



# ORGANIZACIONES INTERNACIONALES: COMUNICAR LA UTILIDAD

## International organisations: communicating their usefulness

**José Luis Izaguirre**

Consultor en Comunicación Política y Estratégica

E-mail: [jlr.izaguirre@gmail.com](mailto:jlr.izaguirre@gmail.com)

 [@jl\\_izaguirre92](https://twitter.com/jl_izaguirre92)



Autor



Resumen

En un momento en el que la credibilidad y el apoyo ciudadano a las organizaciones internacionales se resiente, es necesario que estas inviertan sus esfuerzos en comunicar la importancia que tienen en la vida de los ciudadanos y los logros que sus acciones representan a nivel nacional e internacional. Ejemplos de este desapego ciudadano son el auge o incluso la victoria de partidos y candidaturas que ponen en tela de juicio la utilidad y el sentido de organizaciones como la ONU o la Unión Europea. Trump, el *brexít* o el hecho de que Marine Le Pen pasara a la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en Francia evidencian un entorno hostil para el multilateralismo.

La comunicación ha de constituir un elemento clave para lograr el objetivo de mostrar la utilidad y la necesidad de las organizaciones internacionales. Se analizarán, por tanto, las estrategias comunicativas actuales tanto de la ONU como de la UE para señalar aspectos positivos y aspectos mejorables de dichas estrategias.

El objetivo de este estudio es profundizar en la visión constructivista de las organizaciones internacionales, donde la gestión de los intangibles resulta clave para cambiar normas al servicio del bien común. Para ello, resulta imprescindible acudir al poder blando, que tiene como una de las herramientas fundamentales la comunicación. Hoy en día hay mecanismos que posibilitan la interacción directa con los ciudadanos, por lo que una buena inversión en este sentido puede generar resultados muy positivos que devuelvan la credibilidad a las instituciones internacionales.

Organizaciones internacionales; comunicación; redes sociales; constructivismo; ONU; Unión Europea.

*International organisations; communication; social media; constructivism; UN; European Union.*



Key words

Recibido: 23-10-2017. Aceptado: 08-07-2018.



Fechas

*In a moment where credibility and citizen support towards international organisations are suffering, it is necessary that these organisations make efforts in communicating the importance they have in the lives of the citizens as well as the achievements their actions represent in both the national and international levels. Some examples of the citizen disaffection are the rise or even the victory of parties and candidacies that challenge the benefits and the importance of organisations like the UN or the European Union. Trump, the Brexit or the fact that Marine Le Pen made it to the second round of the French presidential elections, make it clear that there is a hostile environment for multilateralism.*

*Communication must represent a key element for achieving the objective of showing the benefits and usefulness of international organisations. Therefore, we will analyse the current communication strategies of the UN and the EU in order to highlight the positive and improvable aspects of such strategies.*

*The objective of this study is to focus on the constructivist approach of international organisations, where the management of intangible assets is key in order to change norms at the service of the common good. For that, it is vital to use soft power, which has communication as a key tool. Today, there are mechanisms that enable the direct interaction with the citizens, so a good investment in this sense can generate very positive results that return credibility to international institutions.*



Las organizaciones internacionales surgidas como foros multilaterales que pretenden dar respuestas globales a amenazas o retos en beneficio del bien común, sufren hoy en día (y desde hace años) una gran falta de respaldo y sentimiento de identificación por parte del ciudadano medio. Como ejemplo, en una reciente encuesta publicada por Gallup (2017), solo el 38% de la población estadounidense consideraba que Naciones Unidas estaba desempeñando una labor competente en las problemáticas a las que hace frente. Resulta llamativo el dato en la población estadounidense, ya que EE. UU. es uno de los países que más aporta a la organización y uno de los cinco miembros permanentes del Consejo de Seguridad (Congreso de Estados Unidos, 2016), por lo que la relevancia del país en la ONU es elevada. A nivel europeo, también se puede apreciar una falta de apego a las instituciones al analizar el respaldo popular a la Unión Europea. Este hecho queda reflejado sobre todo al analizarse los datos de participación conjuntos en las elecciones al Parlamento Europeo que se realizan cada cinco años. Resulta evidente plantear esta cuestión cuando se registran datos de participación por debajo del 50% al menos desde el año 2004, datos más bajos que en cualquier otro proceso de elecciones generales en los diferentes Estados miembros (Gallego, 2014).

Ligado a la reducida participación en las elecciones europeas, cabe destacar que, generalmente, los ciudadanos eligen la abstención ante unos comicios debido a varios factores, entre los que se encuentra la falta de apego a la institución o el proceso político concreto, la decisión de no legitimarlo o el no reconocimiento de la importancia que tiene para su día a día (Vilajosana, 1999). Precisamente estos puntos son especialmente relevantes para el asunto que va a tratarse en este artículo: ¿son las organizaciones internacionales importantes para el ciudadano? ¿Cómo pueden las instituciones recuperar la atención de la población?

En las siguientes páginas se pretende explicar el sentido real de las organizaciones internacionales desde un punto de vista constructivista, donde las normas internacionales asumen el papel de mediadores intangibles entre Estados para cambiar comportamientos, con el objetivo de alcanzar logros en beneficio del conjunto de la comunidad internacional (Wendt, 1992). Por

otro lado, se planteará la necesidad de invertir en comunicación en el marco de las instituciones internacionales para, por un lado, insistir en su importancia mediante la pedagogía, y por otro, recuperar la identificación del ciudadano con respecto a estos organismos. Se harán breves comentarios sobre la situación actual de la comunicación tanto en la Organización de Naciones Unidas como en la Unión Europea para analizar los logros, las debilidades y las necesidades que se observan, para posteriormente proponer medidas y herramientas para una mejora de la comunicación institucional en el seno de las organizaciones internacionales.

En primer lugar, conviene también considerar las diferencias entre comunicación política y comunicación institucional, así como las oportunidades que la comunicación y las nuevas tecnologías pueden aportar al avance de la comunicación en las organizaciones internacionales.

Cuando se aborda la comunicación institucional desde un punto de vista analítico, se tiende a pensar en los gobiernos centrales, los ayuntamientos, etc., y no se toman las organizaciones internacionales tan en consideración para los análisis como sería interesante hacer (Canel, 2010; Escalona, 2015). Antes de comentar aspectos más detallados, resulta conveniente definir en qué consiste la comunicación institucional y en qué se diferencia de la comunicación política. Esta diferencia puede ser más evidente en el caso de la ONU, puesto que no es una organización donde se elijan a los líderes en unas urnas, sino que tiene un carácter más cooperativo que político. Sin embargo, al hablar de la Unión Europea, puede haber cierta confusión en estos dos conceptos. A grandes rasgos, la comunicación política se refiere al conjunto de actividades comunicativas que se relacionan directamente con los partidos políticos y los miembros que forman parte de ellos (campañas electorales, mítines, mensajes políticos, etc.), mientras que la comunicación en instituciones públicas ocurre cuando se producen actividades comunicativas en el ámbito de la actividad cotidiana de las instituciones (Escalona, 2015). La confusión entre ambas viene dada por un claro solapamiento, dado que los líderes de partidos políticos o cabezas de lista de los mismos, hay momentos en los que emplean la comunicación política (como representantes de sus partidos políticos) y ocasiones en las que, como líderes de la institución en concreto, coordinan la comunicación institucional (Canel, 2010).

Para el posterior debate que se plantea en este artículo, es importante subrayar que la opinión pública es más importante que nunca; es capaz de ejercer presión para transformar políticas y se exigen responsabilidades de manera continuada (Castells, 2008). Todo esto es posible gracias a los avances tecnológicos relacionados con la comunicación. Hacia el año 2005, el mundo de internet dio un vuelco con la creación de la web 2.0, las redes sociales y las webs con participación interactiva, que por primera vez permitieron que ciudadanos de diferentes partes del mundo participaran de manera directa en el debate público y en las discusiones a las que en años anteriores solo tenía acceso una élite política reducida (Castells, 2008). Este cambio de dinámica permitió el desarrollo de la “ciberciudadanía” y un aumento de la posibilidad de acercar las instituciones a la sociedad para así tener un beneficio en la legitimidad y una mejora de la imagen pública (Martin y Jagla, 2013).

## 1. Las organizaciones internacionales y su importancia

En primer lugar, conviene centrar el debate acerca de la importancia de las organizaciones internacionales y las diferentes corrientes de opinión acerca de su utilidad y su futuro para poder así valorar las necesidades y retos a los que se enfrentan. Como se ha comentado anteriormente, en este artículo se argumenta que la inversión en comunicación y en la gestión de la misma

*Cuando se aborda la comunicación institucional no se valoran las organizaciones internacionales tan en consideración para los análisis como sería interesante hacer*

desde un punto de vista pedagógico y tomando al ciudadano como principal audiencia son la clave para una mejora en la calidad de dichas instituciones y un incremento de la identificación ciudadana.

Las organizaciones internacionales constituyen las plataformas más completas para lograr la reconstrucción de las normas, reglas y rituales de la diplomacia desde una posición marcada por la cooperación y la paz (Elster, 1989; Martin, 1992).

La base fundamental de las organizaciones internacionales, especialmente las de carácter político como la ONU o la UE, son las normas internacionales (Elster, 1989; Wendt, 1992). Estas constituyen una serie de principios acordados y aceptados como los estándares internacionales de convivencia y comportamiento que rigen principalmente a los Estados. Estas normas no son de naturaleza estática, sino dinámica, donde a través del acuerdo y la diplomacia, se modifican y se añaden nuevas (Wendt, 1992).

Sin embargo, los retos que la comunidad internacional tiene por delante pasan por la democratización de los sistemas de voto (especialmente en Naciones Unidas) y por cuestionar el *statu quo* actual. ¿Es posible modificar el comportamiento de los Estados en cuestiones internacionales? A través de la diplomacia, que será la encargada de mejorar las nuevas normas internacionales, se puede llegar a lograr un aumento de la transparencia, una edificación de la confianza interestatal con el objetivo de mejorar el bien común (Martin, 1992).

Tradicionalmente, la escuela realista ha dominado el debate de la teorización de las organizaciones internacionales. Los realistas clásicos han defendido la tesis de que los Estados únicamente persiguen el interés nacional y entienden que, en el contexto de unas dinámicas mundiales peligrosas, el interés nacional es cualquier elemento que mantiene o aumenta el poder del Estado en cuestión, para asegurar la seguridad y la prosperidad (Mearsheimer, 1994). Ante estas premisas, consideran que las organizaciones internacionales como estructuras multilaterales formales están abocadas a fracasar, dado que los Estados no conciben la cooperación como un comportamiento natural y la desconfianza en los demás Estados fricciona la efectividad de estas estructuras (Martin, 1992). Como solución, proponen la hegemonía de un Estado como superpotencia que supervisa las acciones de los demás (Mearsheimer, 1994).

Sin embargo, en las siguientes líneas se explorará brevemente la posibilidad de que las reglas, normas y rituales internacionales, con la utilización de la diplomacia como principal herramienta, puedan reconstruirse hacia fórmulas más cooperativas y pacíficas.

Wendt (1992) argumenta que los Estados actúan con respecto a otros Estados basándose en el significado intersubjetivo que dichos Estados tienen para ellos, y para ordenar y regular las relaciones entre ellos, las normas y las narrativas son elementos importantes. Precisamente el hecho de otorgar importancia a las narrativas significa implícitamente que la comunicación ha de ser un instrumento principal del funcionamiento de las organizaciones internacionales. Este autor critica el argumento de algunos académicos realistas de que los organismos internacionales son un elemento innecesario en la política internacional y la negación de la posibilidad de que exista una transformación de identidades e intereses.

Los autores constructivistas, que es la perspectiva de la que parte la argumentación de este artículo, consideran que los actores internacionales (principalmente los Estados) se encuentran integrados en estructuras sociales que poseen un efecto constitutivo en ellos. Estas estructuras, a su vez, influyen en la construcción de sus visiones, identidades e intereses y, por tanto, las

*Las organizaciones internacionales constituyen las plataformas más completas para lograr la reconstrucción de las normas, reglas y rituales de la diplomacia desde una posición marcada por la cooperación y la paz*

acciones pueden estar impulsadas por lógicas distintas a la pura racionalidad instrumental (Dobbin, Simmons, y Garrett, 2007).

Uno de los ejemplos más significativos de la posibilidad de cambio de comportamiento de los Estados es la constitución de Japón. Tras el drama de la Segunda Guerra Mundial, Japón adoptó un comportamiento pacifista que fue desarrollando hasta convertirlo en un elemento vital de la identidad nacional del país. Por lo tanto, el antimilitarismo se considera una actitud nacional que va en el propio interés del país (Miyashita, 2007). En definitiva, el poder y los intereses (tanto individuales como colectivos) son particularmente relevantes al responder a la cuestión del origen de las normas, dado que estas diseñan las políticas.

En las líneas anteriores se ha subrayado la importancia de las normas en el contexto de las organizaciones políticas internacionales. Sin embargo, se ha de mencionar la importancia que tiene la opinión pública, la cultura y las alianzas en el desarrollo de las mismas. En definitiva, las normas son el resultado de nuevas y renovadas necesidades internacionales y una respuesta a los reclamos sociales con el objetivo de ejercer un poder productivo (Wendt, 1992). La confianza en la diplomacia ha de ser uno de los pilares fundamentales sobre los que se sostiene el orden internacional (Fehl, 2004), aunque el ejercicio de la diplomacia en sí no es suficiente para lograr los resultados deseados, sino que se ha de añadir una actitud de certeza de que la diplomacia es la herramienta clave y la creencia de que estos principios son posibles.

En la discusión de cómo utilizar la diplomacia de la manera en la que se acaba de exponer, surge la posibilidad del uso de la diplomacia pública. Aunque en la literatura existente normalmente se asocia el uso de la diplomacia pública a Estados y no a organizaciones internacionales, utiliza medidas que son perfectamente extrapolables a foros como la ONU o la UE. Además, está enmarcada en el concepto de poder blando, cuyo elemento principal es la política acompañada del concepto de atracción (Nye, 2004), dos principios fundamentales para la optimización de la comunicación en este tipo de instituciones. El concepto de atracción es a la vez abstracto e intangible, por lo que resulta primordial definir y diseñar los instrumentos a través de los que se va a ejercer esa atracción en la opinión pública. En este contexto, aportaciones como las de Taylor (2009) resultan relevantes, dado que habla de la comunicación estratégica (con la imagen pública como uno de los componentes clave) como el canal a través del que se puede lograr aumentar la legitimidad y la credibilidad de una institución. Para ello, es importante comprender que la pedagogía debe prevalecer a la imposición o a la comunicación unilateral. De igual modo, lo que los organismos internacionales comuniquen a la opinión pública ha de sustentarse en la realidad, no puede ser una idea modificada o una verdad distorsionada (Escalona, 2015).

## 2. Comunicación en la ONU

Si bien es cierto que las organizaciones internacionales poseen canales de información y comunicación (tanto interna como externa), todavía han de superar retos y rediseñar estrategias comunicativas para lograr el objetivo de mejorar su reputación y ganar terreno en la opinión pública. Las organizaciones internacionales están en constante contacto con organizaciones de la sociedad civil como ONG, centros de estudio o grupos de presión con el objetivo de rendir cuentas y ser transparentes de cara a la opinión pública (FMI, 2016). Sin embargo, en muchas ocasiones se confía el manejo de la información únicamente a dichas organizaciones y uno de los

*Aunque en la literatura existente normalmente se asocia el uso de la diplomacia pública a Estados y no a organizaciones internacionales, esta utiliza medidas que son perfectamente extrapolables a foros como la ONU o la UE*

objetivos de los contactos permanentes es que la imagen y percepción que tengan sirva para que el mensaje se distribuya directamente a través de ellas (Waisbord, 2007). Si bien es cierto que es una buena estrategia, ya que permite que la imagen de la O. I. mejore a través de terceros y así la credibilidad de la información aumente, se deberían dirigir más esfuerzos a hacerse cargo de la difusión de información directa desde la O. I. a través del mayor número de canales disponibles.

La Organización de Naciones Unidas cuenta con una red de centros de información que desarrollan las diferentes estrategias de comunicación y coordinan los mensajes para informar acerca de la actividad de la ONU y dar a conocer la agenda de prioridades de las diferentes agencias. Un aspecto muy positivo que tienen estos centros es la presencia en 63 países (32,6% de los Estados miembros) y contextualizan y adaptan los mensajes a las realidades concretas de los diferentes países o regiones a los que dirigen sus mensajes (Departamento de Información Pública de Naciones Unidas, 2008). Las herramientas o “productos de información” (como los denominan estos centros) de las que se sirven son principalmente el contacto con los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio y televisión), páginas web y otros servicios en línea, boletines oficiales, organización de seminarios y actividades informativas. Los destinatarios principales de esta información son los periodistas nacionales, funcionarios de los diferentes gobiernos, representantes de la sociedad civil y universidades, principalmente. Según estos centros, el objetivo último de la labor que desempeñan es llegar a los públicos locales (Departamento de Información Pública de Naciones Unidas, 2008).

Después de analizar la estrategia y métodos que emplea la ONU a través de los centros de información, servicios y oficinas (CINU) hay varios aspectos interconectados que cabría destacar con el fin de aportar argumentos a la base central de este artículo. Resulta sorprendente la falta de mención en los diferentes documentos de los centros al uso estratégico de las redes sociales. Si bien es cierto que existe una importante red de centros que mantienen un contacto directo con medios y canales que tienen una influencia sobre la opinión pública, no se ofrecen canales de comunicación directos con los públicos locales a los que se pretende acceder. Uno de los puntos más positivos se permite la web 2.0 es precisamente involucrar de manera directa a la ciudadanía y a la vez permitir a la organización (en este caso, la ONU) interactuar con la opinión pública y tener un mayor control sobre el mensaje. Al mismo tiempo, ofrece la oportunidad de tener una retroalimentación directa que se podría tomar para mejorar la calidad de la institución en sí, optimizar su imagen y avanzar hacia una mayor transparencia (Castells, 2008).

El uso principal de terceros para la comunicación institucional, así como la transmisión unidireccional de los mensajes hace que la efectividad de los mismos disminuya. A pesar de la mención a las redes sociales en algunos canales asociados a los CINU, no se desarrollan las estrategias principales que tiene la organización en redes, a pesar de que la ONU tiene cuentas en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o YouTube. Sin embargo, el uso de estas redes sociales se basa esencialmente en la difusión de información en lugar de una conversación con los públicos locales.

### 3. Comunicación en la UE

La Unión Europea es otro de los ejemplos de organizaciones internacionales donde la comunicación institucional ha de redefinirse, aunque los objetivos vayan más allá de la comunicación de información específica. Uno de los mayores fines de la Unión Europea en cuanto a comunicación debería ser aumentar considerablemente la participación en las

*La ONU cuenta con una red de centros de información que desarrollan las diferentes estrategias de comunicación y coordinan los mensajes para informar acerca de su actividad*

elecciones al Parlamento Europeo. En consecuencia, el interés por que aumente la participación debe relacionarse con el aumento de la legitimidad y la efectividad en la comunicación de la importancia de las instituciones europeas.

Uno de los resultados más relevantes de la falta de comunicación y pedagogía efectivas de la Unión Europea fue la victoria del *brexit* (la salida del Reino Unido de la UE) en el referéndum del 23 de junio de 2016. Este hecho fue una clara muestra de la ineffectividad de la organización en demostrar e informar sobre la necesidad y beneficios de su existencia como ente político europeo. Según Suraj Shah (2017), del *ASEAN Studies Center*, el *brexit* ha sido el culmen del déficit comunicativo de la UE. Como argumenta Shah, uno de los asuntos más preocupantes en este problema es la falta de transparencia y la falta de información acerca del funcionamiento interno de la UE. Estos elementos hacen que se distorsione la realidad de la gobernanza europea y que, ante medidas impopulares, los gobiernos locales se refugien bajo el paraguas de la UE como justificación, en lugar de aprovechar la oportunidad que tienen de acceder a un público local y explicar de manera pedagógica las medidas adoptadas.

En la década de 1980, la UE intentó diseñar políticas para favorecer la creación de una cultura europea común a través de la televisión, dado que el público europeo consumía televisión más de dos horas al día y era la principal fuente de información (Ruvalcaba García, 2007). A pesar de que, en aquella época, la evidencia era más favorable a la inversión en televisión y radio, la medida no logró ser lo efectiva que pretendía. No obstante, ese modelo hoy en día es caduco, puesto que los europeos, sobre todo los jóvenes, consumen más productos audiovisuales en internet que a través de cualquier otro medio.

En 2006, la Unión trató una vez más de acabar con el problema de la ineficacia comunicativa a través de la publicación del libro blanco sobre la comunicación, en el que se proponía de manera explícita cambiar de un modelo de comunicación unidireccional, donde la organización se situaba en el centro, a un modelo en el que el ciudadano era el protagonista. Además, en este y otros documentos, se instaba a mejorar el conocimiento general de los ciudadanos de los diferentes Estados miembros sobre las instituciones europeas (Comisión Europea, 2006).

En este caso, esta medida tiene unos objetivos y un punto de partida muy positivos, ya que recoge los aspectos fundamentales para que la comunicación en las instituciones europeas sea mucho más efectiva y avanza un compromiso hacia la participación ciudadana en la toma de decisiones y hacia un aumento de la transparencia. Algunas de estas medidas mencionan específicamente la inversión en herramientas tecnológicas de comunicación, el uso de medidores de opinión pública, la investigación y la humanización de la UE (Comisión Europea, 2006). Sin embargo, ejemplos como la victoria del *brexit* demuestran que todavía hay un largo camino por recorrer.

*Uno de los resultados más relevantes de la falta de comunicación y pedagogía efectivas de la Unión Europea fue la victoria del brexit*

#### 4. Conclusiones y recomendaciones

A lo largo de este artículo, se ha mencionado la importancia de que las organizaciones internacionales tomen conciencia de las exigencias de la sociedad internacional y, del mismo modo, se mejoren los esfuerzos en la comunicación de los mensajes, especialmente en la importancia de la acción de sus medidas y políticas para el bien común.

La diplomacia pública es un instrumento que, a pesar de haberse utilizado desde hace décadas, ha tomado especial relevancia en la práctica diplomática moderna de los distintos Estados. Tradicionalmente, la diplomacia se ha considerado un elemento de “alta política” y una

compilación de relaciones políticas y económicas muy ligadas al concepto de soberanía (Berridge, 2010). No obstante, este concepto de diplomacia no consideraba a la ciudadanía como parte del proceso de la práctica diplomática. Uno de los puntos clave de la diplomacia pública a nivel estatal es el hecho de que en lugar de centrar sus esfuerzos únicamente en la relación directa entre dos Estados o en foros multilaterales (en el caso de las organizaciones internacionales), incluye y otorga importancia a terceras partes como a actores no estatales, quienes desempeñan una función significativa en las relaciones internacionales (Reinhard, 2009; Reinstein, 2014). Por este motivo, su uso en el contexto de las organizaciones internacionales puede ser positivo a la hora de lograr resultados orientados al aumento de la legitimidad.

En definitiva, una comunidad internacional con unas instituciones fuertes es una comunidad internacional fuerte, donde la cooperación es posible. Se debe realizar un esfuerzo por optimizar las instituciones existentes para que las reglas y normas por las que se rigen estén encaminadas a unas dinámicas más cooperativas y pacíficas (Martin, 1992; Wendt, 1992; Miyashita, 2007).

Sin embargo, es necesario que algunas instituciones reconsideren algunos elementos que dificultan la proyección de una imagen positiva y de utilidad al bien común. Por ejemplo, en el contexto de la ONU es necesaria una revisión del poder de veto de los miembros permanentes del Consejo de Seguridad. La opinión pública internacional podría ver con buenos ojos la redefinición de algunos procesos que hagan de los sistemas de funcionamiento interno más democráticos y transparentes, la construcción de la confianza y el compromiso real de tomar el bien común como el objetivo de las políticas. A través de algunos cambios en este sentido, se podría cuestionar el *statu quo* actual y avanzar hacia un cambio en el comportamiento individual de los Estados con la consecuente creación de nuevas normas internacionales y la mejora de algunas ya existentes. En última instancia, la diplomacia ha de ser la herramienta institucional para que dicha redefinición y creación de normas sea inclusiva y fructífera.

En última instancia, se debería ir hacia un modelo de comunicación bidireccional con el objetivo de mejorar la calidad de las organizaciones internacionales y a la vez recoger los reclamos sociales. Asimismo, a través de la comunicación bidireccional se podría convertir a las O. I. en instrumentos reales para modificar el comportamiento de los Estados hacia el bien común, y por otro, se lograría una mejora de la imagen de las organizaciones. Evidentemente, las O. I. no pueden realizar el trabajo comunicativo únicamente con sus propios canales de comunicación, sino que es necesario involucrar a terceras partes para que la comunicación sea lo más efectiva posible. Sin embargo, el mero hecho de desarrollar e invertir en herramientas útiles no es suficiente para que los resultados sean óptimos, sino que también es necesario crear un organismo específico que mida la efectividad y vaya regulando los diferentes instrumentos de comunicación.

Por último, cabe recordar que para que la opinión pública internacional sea favorable a una organización internacional, hace falta que dicha organización sea capaz de demostrar aquello de lo que informa y se vea en los hechos una escucha activa a dicha opinión pública. Con ayuda de las herramientas adecuadas e invirtiendo más esfuerzos (a pesar de las posibles restricciones presupuestarias) en llegar a públicos más amplios, se logrará revertir la tendencia de descrédito y baja reputación de las organizaciones internacionales y se podrá dar a conocer de manera más efectiva la necesidad de mantener estos organismos para la mejora de la convivencia internacional.

*Para que la opinión pública internacional sea favorable a una organización internacional, hace falta que dicha organización sea capaz de demostrar aquello de lo que informa y se vea en los hechos una escucha activa a dicha opinión pública*



## Bibliografía

- Asean Studies Center. (12 de mayo de 2017). 'Brexit', the European Union, and the 'Communication Deficit': A Lesson for ASEAN [Web log post]. Recuperado el 3 de octubre de 2017 de <http://asc.fisipol.ugm.ac.id/brexit-european-union-communication-deficit-lesson-asean/>
- Berridge, G. (2010). *Diplomacy: theory and practice*. Nueva York: Palgrave MacMillan.
- Canel, M. J. (2010). *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Technos.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 78-93.
- Comisión Europea. (2006). *White Paper on a European Communication Policy*. Recuperado de [http://europa.eu/documents/comm/white\\_papers/pdf/com2006\\_35\\_en.pdf](http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf)
- Congreso de Estados Unidos. (2016). *United States Contributions to International Organizations*. Washington, D. C.: Departamento de Estado de EE. UU.
- Departamento de Información Pública de Naciones Unidas. (2008). Centros de Información de Naciones Unidas. ¿Qué hacemos? Recuperado el 12 de agosto de 2017 de <https://unic.un.org/aroundworld/unics/es/whatWeDo/index.asp>
- Dobbin, F., Simmons, B., & Garrett, G. (2007). The Global Diffusion of Public Policies: Social Construction, Coercion, Competition, or Learning? *Annual Review of Sociology*, 33, 449-472.
- Elster, J. (1989). *Nuts and Bolts for the social sciences*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Escalona, N. (2015). *Comunicación de instituciones públicas*. Barcelona: UOC.
- Fehl, C. (2004). Explaining the International Criminal Court: A 'Practice Test' for Rationalist and Constructivist Approaches. *European Journal of International Relations*, 10(3), 357-394.
- FMI. (abril de 2016). International Monetary Fund Factsheet. *El FMI y las organizaciones de la sociedad civil*. Recuperado el 12 de agosto de 2017 de <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/pdf/civs.pdf>
- Gallego, J. (26 de mayo de 2014). La participación total en la UE sube por primera vez y llega al 43,09%. *El Mundo*.
- Gallup News. (5 de febrero de 2017). Gallup News. *United Nations*. Recuperado el 7 de septiembre de 2017 de <http://news.gallup.com/poll/116347/united-nations.aspx>
- Martin, C., & Jagla, L. (2013). *Integrating Diplomacy and Social Media*. Washington, D. C.: The Aspen Institute.
- Martin, L. (septiembre de 1992). Interests, power, and multilateralism. *International Organization*, 765-792.
- Mearsheimer, J. J. (1994). The False Promise of International Institutions. *International Security*, 19(3), 5-49.
- Miyashita, A. (2007). Where do norms come from? Foundations of Japan's postwar pacifism. *International Relations of the Asia-Pacific*, 7, 99-120.

- Nye, J. S. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. Nueva York: Public Affairs.
- Reinhard, K. (2009). American Business and its Role in Public Diplomacy. En N. Y. Snow (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 195-200). Nueva York: Taylor & Francis.
- Reinstein, L. (2014). Non-State Actors: 21<sup>st</sup> Century Activism for Influencing Public Policy. *Journal of Diplomacy*, 57-60.
- Ruvalcaba García, A. (2007). *How television failed to integrate Europe*. Ginebra: Institut européen de l'Université de Genève.
- Taylor, P. M. (2009). Public Diplomacy and Strategic Communications. En N. Y. Snow (Ed.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (pp. 12-23). Nueva York: Taylor & Francis.
- Vilajosana, J. M. (abril-junio de 1999). La justificación de la abstención. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, (104), 165-180.
- Waisbord, S. (2007). ¿Dónde está la Comunicación en las metas del milenio de la ONU? *Estudios venezolanos de comunicación*, (137), 10-14.
- Wendt, A. (1992). Anarchy is what states make of it: the social construction of power politics. *International Organization*, 391-425.