

FRÉDÉRIC CHARILLON

GUERRAS DE INFLUENCIA

Los Estados avanzan
hacia la conquista de las mentes

Traducción de Silvia Kot

 *Editorial El Ateneo*

Charillon, Frédéric

Guerras de influencia : los Estados avanzan hacia la conquista de las mentes /

Frédéric Charillon. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :

El Ateneo, 2022.

368 p. ; 23 x 16 cm.

Traducción de: Silvia Kot.

ISBN 978-950-02-1321-9

1. Ensayo. 2. Política Internacional. I. Kot, Silvia, trad. II. Título.

CDD 327.101

Guerras de influencia

Frédéric Charillon

Título original: *Guerres d'influence*

© Copyright (2022) Odile Jacob

Traducción: Silvia Kot

Derechos para América Latina en lengua castellana

© Grupo ILHSA S.A. para su sello Editorial El Ateneo, 2022

Patagones 2463 - (C1282ACA) Buenos Aires – Argentina

Tel.: (54 11) 4943 8200

editorial@elateneo.com - www.editorialelateneo.com.ar

Dirección editorial: Marcela Luza

Coordinación: Carolina Genovese

Producción: Pablo Gauna

Diseño: Marianela Acuña

Armado: Tomás Caramella

Imagen de tapa: Rawpixel.com -

Freeepik.com

Impreso en Arcángel Maggio,

Lafayette 1695, Ciudad

Autónoma de Buenos Aires,

en diciembre de 2022.

Tirada: 3000 ejemplares

Queda hecho el depósito que

establece la ley 11.723.

Libro de edición argentina.

1ª edición: diciembre 2022

ISBN: 978-950-02-1321-9

**INSTITUT
FRANÇAIS**

“Cet ouvrage a bénéficié du soutien du Programme d'aide à la publication de l'Institut français”.

“Esta obra cuenta con el apoyo del Programa de ayuda a la publicación del Institut français”.

El editor se reserva todos los derechos sobre esta obra. En consecuencia, no puede reproducirse total o parcialmente por ningún método de reproducción existente o por existir incluyendo el gráfico, electrónico y/o mecánico (como ser el fotocopiado, el registro electromagnético y/o el almacenamiento de datos, entre otros), sin el expreso consentimiento de su editor, Grupo Ilhsa S.A. (Ley n° 11.723).

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
PRIMERA PARTE: INFLUIR	19
CAPÍTULO 1	
QUÉ ES LA INFLUENCIA (Y QUÉ NO ES)	19
CAPÍTULO 2	
EL MUNDO EN UN PUNTO INTERMEDIO ESTRATÉGICO	47
CAPÍTULO 3	
DIPLOMACIAS DE INFLUENCIA	85
SEGUNDA PARTE: TRES MATICES DE INFLUENCIA	118
CAPÍTULO 4	
CONVENCER Y ATRAER: EL MODELO DEMOCRÁTICO LIBERAL NORTEAMERICANO	118

CAPÍTULO 5	
¿PERJUDICAR, INTIMIDAR O DEFENDERSE? EL MODELO IMPERIAL	154
CAPÍTULO 6	
REMUNERAR LA CREENCIA O EL MODELO GÓLFICO	203
TERCERA PARTE: ¿ESTAMOS LISTOS? ¿QUÉ ESTRATEGIA DE INFLUENCIA PARA EUROPA?	248
CAPÍTULO 7	
LOS NUEVOS NICHOS DE LA INFLUENCIA	248
CAPÍTULO 8	
LA EUROPA DESVALIDA O EL PRECIO DEL BUENISMO	287
CAPÍTULO 9	
SOBREVIVIR EN UN MUNDO DE INFLUENCIA	324
A MODO DE CONCLUSIÓN	359

INTRODUCCIÓN

¿Hemos entrado en una era de confrontaciones nuevas y permanentes, aunque imperceptibles para el profano? El temor a una invasión militar “a la antigua”, en lo que respecta a Europa Occidental, se ha desvanecido en parte. Los refugios antinucleares de los años de la Guerra Fría no obsesionan tanto a la gente. Pero el clima de una concordia general, en “un mundo feliz”, cuyo advenimiento se esperaba para principios de los años 1990, no se produjo. Renació la competencia, con jugadores diferentes y otras reglas de juego, más suavizadas.

¿Podemos imaginar qué habría provocado, hace solo veinte o treinta años, la noticia de una injerencia rusa en las elecciones presidenciales norteamericanas? ¿O en un referéndum crucial sobre la pertenencia del Reino Unido a Europa? La primera situación fue objeto de una investigación oficial en 2019 dirigida por el fiscal especial de los Estados Unidos Robert Mueller, y la segunda, de un informe parlamentario británico. Sin provocar ningún sismo político. En este informe sobre las interferencias rusas en el Reino Unido, el Comité de Inteligencia y Seguridad del Parlamento de Londres calificó incluso ese tipo de práctica como “nueva normalidad”.

Dirigentes políticos que defienden la causa de una potencia extranjera, partidos que piden ayuda financiera del exterior, Estados miembros de la Unión Europea que bloquean textos desfavorables hacia una capital extranjera, delegaciones parlamentarias o líderes de opinión invitados regularmente con todos los gastos pagos a diversos países, cadenas de televisión internacionales que se dirigen a públicos específicos más allá de sus fronteras para desacreditar con libertad a las autoridades políticas de esos públicos... Estas son solo algunas de las manifestaciones más visibles de un fenómeno que se volvió habitual, que supera en sutileza prácticas que antes se definían con las cómodas expresiones de propaganda o *lobbying*.

La influencia se impuso tanto en los asuntos mundiales como en nuestra cotidianidad política y social. Moviliza cada vez más recursos de parte de muchos actores. Tiene sus estrategos, sus agentes, sus técnicas, sus vectores. Tiene sus escenarios y circuitos privilegiados, en los que se producen enfrentamientos para conseguir posiciones de poder y lograr objetivos precisos. Se la puede denunciar como una manipulación inaceptable, señalar con el dedo a sus patrocinadores y acusar de traición a los que aceptan ese juego. También se puede tomar nota del hecho de que esa competencia internacional por las mentes se convirtió en una práctica corriente, como el *lobbying* se volvió la norma en el Congreso estadounidense. Y hay que prepararse para ello, en vez de denunciar a los que se adelantaron.

OMNIPRESENTE INFLUENCIA

¿Cuál es el punto en común entre fenómenos tan diversos como la “norteamericanización del mundo”, los *panda huggers* (que abrazan la política china), “Chináfrica” (sólida presencia económica de China en el continente africano), la “Putinmanía” y las “redes” turcas, emiratíes, sauditas o cataríes? El K-pop (música pop coreana de éxito internacional y, sobre todo, asiático), el Cool Japan (conjunto de producciones culturales japonesas que incluyen los mangas y los dibujos animados) y la francofonía. Las fundaciones alemanas, la red de Alianzas Francesas, el British Council, los Institutos Confucio. Los programas de invitación Young Leaders en los Estados Unidos o el Programa de Invitación a Personalidades del Futuro en Francia, las visitas de personalidades al futuro emplazamiento arqueológico y turístico de Al-Ula en Arabia Saudita o los encuentros organizados con los *think tanks* y parlamentarios israelíes. Una invitación a participar en el Xiangshan Forum de Pekín o el Shangri-La Dialogue de Singapur, dos grandes foros anuales de análisis geopolítico y de seguridad en Asia. Los intercambios universitarios acompañados por becas de estudios o los programas de movilidad profesional. La batalla por las normas jurídicas e industriales, las inversiones directas en el exterior y las participaciones

minuciosamente elegidas. Una serie televisiva francesa, *Le Bureau des légendes*, que muestra las hazañas de la Dirección General de Seguridad Exterior (DGSE) de Francia, los suplicios psicológico-políticos de una agente de la Agencia Central de Inteligencia (Central Intelligence Agency, CIA) con un fondo de lucha antiterrorista, *Homeland*, los grandes momentos del Imperio otomano, *Payitaht Abdülhamid*, *Capital: Abdülhamid*, por el nombre del sultán otomano. Un *blockbuster* chino, *Wolf Warrior II*, el salvamento heroico de poblaciones africanas por parte de un Rambo proveniente de China. El financiamiento de mezquitas y la formación de imanes desde el Golfo, la instalación de escuelas turcas en África. La candidatura al Parlamento Federal australiano de un hombre de negocios binacional sospechoso de ser financiado por Pekín, que luego es encontrado sin vida en un hotel (el caso llamado Bo “Nick” Zhao, en 2019). El nombramiento de un excanciller alemán, Gerhard Schröder, como presidente del consejo de administración de la petrolera estatal rusa Rosneft en 2017 o la aparición de un ex primer ministro francés, Jean-Pierre Raffarin, en un programa de la televisión oficial china (China Global Television Network, CGTN).

El panorama se presenta muy fragmentado, y será necesario poner orden en él. Pero, en todos los ejemplos anteriores, se impone un punto en común: se trata de convencer, de seducir, de encontrar difusores. ¿Para hacer qué, convencer a

quién, producir o impedir qué cambios? Esa es toda la cuestión. Después de todo, la influencia está lejos de ser un fenómeno que empieza con las relaciones internacionales. Nos hemos acostumbrado a ella con la publicidad, que se inmiscuye tanto en nuestras pantallas y nuestras calles como en la disposición de los estantes de nuestros supermercados. Estamos familiarizados con ese mecanismo, aceptado en otros terrenos, mediante el cual terceros interesados tratan de influir en nuestro comportamiento para obtener beneficios. ¿Quién no sufrió la presencia de los *cookies*, esos microprogramas insertados sin nuestra autorización en nuestras computadoras para observar nuestros hábitos de consumo e impulsarnos a consumir más o más rápido? ¿Quién no vio esos libros o manuales sobre la venta o la administración que explican cómo presentar un producto, cómo dirigir mejor un equipo ganando la confianza de los miembros para mejorar el rendimiento o, más generalmente, cómo ejercer una persuasión psicológica sobre los demás en la vida cotidiana?

Pero aquí hablamos de estrategias de Estado tendientes a modificar la relación de fuerzas políticas internacionales, difundiendo modelos de sociedad que permiten controlar a otros países o prosperar en ellos sin obstáculos. Ya no se trata de vender una gaseosa vistiéndola con un verde azulado brillante de gotitas frescas en una campaña de afiches que acompaña el calor de verano, sino de una competencia de poder que

puede resultar más eficaz que una invasión militar o la organización de un golpe de Estado. Sin embargo, como la cultura, la creencia, el interés, el poder o muchos otros conceptos espinosos de ciencia política, la influencia está en todas partes, sin que nadie pueda definirla con exactitud.

INDEFINIBLE INFLUENCIA

“Cuando los tipos de ciento treinta kilos dicen ciertas cosas, los de sesenta kilos los escuchan”. Esta frase, escrita por Michel Audiard, que Jean-Paul Belmondo le dice a Andréa Parisy en la película francesa *Cent Mille Dollars au soleil* (1964), podría resolver definitivamente la cuestión de la influencia. Se es un influidor cuando el otro nos escucha porque tiene interés en hacerlo. Es la sencilla lección que podríamos aprender de esa fuente poco académica y que no es del todo falsa. Volveremos sobre esto.

Pero el asunto es más complejo. Considerar que la influencia procedería solo del peso político, económico o militar de un actor, es decir, de su fuerza, de su poder teórico, de sus capacidades declaradas, nos llevaría a una época anterior. Una época en la que las dos superpotencias, la estadounidense y la soviética, podían desencadenar o detener un proceso por

su inmensa superioridad estratégica, por ser cogestores del mundo que emergió de la Segunda Guerra Mundial. Lo hicieron, por ejemplo, al ejercer sus presiones unificadas sobre Francia y Gran Bretaña, que eran, sin embargo, aliadas de los Estados Unidos, obligadas a detener la operación militar lanzada contra Suez en 1956 con Israel para derrocar al dirigente egipcio Gamal Abdel Nasser. Una época en la que la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) impuso su modelo político, económico e incluso cultural (el “realismo socialista”), así como la enseñanza del idioma ruso a su “extranjero cercano”, es decir, a las repúblicas socialistas centroeuropeas, y más lejos: Cuba, Vietnam y, luego, Angola y Mozambique. Una época en la que el grande vencía casi sistemáticamente al pequeño, antes de que, después de la derrota francesa en Dien Bien Phu, Vietnam, para los Estados Unidos, y Afganistán, para la Unión Soviética, ofrecieran un adelanto de los conflictos llamados “asimétricos”. Conflictos que se generalizarían más tarde, acompañados por una guerra de palabras, una competencia por ganar “los corazones y las mentes” en una aldea global en la que la actualidad mundial se vive en directo, a veces, escrita por simples ciudadanos. Una época en la que el Estado patrón lograba imponerle una conducta al Estado cliente al que abastecía y cuya seguridad garantizaba. En la guerra de Kuwait, que se produjo en 1991 tras la invasión de las tropas de Sadam Husein a ese país, Washington aun logró

disuadir a Israel de lanzar su propio ataque contra Irak, que habría incendiado el mundo árabe y dislocado la coalición montada por los Estados Unidos.

¿La influencia le habrá ganado finalmente a la fuerza? Los estudios que demuestran los límites del poder militar de Estado ya dijeron mucho sobre el tema. Stalin podía burlarse todavía de la acción del papa Pío XII ante Roosevelt y preguntar: “¿Cuántas divisiones tiene el papa?”. Pero, en su final, la URSS ya no estaba de humor para burlarse del aura del papa Juan Pablo II en Europa Central, en particular en Polonia, su país de origen. El efecto fulgurante del “¡No tengan miedo!”, que lanzó el sumo pontífice en 1978, entendido como un estímulo por las multitudes que se oponían al comunismo, quedó grabado en las memorias. A lo largo de estos numerosos ejemplos, se tiene la sensación de una fuerza que rodea, y, a veces, suplanta, a las jerarquías y los instrumentos clásicos del poder. Pero ¿cómo identificarlos mejor?, ¿cómo definirlos con mayor precisión?

El concepto de “influencia” tiene, a menudo, una connotación peyorativa, al menos, por tres razones. Su ejercicio en las relaciones internacionales es visto, ante todo, como una violación de la soberanía, cuando una potencia exterior interviene en los asuntos internos de otro Estado para manipular a sus actores y obtener ventajas. También puede ser entendido como una dominación y, por lo tanto, como un orden injusto, a imagen de las “esferas de influencia” que marcaron la Guerra Fría. Esto

recuerda la doctrina soviética de “soberanía limitada” (llamada doctrina Brézhnev), que, después de aplastar la Primavera de Praga en 1968, pretendió controlar desde Moscú los márgenes de maniobra políticos de los “Estados hermanos” socialistas de Europa Oriental. Por último, la influencia suele ser, a menudo, sinónimo de agenda oculta, que implica, de parte del influidor, una acción clandestina o inconfesable y, de parte del influido, un grado inevitable de cooperación, que puede ir desde la debilidad ingenua hasta la traición asumida. A juicio de muchos observadores, flirtea en la práctica con la información y las técnicas de compra de lealtades. La famosa tipología llamada Money-Ideology-Coercion/Compromise-Ego (MICE) recapitula así las motivaciones por las cuales, a través de las técnicas de información humana y de influencia, un individuo puede ser llevado a servir a una potencia extranjera.

Pero la influencia tiene también sus defensores, que ven en ella una dinámica con efectos positivos. En primer lugar, como sustituto del conflicto armado: por solapada que sea, la competencia por la influencia, desde una perspectiva liberal, es un modo de diálogo pacífico competitivo en el que “gana el mejor”, algo que es, de lejos, preferible al enfrentamiento militar que obstaculiza los intercambios, aniquila las inversiones pasadas e hipoteca definitivamente el futuro. Además, la influencia exterior puede ser beneficiosa si permite estabilizar una situación o favorecer el progreso, sea a escala

de una región, sea incluso a escala del sistema internacional en su conjunto. La intervención y la influencia exteriores pueden ser pedidas por un Estado que busca seguridad frente a otras amenazas internas o externas. Los “llamados al imperio” hacen que la influencia sea una práctica aceptada e incluso deseada, y esto la acerca a las problemáticas de la hegemonía. Durante mucho tiempo, se consideró que a Arabia Saudita, Kuwait o Jordania en el Cercano Oriente, a Japón, Corea del Sur o Taiwán en Asia, como a muchos países de Europa, no les molestaba ver una influencia norteamericana tan fuerte en sus engranajes políticos y sociales, aun cuando no lo admitieran públicamente en los discursos oficiales. Esta influencia estabilizadora también puede ejercerse a escala regional. Entonces, se la califica como estabilidad hegemónica y se la busca por sus efectos económicos o de seguridad, como la de los Estados Unidos en Europa Occidental con el Plan Marshall al terminar la Segunda Guerra Mundial. Esa *pax americana* constituye un ejemplo interesante de influencia considerada como positiva, ejercida por un Estado que tiene, al mismo tiempo, la capacidad de crear normas internacionales y la voluntad y los medios para hacerlas respetar gracias a una superioridad económica, militar y tecnológica. A veces, hasta extender sus beneficios a escala mundial. El poder estructural de los Estados Unidos, tal como lo describe Susan Strange en su obra de referencia *States and Markets*, le imprimió al mundo una marca

liberal tanto en los terrenos de la seguridad, de la producción industrial, del sistema bancario o de crédito como en el ámbito del entretenimiento, la cultura y la información.

VARIANTES DE LA INFLUENCIA

Ese abismo entre la multiplicación de las marcas de la influencia en formas y escalas variadas, por un lado, y, por el otro, la dificultad para definirla con rigor es, precisamente, lo que nos lleva a abordar uno de los fenómenos más esenciales de las futuras relaciones internacionales. La influencia no tiene, estrictamente hablando, un manual o instrucciones para su uso. Pero los cambios recientes y profundos de la política mundial imponen una nueva reflexión.

Después del sueño incumplido de un mundo pacífico y multilateral, guiado por el liberalismo de un Occidente triunfante, hubo, en los años 2000 y 2010, un resurgimiento de gigantes con ambiciones nuevamente asumidas, como Rusia y, sobre todo, China. También aumentó, a lo largo de todos estos años, la diseminación del poder, que permite que cada vez más actores, estatales o no, desplieguen sus estrategias para hacer oír sus voces, defender sus intereses e incluso presentarse como modelos, difundiendo normas e ideas, con la

ayuda de las nuevas tecnologías de la información, capaces de llegar a una gran parte de los ciudadanos del planeta. Ese pluralismo se ejerce, desde entonces, en un contexto de gran tensión, en el cual el multilateralismo regulado varía para dar lugar a rivalidades expuestas, que François Heisbourg compara con la antigua piratería marina, y en las cuales se buscan apoyos, agentes, informantes y comunicadores. La Organización Mundial del Comercio no parece tener ya un control sobre la rivalidad comercial entre los Estados Unidos y China, y las instancias encargadas del derecho internacional tampoco logran regular las rivalidades políticas o territoriales. Ahora la lucha se desarrolla en otro terreno.

Ese terreno es el de la influencia, e intentaremos descifrarlo aquí. En primer lugar, aclarando el concepto mismo. En relaciones internacionales, ese término no se confunde con el *soft power* y merece ser analizado a la luz de nuevas pistas para entender mejor las estrategias de Estado que se resumen en la expresión de diplomacias de influencia y tratan de apoyarse en agentes no estatales.

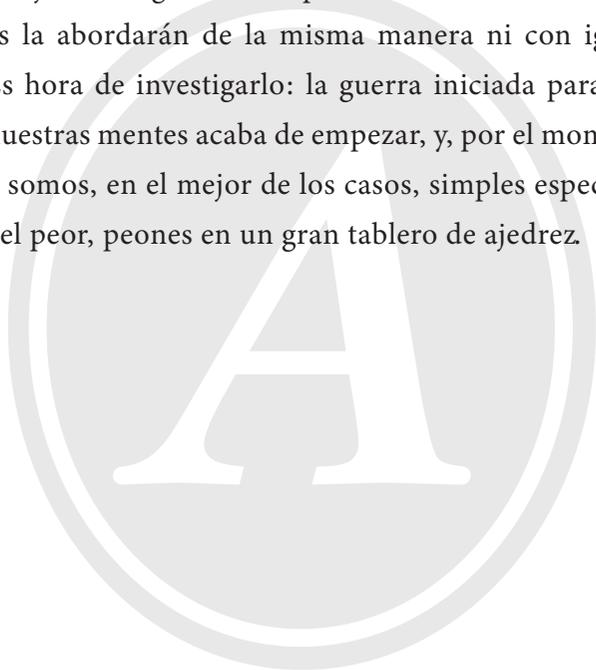
Luego, habrá que dedicarse a establecer una tipología de las prácticas. Aunque el término *soft power* fue formulado por un autor estadounidense (Joseph S. Nye) para designar, fundamentalmente, las prácticas de su país, la práctica de la influencia no es un monopolio de las democracias norteamericanas o europeas.

Se distinguen tres modelos. El primero muestra una variante liberal y democrática, que tiende a estructurar el sistema internacional difundiendo sus valores. El segundo ofrece una variante más autoritaria: para oponerse al éxito de los valores occidentales, desarrolla ofensivas desestabilizadoras y revela ambiciones de reestructuración regionales. Existe, además, una tercera variante, proselitista, por ejemplo, en el Golfo, que se basa tanto en solidaridades comunitarias como en redes financieras. El análisis de estos mecanismos permitirá hablar del lugar y de las formas que podrían tener las prácticas de la influencia en el mundo de mañana y averiguar si Europa, y Francia en particular, está en condiciones de responder a ese desafío.

Este trabajo se basa en muchos años de observación y de experiencias profesionales en circuitos de análisis o de práctica de la diplomacia, la seguridad, la estrategia y la defensa. Investigadores interesados en este enigma de la influencia a partir de sus propias investigaciones y de su conocimiento íntimo de una región del mundo en particular, actores que deben seguir este fenómeno por sus funciones, otros que lo practican por sí mismos han compartido, en intercambios apasionantes, sus reflexiones sobre el tema. Les agradecemos aquí profundamente por haberlo hecho.

No se encontrarán, en este libro, revelaciones escandalosas sobre supuestas intromisiones ni pruebas condenatorias

sobre injerencias ni juicios de intenciones a ninguna potencia en particular. Se trata, más bien, de averiguar los motivos de prácticas que habrían resultado chocantes hasta hace poco tiempo y ahora son habituales y, en cierta medida, aceptadas por todos. La lucha por la influencia moldeará una gran parte del paisaje estratégico en los próximos años. No todas las potencias la abordarán de la misma manera ni con iguales armas. Es hora de investigarlo: la guerra iniciada para conquistar nuestras mentes acaba de empezar, y, por el momento, nosotros somos, en el mejor de los casos, simples espectadores y, en el peor, peones en un gran tablero de ajedrez.



PRIMERA PARTE

INFLUIR

CAPÍTULO 1

QUÉ ES LA INFLUENCIA (Y QUÉ NO ES)

¿La influencia es “el arte de hacer amigos” en el circuito internacional, como lo resumió un miembro del gabinete ministerial francés en 2018? ¿Es, por el contrario, una “maniobra inamistosa” (expresión de Florence Parly, ministra de las Fuerzas Armadas de Francia), que busca desestabilizar a un tercer actor por medios no violentos pero dañinos? ¿Cuáles son los objetivos, los blancos de esas acciones? Se necesita una definición de “influencia”. ¿Es sinónimo de otras expresiones que configuran, desde hace bastante tiempo, el debate público (*soft power*, propaganda...)? ¿Es, simplemente,

uno de los innumerables instrumentos del poder? En realidad, la influencia ya no es lo que se creía en el pasado. Descifrar las prácticas de hoy implica innovar en los abordajes.

UN PODER RELACIONAL

Esta definición tentativa podría obtener un amplio consenso: la influencia consiste en el hecho de que un actor A le haga hacer a un actor B lo que no hubiera hecho de otra manera, pero sin recurrir a la coacción. La definición de “influencia” se parece, entonces, a la de “poder”. Pero con la importante precisión relativa a la ausencia de coacción.

La eficacia del poder invisible

En su libro *Power: A Radical View*, Steven Lukes distinguía tres dimensiones del poder. La primera, abierta y directa, en la que un actor A desea explícitamente modificar el comportamiento de un actor B, que lo sabe, por lo cual se provoca una tensión. En la segunda, A establece una agenda de temas por tratar que le es favorable, y esto limita las opciones de B, que es o no consciente de ello. Por último, en el tercer esquema, el poder es invisible y

consiste en determinar las preferencias de los actores de manera tal que estos las perciben como propias, en un orden que les parece natural. Es evidente que cuanto más se va al tercer esquema, más sutil es el poder, porque se basa en la persuasión y la aceptación, no en la imposición. La primera dimensión del poder se expresa por la autoridad de la decisión; la segunda, por la capacidad de formular una agenda, y la tercera, por la dominación ideológica. Lukes se inspira aquí en otros trabajos clásicos, como *¿Quién gobierna?*, de Robert Dahl, una investigación sobre la autoridad y el poder político en la ciudad de New Haven en los años 1950, que muestra que, aunque, en teoría, los electores son iguales en derecho en un contexto democrático (en este caso, a escala de una ciudad), el juego de la notabilidad, de las elites, del conocimiento o de la posición social lleva a una distribución desigual de los recursos, que les da a algunos individuos mucha influencia sobre otros y, por lo tanto, más poder.

A través de la gran cantidad de debates que se han producido desde hace mucho tiempo sobre el poder, el poderío o la autoridad (los dos primeros son sinónimos algunas veces y otras no; a veces, se definen con una misma palabra, como en el inglés *power* o el alemán *Macht*, y a veces no), se impuso una tendencia, de Max Weber a Raymond Aron, hasta otros más recientes. Consiste en considerar que el poder es un fenómeno relacional (que se ejerce en el marco de una relación entre, por lo menos, dos actores) y que, cuanto más se ejerce en forma

indirecta, mediante la persuasión antes que por la coacción, más eficaz resulta.

La influencia no se improvisa

Más cerca de nosotros, en el *Lexique de science politique*, dirigido por Olivier Nay, Johanna Siméant nos ofrece una definición interesante en varios sentidos. Para ella, la influencia designa “ciertos procesos de fabricación de la obediencia y del consentimiento que no se basan, en última instancia, en la coerción. [...] La influencia se basa en el capital de quien la ejerce, se trate de capital social (redes) o económico (capacidad de retribuir)”. Las palabras son importantes, y las tendremos en mente cuando se trate de proyectarlas a escala internacional. La idea de proceso remite a la de duración: la influencia no se decreta, sino que se construye. Es una inversión a largo plazo, cuyos resultados serán progresivos, a medida que avanza, justamente, esa “fabricación”. Las palabras “obediencia” y “consentimiento” subrayan luego que la influencia es una relación entre un influidor, que debe tener una idea clara de lo que espera, y un influido, que deberá cambiar su comportamiento para ir en el sentido del influidor, siendo consciente de someterse a esa expectativa (obediencia) o creyendo compartir el mismo interés o el mismo análisis (consentimiento). La influencia no se apoya

Qué es la influencia (y qué no es)

“en última instancia” en la coerción, pero no la excluye en una jerarquía de poder: permanece como una sombra que planea en alguna parte de este proceso. Es el cuadro dirigente que le dice a un empleado en una reunión de trabajo, en un tono bondadoso pero firme: “Estoy seguro de que usted estará de acuerdo conmigo”. Por último, es fundamental señalar el papel de la retribución en una dinámica de influencia. El influido espera una ganancia de su adhesión al influidor y, por lo tanto, este último debe tener los recursos que permitan esa retribución, sea material o simbólica. Esto debería servirnos de lección, en momentos en que las potencias invierten medios considerables en la implementación de una política de influencia, mientras que otros se limitan a invocarla, diciendo que quieren desarrollarla “con medios constantes”. Sin entender que el segundo anuncio anula *de facto* el sentido del primero. Porque la influencia tiene un precio.

HACER, HACER HACER, IMPEDIR HACER

Nuestra definición simple de la influencia (un actor A le hace hacer a un actor B lo que él mismo no hubiera hecho de otra manera, sin recurrir a la coacción), sumando consideraciones sobre la existencia de un proceso de fabricación y de una

capacidad de retribuir, se asemeja a otros conceptos a los que se suele reducir la influencia, cuando, en realidad, esta los supera y los combina a todos.

La influencia y sus falsos sinónimos

Es importante, entonces, terminar con algunas amalgamas. ¿La influencia es, por ejemplo, solo el nombre amable que se le da a una conocida práctica llamada “propaganda”? Esta asociación frecuente contribuye a la connotación peyorativa del término. Sin duda, se encuentra en la propaganda esa ambición de actuar sobre las mentes, de modificar comportamientos. Su mención se suele asociar a los regímenes autoritarios y totalitarios, a los períodos de guerra, a actores violentos o extremistas. Pero, en un trabajo minucioso sobre la cuestión, Paul Baines, Nicholas O’Shaughnessy y Nancy Snow establecen, desde un principio, una distinción que evita confusiones. Mientras que la influencia apela a la razón, al interés bien entendido, e implica una cooperación entre diversos actores bien determinados, la propaganda impulsa al individuo, o a la masa, o a una opinión pública, a “aferrarse irracionalmente a un proceso de acción. Ya no se trata de elegir, sino de debilitar reflejos [críticos o de reflexión], para estimular y activar creencias míticas” (J. Ellul).

¿La influencia puede ser también sinónimo de *lobbying* o de *networking*? La primera actividad consiste en establecer grupos de presión para orientar la decisión de actores determinados sobre puntos concretos. La segunda, en cultivar, en el largo plazo, redes de socios, de interlocutores regulares, a los que se podrá acudir llegado el momento para pedirles que apoyen una acción o una posición, en nombre de una cercanía que se presentará como basada en afinidades y alegando servicios mutuos. Es evidente que el *lobbying* o el *networking* no son ajenos a esta influencia que nos preocupa aquí. Sin embargo, esta no se limita a esas prácticas. En un vocabulario militar, podría decirse que la influencia es una estrategia, mientras que el *lobbying* o el *networking* son del orden de la táctica. Finalmente, participan de una influencia, que tiende a modificar comportamientos, pero solo constituyen algunos eslabones de un proceso más amplio.

Las diplomacias también necesitan, por ejemplo, para apoyar su acción, una narrativa convincente de una reputación que no sea redhibitoria. Cada uno de estos eslabones necesita a los otros. Un gran relato, o *storytelling*, elaborado para poner en escena la acción de un Estado, justificarla y volverla así convincente, es otro componente de la influencia. Pero el relato solo, sin medios para influir, es decir, como vimos, sin poder remunerar de una u otra manera a los que estarían tentados de seguirnos, llega rápidamente a sus límites. Una

buena reputación es un activo, pero no basta para hacer cambiar de opinión a un tercer actor. Cuando, en los años 1990, Francia intentó conseguir mercados en una Europa Central recientemente liberada del comunismo, resaltando su historia en materia de defensa de los derechos humanos, le contrapusieron fríamente la competitividad de las propuestas de Alemania, argumentada con inteligencia por los propios alemanes. Un país beneficiado con una imagen favorable, con certeza, podrá ser tratado con amabilidad, pero no conseguirá que un tercer actor actúe en contra de lo que él considera sus propios intereses solo para darle el gusto. Del mismo modo, las buenas redes, activadas por buenos lobistas, encontrarán rápidamente sus límites si deben actuar en favor de un país con una reputación desastrosa. Toda la sutileza de la influencia reside en la capacidad de reunir esos activos en una dinámica eficaz, en el momento adecuado y poniendo en acción a las personas adecuadas con los argumentos adecuados en el contexto adecuado.

Otra pregunta: ¿la influencia se confunde con la hegemonía o la dominación? Como ya dijimos en la introducción, el concepto de “esfera de influencia”, que ha marcado la Guerra Fría, pero que, según veremos, no debe ser relegado al desván de la historia, podría hacerlo creer. La influencia de las superpotencias sobre sus aliados, en esas esferas, “bloques” o “patios traseros” (como el que supuestamente pertenecía a los Estados Unidos en América Latina y Central en los años 1960 o

1970), se traducía en una hegemonía de hecho, que le permitía a una potencia actuar a su voluntad en una zona determinada. Pero confundir la influencia con esos dos conceptos sería como confundir el proceso con el resultado. La dominación o la hegemonía (que le permiten a un actor imponer reglas y normas a todos los demás) pueden ser el resultado final buscado de la influencia.

¿La influencia para hacer qué?

Esto nos lleva a otro comentario: la influencia no podría ser un fin en sí misma. Es un medio, por el cual un actor trata de modificar el comportamiento de otro para lograr un objetivo. Suponer, como se oye decir a veces, que el objetivo de una política exterior es ejercer o conservar una influencia (“Nuestro objetivo: fortalecer la influencia francesa”) no tiene sentido. Buscar la influencia por la influencia, aunque sea en nombre del rango o el estatus internacional, sin precisar los intereses que se defienden ni los objetivos que se persiguen, es, por lo menos, extraño. Porque la pregunta central es la siguiente: “¿La influencia para hacer qué?”. En efecto, ¿por qué motivos desea influir un Estado sobre actores determinados? Esta es la respuesta que surge: “Para defender sus intereses”. Requiere haberlos identificado, jerarquizado, asumido.

Tomando las palabras de Raymond Aron sobre el poder (“la capacidad de una unidad política de imponer su voluntad a las demás unidades”), podemos considerar, en efecto, que la influencia ayuda a un Estado a “hacer, hacer hacer, impedir hacer y negarse a hacer”. Si el interés nacional —o lo que se define como tal— ordena iniciar tal acción, hay que estar en condiciones de eliminar los obstáculos que otros podrían poner: se trata de la capacidad de “hacer”, que es preferible aumentar mediante la persuasión y no por la fuerza, gracias a interlocutores a los que se habrá sabido convencer. El hecho de convencer a un tercer Estado de autorizar que se sobrevuele su territorio para facilitar una operación militar es un buen ejemplo: “Argelia ha autorizado el sobrevuelo de su territorio, y yo se lo agradezco”, declaró el ministro francés de Relaciones Exteriores en enero de 2013, al comienzo de la intervención militar iniciada en Malí. Si se tienen en cuenta las relaciones históricamente turbulentas entre Francia y Argelia, es fácil imaginar que ese apoyo fue obtenido sobre la base de intereses mutuos bien entendidos y no por la presión ni, menos aún, por la amenaza. En configuraciones complejas, hechas de reciprocidad en un circuito en el cual los actores se encuentran permanentemente, esa práctica de la convicción y de la influencia se vuelve casi cotidiana: pensamos en las negociaciones dentro de la Unión Europea, donde cada socio necesita a los otros, incluso a los más pequeños, para hacer

avanzar su agenda. Algunos Estados son expertos en ese arte en el seno de las organizaciones internacionales, como Suecia, Australia o Nueva Zelanda, elegidas regularmente como miembros del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.

También se puede tratar de “hacer hacer”, es decir, no ya obtener la ayuda de otro para actuar uno mismo, sino provocar directamente la acción de ese socio: autorizar una participación económica extranjera, extraditar a otro país a una persona con orden de detención, modificar un contrato. En 2021, por insistencia de los Estados Unidos, Australia denunció un importante contrato de armamentos firmado con Francia (por la compra de 12 submarinos) y terminó adquiriendo submarinos... estadounidenses (y tecnología nuclear). En 2018, una comisión de auditoría “independiente” del Parlamento australiano, presidida por el exsecretario de Marina de los Estados Unidos, Donald Winter, le había aconsejado a Canberra que buscara una alternativa a los submarinos franceses.

Poder de obstrucción

La acción de influencia puede tener también una dimensión negativa, cuando se trata de impedir hacer o de negarse a hacer. Impedir, cuando hay que disuadir a Arabia Saudita de aumentar su producción de petróleo para evitar un derrumbe

de los precios o cuando los Estados Unidos les pidieron, en 2020, a sus aliados europeos que renunciaran a desarrollar la tecnología llamada 5G con equipamientos de la firma china Huawei. O cuando Francia intentó evitar una resolución en las Naciones Unidas, gracias al voto negativo de algunos otros Estados. La oposición de París a una resolución que autorizaba el uso de la fuerza en Irak, impulsada por los Estados Unidos en 2002-2003, es un caso de manual. Porque el enfrentamiento de los dos aliados se desarrolló a la vista de todo el mundo gracias a los medios de comunicación, en un clima de rara tensión entre esos dos amigos de larga data que son Francia y los Estados Unidos. Y porque la Francia de Jacques Chirac, con su ministro de Relaciones Exteriores, Dominique de Villepin, había podido evaluar toda la complejidad de las batallas de influencia en el mundo contemporáneo. Por medio de una acción determinada, frecuentes alocuciones presidenciales, un discurso fuerte del ministro en las Naciones Unidas el 14 de febrero de 2003, visitas a los miembros del Consejo de Seguridad (especialmente, africanos) y la amenaza de usar su derecho a veto contra sus aliados, la diplomacia francesa logró evitar una resolución que le habría dado el aval de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) a una guerra que París no deseaba.

Al cabo de su campaña diplomática, Francia estaba en posición de dejar a los Estados Unidos en minoría en ese tema,

lo que demostraba que la administración neoconservadora de esa época actuaba a contracorriente de la sociedad mundial. En ese sentido, probó tener cierta influencia, al quedar intelectualmente mayoritaria en el Consejo de Seguridad frente a la poderosa Norteamérica: algo que no parecía obvio al comenzar el proceso, a fines de 2002. Pero, de todos modos, aun sin que la ONU le diera carta blanca, la guerra tuvo lugar: París pudo “impedir hacer” aprobar una resolución, pero no pudo impedir hacer la guerra. Además, sometida a una intensa campaña de denigración de los Estados Unidos, en la que fue acusada de traición, Francia conoció el precio de no tener una red estructurada de influencia en los Estados Unidos. La falta de un sólido *French caucus* (grupo de apoyo) en el Congreso norteamericano, que nadie se había tomado el trabajo de establecer en el pasado, dejó al embajador francés en Washington, Jean-David Levitte, completamente solo en la tormenta del *French bashing*. Y, en los meses siguientes, hubo que explicarles a los norteamericanos que Francia no era su enemiga. Se demostró que la influencia no se improvisaba: necesitaba herramientas, redes, anticipación.

Por último, la influencia puede consistir en negarse a hacer. Por ejemplo, cuando, después de 2017, Catar tuvo que buscar apoyos para resistir las exigencias sauditas y eludir el bloqueo comercial impuesto por Riad. O cuando Francia se negó varias veces a involucrar sus armas nucleares en las

negociaciones entre Washington y Moscú. Tener que oponerse a un cambio perjudicial para los propios intereses puede parecer un fracaso de las estrategias anteriores y una pobre capacidad de previsión. Pero la política internacional lleva a manejar esas situaciones, sin que nadie sea responsable de ello. ¿Quién hubiera podido prever, antes de 2016, que un presidente de los Estados Unidos trataría a sus aliados peor que a sus enemigos y que se deberían implementar estrategias para lidiar con ese nuevo dato desconcertante? También en momentos así es importante ser capaz de modificar el comportamiento de los otros.

¿Esos esfuerzos desplegados para ejercer una influencia tienen una vocación interna o externa, ofensiva o defensiva, una finalidad política o económica? ¿Un Estado trata de ejercer una influencia exterior para fortalecer a su líder político internamente, para enriquecerse, para encontrar aliados con el objeto de afianzar sus posiciones, para desestabilizar a un vecino o a un competidor? Precisamente porque se plantean todas estas preguntas, la influencia necesita ser pensada. Una estrategia de influencia debe poder movilizar medios e instrumentos, y, por lo tanto, hay que contar con ellos. Algunas potencias reflexionan seriamente sobre esto; otras, menos. El general De Gaulle, en Francia, abordó esta reflexión sobre la influencia, por su intuición de que la pérdida de poderío relativo de Francia debía compensarse con algo menos material.

Ese era el objeto de su “política de grandeza”, colocada bajo un signo universalista que superaba la lógica de los bloques y le sería otorgado a Francia, que conservó un papel central en el mundo, a pesar de sus débiles medios. Como lo analizó Maurice Vaïsse en un libro dedicado a esta cuestión, esa política de grandeza no significaba un “delirio de grandeza”, sino, por el contrario, una compensación del poder perdido, mediante la corrección de la postura y la fuerza del verbo, ya que era imposible rivalizar con los gigantes demográficos, económicos o militares en los que se habían convertido los Estados Unidos y la URSS, y en los que se convertirían China u otros.

POR QUÉ LA INFLUENCIA NO ES EL *SOFT POWER*

El más famoso de los sinónimos posibles de la influencia en relaciones internacionales es, seguramente, el concepto de *soft power*. Su autor, Joseph Nye, ¿lo habría dicho todo? Al introducir, popularizar y pulir el concepto de “poder blando”, el politólogo norteamericano, profesor de Harvard, varias veces miembro de administraciones demócratas para asuntos de estrategia y de defensa, y presidente de la rama norteamericana de la Comisión Trilateral (grupo de discusión establecido

por David Rockefeller en 1973 para promover el diálogo entre los Estados Unidos, Europa Occidental y Japón), aportó mucho al estudio de las relaciones internacionales. Esta contribución se desarrolla a través de tres libros importantes: *Bound to Lead* (1990), *Soft Power* (2004) y *The Future of Power* (2011).

¿Cómo define Nye el *soft power*? Como “la capacidad de influir sobre otros para obtener [de ellos] los resultados esperados, mediante la seducción y la persuasión, antes que por la coerción o el pago”. Esta definición y todos los análisis de este trabajo precursor ofrecen pistas importantes, pero, a pesar de las apariencias, estas no se confunden con la influencia tal como se practica actualmente en el escenario mundial, en una despiadada competencia.

Un asunto de seducción

Nye tuvo la intuición oportuna de poner el concepto de seducción en el centro de las reflexiones geopolíticas, dominadas durante varias décadas por el estudio de la relación de fuerzas militares. Sin olvidar a Maquiavelo, nos recordó la sutil dialéctica que une el hecho de ser temido y el de ser amado. Sobre todo, porque, a partir de 1989, los Estados Unidos, temidos por su poderío, pero también amados por su modelo

de sociedad, vencieron a una Unión Soviética que, desde hacía tiempo, había dejado de despertar ilusiones (la “patria de los trabajadores” defendida por intelectuales comunistas europeos) para terminar provocando únicamente temor (la represión de la Primavera de Praga en 1968, la invasión a Afganistán en 1979). Esta prevalencia final de un modelo de libertad sobre un sistema autoritario marcó al autor: en las relaciones internacionales contemporáneas, el poder de seducción se convirtió en el complemento indispensable para el poder material. Los Estados Unidos ganaron la Guerra Fría porque sedujeron, además de poseer la fuerza. Treinta años después, los que asistieron a la caída de la Unión Soviética están convencidos de que las democracias prevalecerán del mismo modo frente a China, siempre que no olvidemos las lecciones del pasado.

De la atracción al apoyo político

Luego, Nye nos explica que el *soft power*, que es un poder de seducción, debe transformarse en consentimiento del otro, a través de un proceso político. Ese proceso se basa, fundamentalmente, en una cultura, en valores y en una imagen, transmitidos por una política exterior hábil, para convertirlos en activos diplomáticos. La imagen de un país puede basarse en su

producción intelectual o de entretenimiento: se ha comentado, a menudo, el papel de Hollywood, de Disney o de muchas series televisivas en el poder de seducción de un *American way of life* así proyectado al exterior bajo una luz favorable. Falta transformar esta imagen favorable en apoyo diplomático, por efecto de una política exterior acorde con ella. Después de la política de Jimmy Carter a favor de las transiciones democráticas en los años 1976-1980, y una vez que recuperó la democracia tras los años de dictadura, la Argentina apoyó así activamente a los Estados Unidos durante los años 1990 en las Naciones Unidas, en especial, en las cuestiones balcánicas.

Indispensable legitimidad

Tercer punto clave de los trabajos de Nye: la importancia del concepto de “legitimidad” en esas interacciones. Un *soft power* eficaz debe ser capaz de modelar las preferencias de los demás actores, y esto solo es posible sobre la base de una legitimidad reconocida. Al ejemplo anteriormente citado de la Argentina democrática que apoyó a los Estados Unidos por convicción, se contraponen el ya mencionado de las reticencias de los aliados de los Estados Unidos durante la guerra con Irak de 2003. Esa guerra fue lanzada sobre bases poco convincentes: una serie de mentiras por parte de la administración

estadounidense (sobre la existencia de armas de destrucción masiva en Irak y sobre la relación entre Sadam Husein y los atentados del 11 de septiembre de 2001) o el rechazo a las inspecciones de las Naciones Unidas en el país. Provocó graves abusos: encarcelamientos extrajudiciales en la base norteamericana de Guantánamo, uso de suplementos militares estadounidenses privados y brutales, instalación de centros de detención y de interrogatorios “a fondo” en los territorios de diversos aliados. El resultado fue que la legitimidad de la guerra en Irak, llevada a cabo en nombre de la democracia y de la lucha contra el terrorismo, fue cuestionada por muchos aliados (además de Francia y Alemania, México y Chile se negaron a apoyar a los Estados Unidos) y, sobre todo, por una mayoría de las opiniones públicas mundiales. La política exterior norteamericana quedó desacreditada, la confianza hacia los Estados Unidos, fuertemente alterada, y aumentó el antinorteamericanismo, en particular, en el sur del planeta.

A través de estos ejemplos, se puede ver que el debilitamiento del *soft power* de los Estados Unidos está ligado a la degradación de su imagen y que esto provoca una merma de su influencia diplomática. Sin embargo, traducir lisa y llanamente *soft power* por “influencia” plantea varios problemas. En primer lugar, el propio Joseph Nye admite la existencia de una diferencia fundamental: mientras que el *soft power* es un proceso positivo, de seducción y convicción, la influencia puede

recurrir a la remuneración. Para decirlo con ejemplos contemporáneos, si los dos términos fueran sinónimos, excluyendo, entonces, la remuneración como estímulo para actuar, no se hablaría hoy de “influencias” rusa, china o del Golfo. Pero estas existen realmente. En segundo lugar, la atracción que se siente por la cultura de otro país no significa que se adopten sus valores, ni mucho menos que se suscriba a su política, para reforzar su influencia. El líder norcoreano Kim Jong-il (1994-2011) era conocido por ser un gran admirador del cine norteamericano, pero eso no lo arrojó precisamente a los brazos de Washington. Como lo resumió el exministro francés de Relaciones Exteriores Hubert Védrine (1997-2002) a propósito del *soft power* norteamericano y en la época de la administración neoconservadora de George W. Bush: “A uno puede gustarle Julia Roberts, y no gustarle [la secretaria de Estado] Condoleezza Rice”.

LAS COMBINACIONES DE LA INFLUENCIA

Para entender las prácticas de influencia en el mundo contemporáneo, debemos tener en mente, al mismo tiempo, nuestra definición inicial, que tiene el mérito de la simplicidad, agregarle el aporte de Joseph Nye, pero sin confundir

influencia con *soft power*, y, finalmente, considerar otras pistas interesantes, que pueden completar nuestra comprensión del fenómeno.

Así como merecía ser recordada la dialéctica maquiavélica del temor y de la seducción, podemos remontarnos hasta las lecciones del estratega militar chino Sun Tzu, autor de *El arte de la guerra*, que data del siglo VI antes de nuestra era. Este libro, considerado el primer tratado de estrategia de la historia, enseña que el summum del arte de la guerra es lograr someter al enemigo a la voluntad de uno... sin combatir. El hecho de conocer al enemigo —y conocerse uno mismo— es la condición del éxito: “Quien no conoce a su enemigo, ni se conoce a sí mismo, será vencido en cada batalla”. No se trata explícitamente la cuestión de la influencia en esa breve y densa recopilación de pensamientos. Pero el objetivo de evitar la lucha física y preferir tener un ascendiente se presenta como prioritario. Este libro dio comienzo, en China y en otras partes, a una cultura estratégica que, aunque se basa en la psicología y la astucia más que en la fuerza, no debe hacer olvidar que se inscribe en una perspectiva bélica. El libro de Sun Tzu sigue siendo abundantemente difundido y obsequiado a los visitantes extranjeros por los institutos de investigación y departamentos oficiales chinos.

Las ideas importan

Para analizar pistas teóricas más recientes, y sin recorrer toda la historia del pensamiento político, resultan pertinentes otros autores y otros conceptos. Algunas corrientes de ciencia social nos recuerdan que “las ideas importan”: los flujos intelectuales, los debates y los conceptos ejercen un poder a escala internacional. ¿Cómo negar, por ejemplo, el formidable impacto de la teoría del “choque de civilizaciones”, introducida por Samuel Huntington en la revista *Foreign Affairs* en 1993? Al presentar las nuevas relaciones internacionales de la pos Guerra Fría como un enfrentamiento entre culturas incompatibles, articulado en torno a un antagonismo entre Occidente, por un lado, y, por el otro, una posible alianza entre el mundo musulmán y China, el profesor norteamericano difundió a escala mundial una grilla de lectura que adoptaron muchos líderes políticos, empezando por la administración estadounidense de los años 2000, tras los atentados del 11 de septiembre de 2001. La influencia de este enfoque basado en la confrontación hizo escuela: después de los “halcones” norteamericanos, muchos dirigentes europeos y líderes nacionalistas de otros lugares del mundo han razonado en términos de guerras de civilizaciones.

Para analizar este tipo de influencia, la escuela del “poder ideacional” propuso explicaciones interesantes y diferenció lo siguiente:

Qué es la influencia (y qué no es)

1. El poder “por” las ideas (capacidad de convencer a otro actor de adoptar el punto de vista de uno).
2. El poder “sobre” las ideas (capacidad de un actor para desacreditar las ideas de otro, de imponer su propia lectura o de negarse a tomar en cuenta ideas distintas a las suyas).
3. Por último, el poder “en” las ideas (la capacidad de volver legítima una idea y difundirla ampliamente, mientras que otras permanecerán marginales).

La actualidad internacional ofrece sin cesar ejemplos de pericia en materia de promoción de ideas: algunos Estados y actores logran imponer normas que serán consideradas políticamente correctas y serán muy utilizadas para orientar los intercambios en un sentido favorable a los que las han emitido. Otros no lo consiguen, a pesar de tener propuestas pertinentes, pero que nunca van más allá del marco de una discusión confidencial. Así, los conceptos de “responsabilidad de proteger” o de “seguridad humana” (que, para resumir, hacían prevalecer la seguridad de los ciudadanos por sobre la de los Estados), promovidos por círculos norteamericanos o de Europa del Norte en los años 1990, impregnaron, durante mucho tiempo, los debates de relaciones internacionales, antes

de ser eficazmente cuestionados por otros (China, Rusia). A Francia y a los países de Europa del Sur o del Este les costó más mostrar sus prioridades (sobre la disuasión nuclear en el caso de Francia, por ejemplo), incluso dentro de su propio ambiente político, en el seno de la Unión Europea.

Normas y poder social

El enfoque por las ideas se parece, en parte, al enfoque llamado del poder normativo, uno de cuyos inspiradores es Amitai Etzioni. El poder normativo, que permite recompensar la conformidad a las ideas y normas deseadas, se diferencia del poder de coerción, basado en la fuerza y el miedo, y del poder utilitarista, basado en la remuneración. Es también lo que se suele resumir con la expresión “políticamente correcto”: adherir a una idea de moda hace que se considere que se está del lado bueno de la historia. Suscribir a ella es reivindicar una modernidad y situarse por encima de un bando “reaccionario”.

En esta línea, los trabajos de Peter van Ham sobre el poder “social” se basan en los mecanismos que permiten “crear valores y normas que serán considerados legítimos y deseables, sin recurrir a la coerción ni a la remuneración”. Esto implica una capacidad para formular los desafíos, abogar en favor de

una idea o un combate, e imponerlos en la agenda política, cooptando a otros actores para que se unan a ese esfuerzo. En materia de relaciones internacionales, en los numerosos comentarios que hizo en los últimos años sobre la diplomacia francesa, Hubert Védrine podría haber comparado esto con lo que él llama “capacidad de tracción”, que consiste en que una diplomacia encuentre aliados para defender la agenda promovida por ella. Aquí también, la clave del éxito reside en la capacidad de ofrecerles ganancias u oportunidades a los que se quiere influenciar, a ganar su confianza con una postura que ellos consideren legítima o con una competencia reconocida. Van Ham insiste, particularmente, en el poder de atracción de una cultura popular que crea un clima benevolente hacia un país, que se ha vuelto familiar a fuerza de frecuentar sus productos: lo que se llamaba, en tiempos de la Guerra Fría, a propósito de los Estados Unidos, la “co-ca-colonización” o la “doctrina Marilyn Monroe”. La serie *Baywatch*, con su actriz fetiche Pamela Anderson, ¿habrá sido más eficaz para la imagen de los Estados Unidos que CNN? ¿O Carrie Mathison, encarnada por la actriz Claire Danes, la protagonista de la exitosa serie *Homeland*, mejor defensora de los intereses norteamericanos que una intervención en Irak?

No hay influencia sin pragmatismo

Otros conceptos nos ayudarán también a explorar los arcanos de la influencia. El de *smart power* —o poder inteligente— designa una combinación hábil y pragmática de diferentes herramientas tanto de *soft* como de *hard power*. Fue promovida por Suzanne Nossel, después de haber sido sugerida por Joseph Nye y, más tarde, retomada por Hillary Clinton cuando fue secretaria de Estado (2009-2013): según ellos, los Estados Unidos deberían conservar la autoridad que les confiere su fuerza militar, modernizando, al mismo tiempo, la comunicación de su poder de seducción sobre las elites (grandes universidades, perspectivas profesionales). Otra pista, la noción de *sharp power*, o poder “acerado”, desarrollada para calificar las recientes injerencias de regímenes autoritarios en las vidas políticas democráticas liberales, con fines de influencia. Como lo veremos más adelante, esta vez, ya no se trata de seducir con el propio modelo, sino de hacer dudar del modelo de sus rivales. Por ejemplo, China o Rusia, al criticar los horrores del liberalismo.

La influencia, como veremos, se sitúa en forma móvil, en una escala que va del *hard power* al *soft power*, con múltiples gradaciones, que pasan tanto por la sanción, la intimidación y el enojo como por la asistencia financiera, la formulación de los temas del debate, la atracción cultural y la seducción.

Cuando se trate de descifrar ejemplos concretos de influencia, habrá que recordar que el poder de movilizar por medio de ideas, de lograr la aprobación de sociedades y de difundir normas o culturas a las que los individuos desean identificarse se puede combinar con otros métodos, que incluyen la presión o la remuneración. Como ya vimos, en eso consiste la diferencia entre la influencia y el *soft power*.

Las políticas o diplomacias de influencia adoptan formas variables según los regímenes políticos que las implementan, los recursos disponibles o el contexto internacional en el que se debe actuar. Una política de influencia es, en primer lugar, una comprensión de la situación. Es un encuentro entre objetivos, medios y una configuración política. Produce diversos grados de intervencionismo, en una suerte de zona gris entre intervención y no-intervención. No-intervención, porque la influencia es sutil, a menudo, discreta, y tiende a evitar la diplomacia del cañonero. Pero es, de todos modos, una intervención, ya que se trata de interactuar con un tercer actor para obtener un cambio de comportamiento de su parte. Consiste en actuar sobre decisiones, sobre agendas políticas, para llegar a una situación preferible a la situación anterior, por ser más propicia a los intereses que se persiguen.

No tratemos de contraponer estas diferentes prácticas. Porque la característica de la influencia es, precisamente, lograr una transitividad, un vínculo fluido entre ellas: una acción

de seducción diplomática, que destaca una cultura amigable, una ayuda humanitaria o financiera, puede tener como objetivo final la instalación de una base militar en determinado país. A la inversa, una intervención militar para ayudar a un país o un régimen puede transformarse en una influencia cultural duradera, que, más tarde, ayudará a conseguir mercados y a asegurar la lealtad política de las elites locales.

El actual contexto internacional, tal como se desprende de las numerosas rupturas estratégicas recientes (desde el final de la URSS hasta el gran retorno de China, pasando por los atentados del 11 de septiembre de 2001), es propicio a estas combinaciones de influencia. Las diplomacias y las estrategias de Estado desarrollan, en consecuencia, con más o menos éxito, las herramientas necesarias para lanzarse a esa competencia.