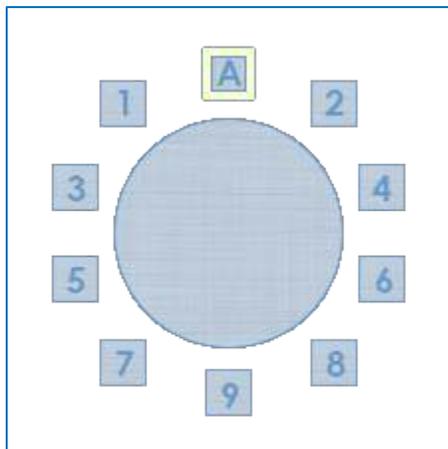
En todos los vehículos sube primero la persona de mayor categoría, los demás siguen en orden de jerarquía y ocupan el puesto que les corresponde y la comodidad para su ocupación. Para descender se procede a la inversa: primero sale del vehículo la persona de más bajo rango y, por último, la máxima autoridad. En lancha, buque o aeronave, la persona de mayor categoría se embarca en último lugar y la abandona de primeras. En ascensores, la persona de mayor categoría entra y sale primero. Las precedencias pueden ser alteradas por motivos de seguridad para acomodar escoltas.

Precedencia en la mesa

La precedencia en la mesa se rige habitualmente por dos tipos de protocolo: el francés y el inglés. En el francés los anfitriones se sitúan en el centro de los laterales de la mesa y en el inglés se colocan en las cabeceras, de tal forma que, si los anfitriones son un matrimonio, están sentados uno al frente del otro.

Precedencia en las mesas redondas

En una mesa redonda hay una sola cabecera que es donde se sienta el anfitrión. Se coloca al invitado más importante a su derecha y se sigue el esquema ya establecido de derecha e izquierda.



* Amarillo: cabeceras de mesa

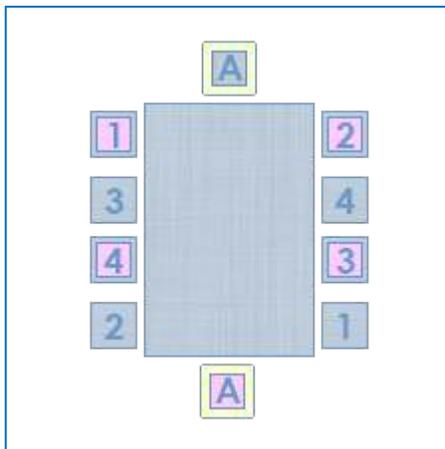
A: anfitrión/anfitriona

Los números indican el orden de precedencia, el n.º 1 es el invitado de mayor rango o importancia y así sucesivamente.

Figura 6. Precedencia en mesas redondas

Fuente: DiploMagic.com

En una mesa rectangular las cabeceras pueden fijarse una en cada punta de la mesa o una en el centro de cada largo de esta.



* Gris: señores

Rosa: señoras

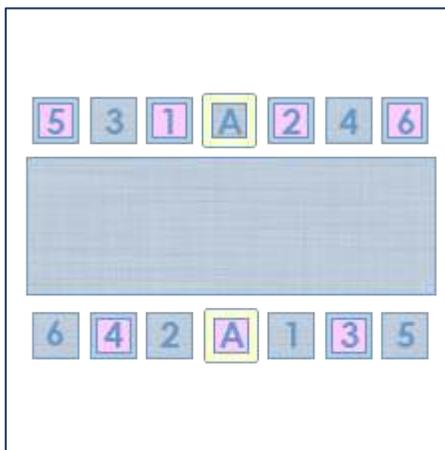
Amarillo: cabeceras de mesa

A: anfitrión/anfitriona

Los números indican el orden de precedencia, el n.º 1 es el invitado de mayor rango o importancia y así sucesivamente.

Figura 7. Precedencia en mesas rectangulares

Fuente: Anholt-GFK



* Gris: señores

Rosa: señoras

Amarillo: cabeceras de mesa

A: anfitrión/anfitriona

Los números indican el orden de precedencia, el n.º 1 es el invitado de mayor rango o importancia y así sucesivamente.

Figura 8. Precedencia en mesa rectangular con precedencia en los largos de la mesa

Fuente: DiploMagic.com

Questionario de repaso

1. ¿Cuál es la razón de ser del protocolo en el siglo XXI?
2. ¿Cuál es la diferencia entre protocolo y precedencia?
3. Investiga sobre el protocolo en países monárquicos.

Referencias

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2001, octubre 8). Decreto 2107 de 2001. Por el cual se dictan disposiciones sobre la expedición de visas, control y regularización de extranjeros y se dictan otras disposiciones en materia de inmigración. *Diario Oficial* N° 44.576. Recuperado de https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/decreto_2107_2001.htm

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2018, mayo 24). *Manual del protocolo*. Colombia: Cancillería de Colombia. Recuperado de https://sigc.cancilleria.gov.co/archivos/DP-MA-02/DP-MA-02%20Manual_de_Protocolo_V32018-05-25.pdf

Real Academia de la Lengua Española (RAE). (2018a). *Precedencia*. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=TurxTmz>

Real Academia de la Lengua Española (RAE). (2018b). *Protocolo*. *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=USpE7gq>

Bibliografía complementaria

Chavez, T., y Pérez, M. (2008). Definición y elementos centrales. En *Ficción y realidad de las relaciones internacionales de organizaciones estudiantiles de la Universidad de las Américas, Puebla: Consejo estudiantil de la Universidad de las Américas, Puebla (Ceudla) versus el modelo Latinoamericano de Naciones Unidas (Lamun)* (Tesis licenciatura en Relaciones Exteriores). Universidad de las

Américas, Puebla, México. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/chavez_gte/.

Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Escuela Diplomática y Real Instituto Elcano. (2015). *La diplomacia pública como reto de la política exterior*. Madrid: Escuela Diplomática de Madrid. Recuperado de http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Multimedia/Publicaciones/Documents/2015_ABRIL_FOLLETO%20SEMINARIO%20DIPLOMACIA%20PUBLICA.pdf

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s.f). *Diplomacia pública*. Recuperado de <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/Diplomaciapublica.aspx>

Quintero, J. (2015, septiembre 8). Marca país como concepto de desarrollo. *Diario El Nacional*. Recuperado de http://www.el-nacional.com/noticias/historico/marca-pais-como-concepto-desarrollo_47511

