ESTRATEGIA DE DIPLOMACIA PÚBLICA DE ESPAÑA 2026-2028

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN



ESTRATEGIA DE **DIPLOMACIA PÚBLICA** DE ESPAÑA **2026-2028**

ÍNDICE

CARTA DEL MINISTRO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN 7

RESUMEN EJECUTIVO 8

PARTE I: LA PROYECCIÓN DE ESPAÑA AL MUNDO 11

I.1. QUIÉNES SOMOS 11

Una economía abierta, competitiva e internacionalizada 11
Lengua y cultura: el poder blando de España 13
Un país abierto al talento internacional 15

I.2. QUÉ OFRECEMOS 17

A la vanguardia en conectividad 17
Transición energética como ventaja estratégica 18
Calidad de vida 19

I.3. QUÉ DEFENDEMOS 21

Los valores que España proyecta al mundo 21
Triple identidad europea, mediterránea e iberoamericana 25

PARTE II: QUÉ MOVILIZAMOS 27

II.1. EL ECOSISTEMA DE DIPLOMACIA PÚBLICA ESPAÑOLA 29

Red de Casas 29
Fundaciones Consejo 34
Otros instrumentos 35

II.2. DIPLOMACIAS SECTORIALES 43

Diplomacia cultural 43
Diplomacia económica y comercial 48
Diplomacia educativa y lingüística 51
Diplomacia científica 55
Diplomacia deportiva 58

II.3. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA 61

Comunicación digital 62
Lucha contra las campañas de desinformación 63
Gestión de crisis 66

PARTE III: QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR 69

Ejes, objetivos y acciones 70
Eje 1: Posicionamiento 70
Eje 2: Impacto 73
Eje 3: Operatividad 76
Eje 4: Comunicación 79

DISPOSICIONES FINALES 82

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

© Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación
División de Estrategia y Prospectiva

Julio 2026

NIPO: 108-26-028-5 (papel)
NIPO: 108-26-029-0 (en línea)
Depósito Legal: M-17642-2026

Edición. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.
Diseño e imprenta. Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes / www.nolsom.com

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado: https://cpage.mpr.gob.es

En esta publicación se ha utilizado papel libre de cloro reciclado y/o papel de fibra virgen de bosques gestionados de manera sostenible con el certificado "FSC", de acuerdo con los criterios medioambientales de la contratación pública.

A tenor de lo dispuesto en la Ley de Propiedad Intelectual, no está permitida la reproducción total o parcial de esta publicación, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, por fotocopia, por registro u otros métodos, ni su préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de su uso, sin el permiso previo y por escrito del autor, salvo aquellas copias que se realicen para su uso exclusivo del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

CARTA DEL MINISTRO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN



José Manuel Albares Bueno

Frente a quienes pretenden devolvernos a un mundo sin reglas, basado en relaciones puramente transaccionales y en el predominio de la fuerza o la coerción, España mantiene su apuesta por una **influencia internacional** que se sustenta en otros vectores menos visibles, pero más perdurables, tales como la **proyección de nuestros valores, la defensa de principios, la capacidad de generar confianza y de construir alianzas duraderas.** En este contexto, explicar con claridad quiénes somos, qué defendemos y cuáles son nuestros intereses requiere herramientas que trasciendan los instrumentos tradicionales de la política exterior.

Los españoles seguimos defendiendo la igualdad, la democracia, el respeto a los derechos humanos, el compromiso con el multilateralismo y con la legalidad internacional. Estos principios no sólo nos definen como sociedad, sino que orientan nuestra acción exterior y refuerzan nuestra capacidad de contribuir de manera constructiva a un mundo más justo, más estable y más cooperativo.

Por ello, resulta imprescindible contar con una hoja de ruta clara que permita proyectar estos valores de forma coherente, eficaz y sostenida en el tiempo, a la vez que resalte las fortalezas de nuestro país: una economía en crecimiento, una sociedad abierta y dinámica, y una cultura que es puente entre continentes. Sobre esta convicción se construye la **Estrategia de Diplomacia Pública 2026–2028**, un instrumento concebido para reforzar la proyección internacional de España, no solo mediante la acción política, sino también mediante la cultura, las lenguas y nuestra manera de entender la convivencia y la cooperación internacional.

La **diplomacia pública** es, en definitiva, una apuesta por una presencia internacional que no impone sino que dialoga y que no se limita a reaccionar, sino que propone; que **no sólo representa al Estado, sino que incorpora la riqueza de nuestra ciudadanía, sociedad civil e instituciones.** Es una invitación a proyectar lo mejor de nosotros mismos con ambición, con responsabilidad y desde la convicción de que España tiene mucho que aportar en un mundo que necesita más puentes y menos muros.



RESUMEN EJECUTIVO

España afronta en el periodo 2026–2028 un escenario internacional definido por la fragmentación geopolítica, la emergencia de narrativas que cuestionan los fundamentos del orden liberal, el auge de la desinformación y la erosión del multilateralismo. En este entorno, la diplomacia pública, mediante la cual un Estado proyecta valores, cultura e imagen para generar confianza, conocimiento y comprensión en otras sociedades, deja de ser un complemento de la acción exterior para consolidarse como uno de sus instrumentos centrales. Su contribución es esencial para proyectar intereses y valores, fortalecer alianzas, cultivar afinidades y aumentar la capacidad de influencia internacional del país.

La Estrategia de Diplomacia Pública de España 2026–2028 ofrece un marco común para orientar esa proyección. Alineada con la Estrategia de Acción Exterior 2025–2028, establece por primera vez un marco integral y coherente para la proyección de España ante otras sociedades, considerando tanto su opinión pública como sus organizaciones no estatales y otros sectores influyentes. La Estrategia distingue dos planos complementarios: la diplomacia pública, de horizonte estructural, orientada a cultivar relaciones, generar afinidad y construir capital reputacional a medio y largo plazo; y la comunicación estratégica, de horizonte más operativo, dirigida a explicar posiciones, adaptar mensajes a públicos y contextos concretos y responder con mayor agilidad a coyunturas específicas.

Parte I: La proyección de España al mundo. España cuenta con activos diferenciales que sustentan su diplomacia pública. Es una economía abierta y competitiva, uno de los motores de crecimiento de la eurozona y una potencia cultural y lingüística con el español como patrimonio compartido con una comunidad de 635 millones de hispanohablantes. Es también un destino atractivo para el talento y la inversión, un nodo de conectividad logística, energética y digital, y un referente en transición ecológica. A todo ello se suma un activo intangible de primer orden: la calidad de vida. Su valor diferencial en el sistema internacional descansa sobre su triple pertenencia europea, mediterránea e iberoamericana, que le confiere una capacidad singular de conexión, interlocución y generación de consensos. Sobre esa base, España defiende la apertura, el multilateralismo, el derecho internacional, la cooperación para el desarrollo y la acción climática, y se proyecta como un actor no coercitivo y orientado al diálogo y la cooperación. De hecho, los principales índices internacionales confirman una imagen país sólida, estable y en mejora progresiva.



Parte II: Qué movilizamos. La diplomacia pública de España se apoya en un amplio entramado de actores, redes y capacidades. Junto al servicio exterior del Estado, este ecosistema integra organismos especializados, como la Red de Casas, las Fundaciones Consejo, el Instituto Cervantes o la Fundación Carolina, así como un número creciente de actores no estatales con vocación internacional. Las diplomacias sectoriales (cultural, económica y comercial, educativa y lingüística, científica y deportiva) canalizan dimensiones específicas de la acción exterior y amplían el alcance de la imagen país. La comunicación estratégica, por su parte, contribuye a ordenar la proyección de mensajes, adaptar la comunicación a audiencias y contextos específicos, prevenir narrativas distorsionadas y mejorar la preparación ante crisis comunicativas internacionales.

Parte III: Qué queremos conseguir. La estrategia organiza la actuación de España en torno a cuatro ejes complementarios. El primero, **posicionamiento**, busca renovar la imagen internacional de España y poner en valor sus fortalezas estructurales. El segundo, **impacto**, identifica oportunidades concretas para potenciar la atracción de inversión, talento y conocimiento, así como la presencia de España en espacios de interlocución internacional. El tercero, **operatividad**, se centra en mejorar la coordinación del ecosistema de diplomacia pública, facilitar herramientas comunes y apoyar a la red exterior. El cuarto, **comunicación**, pretende proyectar mensajes diferenciados por audiencias y contextos, reforzar la comunicación digital y mejorar la capacidad de prevención, análisis y respuesta ante la desinformación. Para cada uno de ellos se desarrollan objetivos específicos y acciones.

El propósito último de esta Estrategia es contribuir a que España proyecte de forma más coherente lo que es, lo que ofrece y lo que defiende. Se trata de posicionar a España como un país europeo, mediterráneo e iberoamericano capaz de transformar sus fortalezas estructurales (lengua, cultura, calidad de vida, apertura, crecimiento económico, conectividad) en relaciones duraderas de confianza, afinidad e influencia con públicos internacionales relevantes.

PARTE I

LA PROYECCIÓN DE ESPAÑA AL MUNDO

I.1. Quiénes somos

50

millones de habitantes

Proyección INE

España alcanzará próximamente los 50 millones de habitantes, fruto de su capacidad de atracción como sociedad abierta.

España se distingue a escala internacional por una identidad propia: plural en su composición, y abierta y comprometida en su vocación. El país vive una etapa de expansión económica, demográfica e internacional: es una de las veinte economías más internacionalizadas del planeta y uno de los motores de crecimiento de la eurozona. Además, es una potencia cultural, el segundo destino turístico del mundo y uno de los pilares de una de las principales comunidades lingüísticas.

Una economía abierta, competitiva e internacionalizada

España se ha afianzado como una economía abierta, competitiva y plenamente integrada en los mercados globales. Hoy es la decimocuarta economía mundial y la cuarta de la Unión Europea. Sus exportaciones de servicios no turísticos superan desde 2024 los 100.000 millones de euros anuales y rebasan ya los ingresos por turismo de la balanza de pagos, reflejo de la modernización de su modelo exportador, mientras la inversión española en el exterior marca máximos históricos. La proyección exterior de sus empresas constituye uno de los principales activos del país: aproximadamente dos

ESPAÑA EN EL MUNDO EN 10 DATOS CLAVE

1 / 193 en donación de órganos por millón de habitantes. *Fuente: Observatorio Global de Donación y Trasplantes, 2024.*

1 / 49 en el Rainbow Map de la International Lesbian and Gay Alliance. *Fuente: ILGA, 2026.*

1 / 53 en playas con Bandera Azul. *Fuente: Foundation for Environmental Education, 2026.*

4 / 142 en Reservas de la Biosfera UNESCO. *Fuente: UNESCO / Red Mundial de Reservas de Biosfera, 2025.*

2 / 193 en número de turistas internacionales. *Fuente: Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, FMI, 2026*

tercios de la facturación de las empresas del IBEX 35 provienen del exterior, y la economía española acumula catorce años consecutivos de superávits por cuenta corriente, sólo superados por Alemania entre las grandes economías europeas.

En los últimos años, España ha sido uno de los motores económicos de la eurozona, creciendo por encima de la media europea y superando reiteradamente las expectativas, especialmente en creación de empleo. El total del personal que trabaja en actividades científicas y de I+D+i ha crecido en un 31% desde 2018. Además, lo ha hecho limitando los desequilibrios del pasado: la deuda de hogares y entidades no financieras se ha reducido a la mitad en una década, y la relevancia del sector inmobiliario se ha mantenido contenida.

La internacionalización es uno de los rasgos definitorios del modelo económico español. España se sitúa entre las economías más abiertas y conectadas de Europa, con un sector exterior que desempeña un papel central en el crecimiento, la creación de empleo y la competitividad del país. Las exportaciones de bienes y servicios suponen un porcentaje del PIB superior al de Francia e Italia y una cuarta parte de los empleos españoles depende del sector exterior. Las exportaciones de servicios no turísticos representan cerca del 9% del PIB. La cuota de mercado global española en bienes se ha mantenido relativamente estable alrededor del 1,8% durante las últimas décadas, mientras que en la mayoría de los países occidentales ha caído notablemente ante el empuje de China y otras economías emergentes. El stock de inversión directa española en el exterior ha pasado del 0,8% del PIB en 1980 a superar el 60% en 2025 según datos del Banco de España.

España emerge además como nodo internacional de inversiones. Entre 2018 y 2024, fue el quinto destino mundial de inversiones *greenfield*, el cuarto en proyectos de I+D y el segundo en energías renovables. El sector agroalimentario español es la cuarta potencia exportadora de alimentos de la UE y la séptima del mundo, y España es líder de la UE en acuicultura y en capturas pesqueras.

14ª

economía mundial por PIB nominal

FMI, 2026

+2,8%

crecimiento del PIB en 2025, casi el doble que la media UE (+1,5%)

Comisión Europea, 2026

+31%

de crecimiento del personal en I+D + i y actividades científicas desde 2018

INE, 2024

2 / 119 en competitividad turística. *Fuente: Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, FMI, 2026.*

2 / 193 en exportación de vino por volumen. *Fuente: OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), 2025.*

5 / 170 en Patrimonio de la Humanidad UNESCO. *Fuente: UNESCO World Heritage Centre, 2025.*

5 / 40 en restaurantes con estrella Michelin. *Fuente: Guía Michelin, 2026.*

3 / 193 en esperanza de vida. *Fuente: World Health Organization, 2024.*

635

millones de hablantes de español (nativos, no nativos y estudiantes)

Instituto Cervantes, 2025

50

bienes Patrimonio Mundial UNESCO: 5º del mundo, 3º en Patrimonio Inmaterial europeo

UNESCO, 2025

4º

Potencia mundial en cultura y patrimonio

Brand Finance, 2026

Lengua y cultura: el poder blando de España

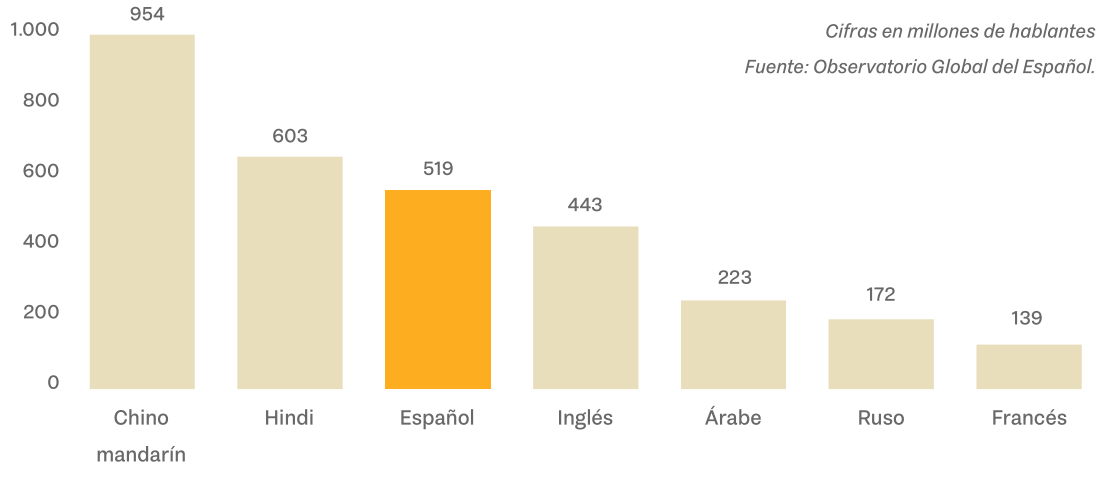
La lengua y la cultura constituyen no sólo un patrimonio compartido, sino un instrumento central para construir influencia, afinidades duraderas y una audiencia a escala global. El español representa el principal activo geopolítico de España: 519 millones de personas lo tienen como lengua materna, lo que lo sitúa como la tercera lengua del mundo por número de hablantes nativos, tras el chino mandarín y el hindi. Sumando los hablantes no nativos (91 millones) y los estudiantes de español (25 millones), la comunidad hispanohablante alcanza los 635 millones de personas. Es también el cuarto idioma más estudiado como lengua extranjera, con un crecimiento del 36% desde 2012, especialmente en el continente africano, donde la demanda de aprendizaje de español ha crecido un 125%. La presencia del español se extiende a los medios de comunicación internacionales, la ciencia, la cultura digital y la tecnología, amplificando la proyección exterior de España. El plurilingüismo, elemento esencial de la identidad nacional española, contribuye por su parte a consolidar la imagen del país y su capacidad de diálogo en la escena internacional.

La riqueza del patrimonio cultural y de las industrias creativas proporciona canales naturales de proyección exterior y señas de identidad reconocibles a escala global. La cultura en español se ha adaptado con notable éxito a las transformaciones del sector audiovisual de los últimos años. El español es una de las principales lenguas por producción cinematográfica. En las grandes plataformas de *streaming*, las series en español acumulan más horas de visualización que las de cualquier otra lengua no inglesa y ocupan de forma consistente posiciones de cabecera en los rankings globales. La música en español ha seguido una trayectoria paralela: en 2025, Rosalía fue la primera artista en lograr cinco debuts simultáneos en el número 1 en cinco rankings distintos de Billboard, y en 2026 la actuación estelar de Bad Bunny en la Super Bowl llevó el español al centro del escenario global.



Espectáculo de luz en homenaje a Antonio Gaudí junto a la Sagrada Familia, celebrado en junio de 2026.

LENGUAS CON MAYOR NÚMERO DE HABLANTES NATIVOS



Cifras en millones de hablantes

Fuente: Observatorio Global del Español.

1º

destino Erasmus+ de Europa

Comisión Europea, 2026

2º

en competitividad turística

Travel and Tourism Development Index, Foro Económico Mundial, 2026

96,8

millones de turistas internacionales en 2025.

INE / FRONTUR, 2025

El español es también la segunda lengua en Internet por volumen de contenido web y por número de podcasts publicados, y una de las más dinámicas en redes sociales como Facebook, LinkedIn o X, así como en plataformas como YouTube o Wikipedia. Los creadores de contenido en español, en particular los comentaristas de videojuegos, figuran entre los más seguidos a nivel mundial.

Un país abierto al talento internacional

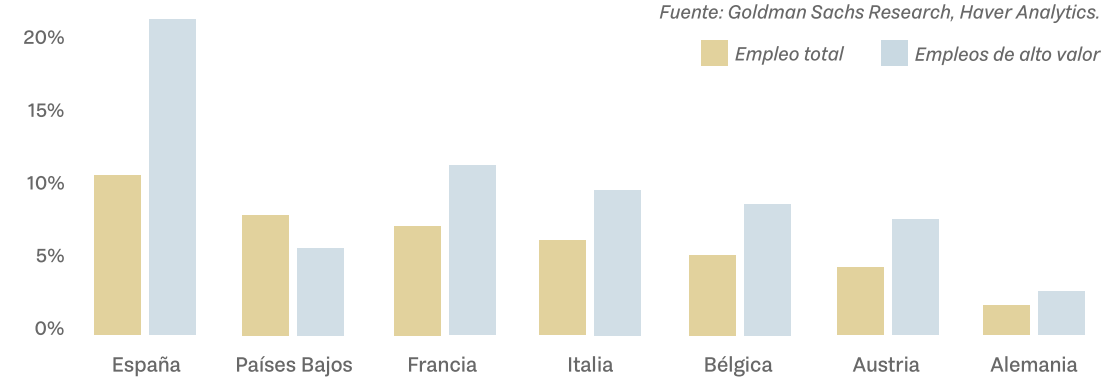
España se ha convertido en un polo de atracción de talento internacional. Es el destino preferido del programa Erasmus+, con 215.000 participantes acogidos en 2024. Es también, cada vez más, la opción elegida por el alumnado no europeo para estudiar en el extranjero. Con casi 100 millones de turistas internacionales al año es el segundo destino turístico del planeta.

La llegada de profesionales extranjeros refuerza la diversidad y el potencial innovador del tejido productivo. La Ley de Startups y el visado de nómada digital han dotado a España de un marco legal competitivo para atraer a trabajadores remotos y profesionales cualificados. Esta atracción de talento tiene, además, una dimensión estratégica en clave demográfica: con más de 3,5 millones de cotizantes extranjeros en la Seguridad Social, la inmigración contribuye a sostener la población activa frente al envejecimiento estructural de la sociedad española.

ESPAÑA REFUERZA SU PRODUCTIVIDAD GRACIAS AL CRECIMIENTO DEL EMPLEO DE MAYOR VALOR AÑADIDO.

Evolución desde 2019 hasta 2026

Fuente: Goldman Sachs Research, Haver Analytics.





Ceremonia de ingreso de España y Portugal en la Comunidad Económica Europea, con el izado de las banderas, en Bruselas, el 1 de enero de 1986.

Una historia de progreso: 40 años de España en la Unión Europea

La culminación de la normalización europea de España. La adhesión de España a las entonces Comunidades Europeas, el 1 de enero de 1986, cerró el largo camino de retorno a Europa tras la dictadura y abrió una etapa decisiva de modernización política, económica y social. Cuarenta años después, la pertenencia a la Unión Europea forma parte inseparable de la identidad contemporánea de España y constituye uno de los pilares de su proyección internacional.

Una historia de beneficio mutuo y contribución española. España se ha beneficiado ampliamente de su pertenencia a la Unión Europea, pero también ha contribuido de manera activa a su desarrollo y a la profundización del proceso de integración. Desde su adhesión, ha participado en políticas de gran impacto para la ciudadanía, como la Política Agraria Común, la Política de Cohesión, la consolidación del Mercado Interior y la creación de la eurozona. También ha impulsado avances en la dimensión social y ciudadana del proyecto europeo, desde la puesta en marcha de la euroorden y el desarrollo del Pilar Social, hasta la propuesta española de ciudadanía europea, una de las aportaciones al salto político que supuso el Tratado de Maastricht. A ello se suma la movilidad educativa, uno de los símbolos más reconocibles de la ciudadanía europea, con Erasmus+ como referencia y España como principal destino de estudiantes del programa.

El europeísmo como rasgo de identidad contemporánea. La integración europea se ha convertido en un rasgo definitorio de la identidad de España. Así lo reflejan de forma sostenida los eurobarómetros, que muestran el profundo europeísmo de la sociedad española y el amplio reconocimiento ciudadano al papel que la Unión Europea ha desempeñado en el progreso del país. Esta identificación social con el proyecto europeo refuerza la credibilidad de España como actor comprometido con una Europa más fuerte, más cohesionada y más influyente en el mundo.

Europa como relato de diplomacia pública. Los 40 años de España en la Unión Europea ofrecen un relato de transformación, pertenencia y contribución. España proyecta al exterior la experiencia de un país que ha vinculado democracia, modernización, apertura y prosperidad al proyecto europeo, y que mantiene su compromiso con seguir trabajando por más Europa. Así lo recoge también la Estrategia de Acción Exterior 2025–2028, que sitúa el proyecto europeo en el centro de la acción exterior española.

I.2.
Qué ofrecemos

Una identidad geopolítica generalmente percibida de manera positiva. España ofrece al sistema internacional un perfil propio y reconocible que, al mismo tiempo, no genera recelos. Todo ello, unido a su trayectoria histórica, sus vínculos humanos y su presencia institucional, le otorga una capacidad de interlocución genuina con regiones del mundo donde otros socios europeos cuentan con menor presencia o menor capacidad de conexión.

Una oferta material vinculada a los grandes desafíos globales. A esta identidad cultural y política se suma una oferta material concreta: una economía abierta e internacionalizada, una posición estratégica como nodo logístico, y un liderazgo reconocido en la transición ecológica. Esta combinación permite proyectar a España como un país capaz de conectar valores, capacidades y soluciones en un entorno internacional más competitivo y fragmentado.

A la vanguardia en conectividad

La posición geográfica de España la convierte en un enclave estratégico para el comercio internacional. En sus puertos confluyen las principales rutas marítimas del eje este-oeste, que enlaza los

grandes puertos de Asia, Europa y América, y las rutas norte-sur, que conectan el continente europeo con África. Esta situación es igualmente excepcional para las conexiones aéreas con los continentes americano y africano. España ofrece, por tanto, no solo un mercado abierto, sino una gran infraestructura de conexión global.

La calidad de las conexiones no es solo una ventaja logística: también facilita los contactos interpersonales. España es el país de la Unión Europea con mayor número de pasajeros aéreos, con una red de 46 aeropuertos en la que Madrid-Barajas y Barcelona-El Prat figuran entre los cinco primeros de la Unión. Dispone además de 46 puertos de interés general; los de Valencia y Algeciras se sitúan entre los seis primeros de Europa por tráfico de contenedores.

España ofrece una combinación cada vez más valiosa de conectividad física, digital y tecnológica. Es uno de los líderes europeos en adopción de banda ancha ultrarrápida y en cobertura de redes de muy alta capacidad superior al 90%. Este contexto ha impulsado la instalación de centros de datos y el desarrollo del Barcelona Supercomputing Center como referencia europea en supercomputación.

Transición energética como ventaja estratégica

Una transición energética que refuerza la posición exterior de España. España cuenta con una posición destacada en la transición energética europea. La descarbonización se ha convertido en una palanca de seguridad de suministro, competitividad económica y autonomía estratégica. En 2025, las energías renovables generaron más de la mitad de la electricidad en España y la generación libre de emisiones alcanzó cerca de tres cuartas partes del total, reflejo de una transformación ya consolidada del sistema eléctrico.

Ventajas renovables y capacidades tecnológicas en desarrollo. Esta posición se apoya en ventajas estructurales (irradiación solar, recurso eólico y localización estratégica) y en una apuesta sostenida por las energías limpias. España ha ampliado de forma significativa su capacidad renovable, con un peso creciente de la solar fotovoltaica, y empieza a desplegar nuevas capacidades en almacenamiento, hidrógeno renovable, redes e innovación energética. Estas fortalezas abren oportunidades para atraer inversión, reforzar cadenas de valor y consolidar una base industrial vinculada a la transición ecológica.

Un relato de futuro basado en competitividad, autonomía y sostenibilidad. La transición energética permite proyectar a España como

1ª/8ª

de Europa y del mundo en conectividad marítima (Liner Shipping Connectivity Index)

UNCTAD, 2026

2ª

del mundo en alta velocidad ferroviaria, con más de 4.000 km en servicio

Unión Internacional de Ferrocarriles, 2026

1ª

red de autovías y autopistas de la UE, con más de 15.000 km

Eurostat, 2024



Terminal 4 del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas.

2º

país de Europa en potencia renovable instalada y en generación eólica y solar

Red Eléctrica / IRENA, 2026

-75%

reducción de emisiones del sector eléctrico desde 2007

MITECO, Balance Energético 2024

1ª

del mundo en tasa de penetración de energía solar efectiva

Agencia Internacional de la Energía, PVPS Snapshot, 2026

un país que busca conectar ambición climática, modernización económica y reducción de vulnerabilidades. España puede ofrecer una experiencia útil: la de un país que está avanzando en la descarbonización al tiempo que refuerza su competitividad, su autonomía energética y su contribución a la seguridad energética europea.

Calidad de vida

España cuenta con un capital intangible difícil de replicar: una calidad de vida reconocida y un estilo de vida singular, asociados a la hospitalidad, la gastronomía, el clima y el paisaje. La gastronomía es una referencia internacional, y el clima y el paisaje conforman un gran patrimonio natural. España cuenta con más Reservas de la Biosfera que cualquier otro país del mundo y ocupa el quinto puesto en bienes Patrimonio de la Humanidad, con 50 sitios reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). A ello se suman indicadores de salud y bienestar situados entre los más elevados del mundo: España registra una esperanza de vida de 84 años y figura entre los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) con mayor bienestar físico. El sistema sanitario encabeza el ranking mundial de trasplantes y donaciones de órganos, aportando el 25% de todas las donaciones de la Unión Europea pese a representar el 11% de su población.

Esta combinación de factores genera un capital de afinidad. El deseo de vivir, trabajar, estudiar o envejecer en España constituye una de las expresiones más potentes de su poder blanco; la diplomacia pública, en consecuencia, debe gestionar ese capital de afinidad como palanca de atracción de talento, inversión y afinidades.



Mezquita Catedral de Córdoba, uno de los monumentos más visitados de España.

Cómo nos ven

La diplomacia pública trabaja en la brecha entre lo que un país es y lo que el mundo cree que es. Frente a las dimensiones anteriores, que describen la realidad y la ambición de España, esta sección aborda cómo se la percibe desde fuera.

Los principales índices de imagen país, poder blando y reputación coinciden en un diagnóstico: España ha consolidado una marca país sólida y reconocida. Sus pilares son el turismo, la cultura, la apertura, la hospitalidad y el deporte. En las dimensiones económicas y de competitividad la mejora ha sido sostenida, aunque todavía con recorrido. El Global Soft Power Index 2026 de Brand Finance sitúa a España en el puesto 12.º del mundo y 4.º de la Unión Europea en poder blando, desde el 16.º que ocupaba en 2020, primer año del índice. Sus mayores fortalezas están en Cultura y Patrimonio (4.º), Deporte (4.º) y Medios y Comunicación (9.º). Otros índices confirman la posición: 10.º en el Nation Brands Index, segunda marca turística del mundo solo por detrás de Italia según Bloom Consulting, primera en prestigio entre diez países europeos clave según el Real Instituto Elcano, democracia plena en el Democracy Index y uno de los pasaportes más poderosos del mundo (Henley Passport Index).

Emergen tres lecturas. Primera, **imagen sólida y en mejora** con un capital de imagen que proyectar. Segunda, **fortalezas coherentes**: lo que se percibe (calidad de vida, cultura, hospitalidad, turismo) encaja con la narrativa de quiénes somos y qué ofrecemos. Tercera, **áreas con recorrido**: el dinamismo económico, el liderazgo en la transición ecológica y la capacidad de innovación aún tienen margen de proyección.

4ª

potencia mundial en cultura y patrimonio.
Fuente: Global Soft Power Index 2026, Brand Finance

10ª

del mundo en marca-país
Fuente: Nation Brands Index 2025, Anholt-Ipsos

2ª

marca turística del mundo
Fuente: Country Brand Ranking, Bloom Consulting

I.3.
Qué defendemos

En un contexto internacional marcado por el proteccionismo, la polarización y el repliegue nacionalista, España mantiene una apuesta consistente por la apertura, la cooperación y la conectividad. Esta posición es a la vez una convicción y una ventaja estratégica: estrecha lazos con los demás países europeos, genera afinidades con el Sur Global y fortalece su credibilidad ante los organismos internacionales que defienden un orden basado en el derecho internacional.

Los valores que España proyecta al mundo

Los valores que España defiende en el exterior son los valores que la sociedad española sostiene en el interior. Están anclados en la Constitución española (que proclama la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político como valores superiores de su ordenamiento jurídico) y en el marco europeo compartido, fundado en la dignidad humana, la libertad, la democracia, la igualdad, el Estado de derecho y los derechos humanos, tal y como recoge el artículo 2 del Tratado de la Unión Europea.

Esta base normativa se corresponde con una realidad social ampliamente asentada. Las encuestas comparadas muestran una ciu-



Estrategia de Acción Exterior de España 2025-2028

LA HOJA DE RUTA DE ESPAÑA EN EL ESCENARIO INTERNACIONAL

La Estrategia define los valores que inspiran nuestra acción exterior, los intereses prioritarios y la forma en que España proyecta su papel en el mundo.



UNA EUROPA REFORZADA

- Construcción de una Unión Europea más autónoma, ambiciosa y cohesionada.
- Refuerzo de la capacidad de acción europea y mayor financiación conjunta de bienes públicos.
- Aumento de nuestra competitividad, profundizando el mercado único y apostando conjuntamente por tecnologías de futuro.
- Reducción de vulnerabilidades y dependencias para asegurar nuestra seguridad económica.
- Impulso de la coordinación de la acción exterior europea y convergencia estratégica entre Estados miembros.



UNA ESPAÑA COMPROMETIDA

- Defensa del derecho internacional y los derechos humanos.
- Preservar, reformar y reforzar el sistema multilateral.
- Reforma de las instituciones económicas y financieras internacionales.
- Apuesta por la gobernanza tecnológica ética y responsable.
- Política exterior feminista, impulso de una migración segura, ordenada y regular y liderazgo en diplomacia verde.
- Refuerzo de la cooperación para el desarrollo y la acción humanitaria.



UNA ESPAÑA QUE CONSTRUYE PAZ Y SEGURIDAD

- España y Europa deben asumir más responsabilidad sobre su seguridad.
- Contribución a la seguridad colectiva UE, OTAN y NN. UU.
- Compromiso con la lucha contra el terrorismo, control de armamentos y no proliferación.
- Acción exterior coherente con el derecho internacional, orientada a la mediación y la construcción de la paz.
- Fortalecimiento de la resiliencia democrática frente a la desinformación, discursos de odio y sesgos algorítmicos.

En un contexto internacional marcado por el proteccionismo, la polarización y el repliegue nacionalista, España mantiene una apuesta consistente por la apertura, la cooperación y la conectividad.

dadanía marcadamente europeísta, favorable al multilateralismo, comprometida con la cooperación al desarrollo y la acción climática, y con un respaldo amplio a un Estado social fuerte. La convergencia entre principios constitucionales, valores europeos, opinión pública interna y posición exterior dota a España de credibilidad y legitimidad para defender estos valores en los foros internacionales y ante otras sociedades.

Apertura, pluralismo y convivencia. España proyecta una idea de sociedad abierta, plural y diversa, construida sobre la convivencia democrática, el reconocimiento de la diversidad territorial, cultural y lingüística, y la capacidad de integrar identidades distintas en un proyecto común. Esta vocación se refleja en una ciudadanía que presenta bajos niveles comparados de rechazo a la diversidad cultural y un amplio consenso en torno al pluralismo como elemento constitutivo de la identidad nacional.

Democracia, Estado de derecho y derechos humanos. La defensa de la democracia, el Estado de derecho y los derechos humanos constituye uno de los pilares de la acción exterior española. España figura entre las democracias plenas del mundo según los índices elaborados por V-Dem y por la Economist Intelligence Unit, pero su legitimidad en este ámbito descansa también en una ciudadanía que sitúa de forma sostenida la defensa de los derechos humanos entre las prioridades de la acción exterior. Este compromiso se expresa, entre otros ámbitos, en el amplio respaldo social a la igualdad y la no discriminación, incluidos los derechos de las personas LGTBI, al ser España una de las sociedades con mayores niveles de aceptación de la diversidad afectivo-sexual y familiar, con apoyos muy elevados al matrimonio igualitario, al reconocimiento legal de las parejas del mismo sexo y a su visibilidad.

Cohesión social. La sociedad española muestra un respaldo amplio al modelo de Estado social europeo, a la protección social y a las políticas públicas orientadas a reducir desigualdades. Este apoyo ciudadano permite a España proyectar un modelo de sociedad que vincula libertad, prosperidad y cohesión social. La defensa de la igualdad efectiva, de los servicios públicos y de la inclusión forma parte de su identidad y de su manera de entender la acción exterior. Esta defensa de la igualdad real y efectiva se extiende a la integración de todos los grupos sociales, como es el caso de las personas con discapacidad.

Igualdad de género. España mantiene un compromiso inequívoco con la defensa de la igualdad de género, reflejo del apoyo de la so-

ciedad española a los avances en esta materia. La transformación de las últimas décadas, con un fuerte aumento de la participación laboral femenina, leyes pioneras y una representación de mujeres en el Parlamento y en el Gobierno superior a la media europea, permite proyectar este compromiso desde la experiencia propia.

Multilateralismo. La opinión pública española se sitúa entre las más favorables de Europa a la integración europea, al sistema de Naciones Unidas y a las organizaciones multilaterales. Ese respaldo social sostiene una concepción cooperativa de las relaciones internacionales, basada en el diálogo, las normas compartidas y la búsqueda de soluciones colectivas. Para España, el apoyo al orden internacional basado en normas y a la cooperación en materia de paz y seguridad, migración, desarrollo, salud o clima no es solo una posición diplomática, sino una preferencia ampliamente compartida por la ciudadanía.

Cooperación para el desarrollo y solidaridad. El apoyo ciudadano a la cooperación internacional y a las políticas de desarrollo sostenible se mantiene entre los más estables y elevados del entorno europeo. Sobre esa base social, España ha renovado su compromiso con la cooperación para el desarrollo tras la aprobación de la Ley de Cooperación de 2023 y la senda de incremento de la ayuda oficial al desarrollo. La solidaridad internacional forma parte de la imagen que España proyecta y de la forma en que su sociedad entiende la responsabilidad compartida ante los desafíos globales.

Acción climática y transición ecológica justa. España defiende una transición ecológica que combine ambición climática, justicia social, innovación y desarrollo económico. La acción climática forma parte de los consensos sociales del país y de su compromiso con el Acuerdo de París y con la agenda europea de transición justa. Esta orientación permite proyectar la sostenibilidad no solo como una prioridad ambiental, sino como una responsabilidad compartida con las generaciones futuras.

Paz, seguridad y prevención de conflictos. La sociedad española muestra una preferencia sostenida por las soluciones multilaterales, la diplomacia y el respeto al derecho internacional. Sobre esa base, España proyecta una concepción de la seguridad vinculada a la prevención, la mediación internacional, el desarme, el control de armamentos y la agenda de Mujeres, Paz y Seguridad.

UNA POSICIÓN SINGULAR: EUROPA, MEDITERRÁNEO, IBEROAMÉRICA

Tres dimensiones de la proyección exterior de España

DIMENSIÓN	EUROPEA	MEDITERRÁNEA	IBEROAMERICANA
Pertenencia institucional	Estado miembro de la UE y de la OTAN; cuarta economía de la eurozona; impulsora de iniciativas europeas con huella española, como la política de cohesión, la ciudadanía europea, la profundización del mercado interior, la euroorden y el Pilar Social.	Sede de la Unión por el Mediterráneo en Barcelona; miembro del Diálogo 5+5 en el Mediterráneo Occidental y del Med-9; promotor del Proceso de Barcelona y actor euromediterráneo de referencia.	Miembro de la Conferencia Iberoamericana (22 países); sede de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) en Madrid; promotor de las Cumbres Iberoamericanas.
Capital humano y vínculos	Sociedad marcadamente europeísta, con uno de los mayores apoyos ciudadanos al proceso de integración; primer receptor europeo de estudiantes Erasmus+ y uno de los principales destinos para viajar, estudiar, trabajar y residir de los europeos.	Espacio de encuentro entre culturas y civilizaciones a lo largo de la historia; densos vínculos culturales, migratorios y humanos con el conjunto del arco mediterráneo, del Magreb al Mediterráneo oriental.	635 millones de hispanohablantes; lazos históricos, lingüísticos e institucionales; amplia comunidad latinoamericana en España y vínculos humanos crecientes en ambos sentidos que mantienen la relación viva y cotidiana.
Posición económica	Alrededor de dos tercios del comercio español se canalizan a través de la UE; plena integración en el Mercado Único y en las cadenas de valor europeas; fuerte interdependencia comercial, inversora, energética, tecnológica y regulatoria con el conjunto de la UE.	Gran socio comercial e inversor europeo del Magreb; interconexiones energéticas estratégicas; gran nodo logístico y portuario entre Europa, el Atlántico, el Mediterráneo y África.	Uno de los principales inversores internacionales en América Latina y plataforma de entrada del capital latinoamericano en Europa; la región concentra buena parte del stock de inversión española en el exterior; América Latina como espacio prioritario de internacionalización de empresas, universidades e instituciones españolas.
Agenda compartida	Autonomía estratégica europea; transición ecológica y digital; competitividad; ampliación y profundización de la UE; defensa de la democracia, el Estado de derecho y el modelo social europeo.	Energía e interconexiones; migraciones y movilidad; seguridad y estabilidad regional; acción climática; gestión del agua; economía azul; diálogo intercultural y cooperación educativa.	Democracia y fortalecimiento institucional; cohesión social; transición justa; lengua y cultura; movilidad académica y profesional; apoyo al multilateralismo y cooperación al desarrollo.



Foto de familia de los participantes en la Conferencia Política Europea en el marco de la reunión de la Comunidad Política Europea, el 5 de octubre de 2023, en Granada.

Oportunidad para la Diplomacia Pública	Importancia del europeísmo español para reforzar influencia en los debates sobre el futuro de Europa y proyectar una imagen de país comprometido con soluciones europeas a los grandes desafíos globales.	Cimentar la capacidad de España para promover diálogo, confianza y cooperación en un espacio marcado por la interdependencia, la diversidad cultural y los desafíos compartidos.	Convertir la lengua, la cultura, la educación, la movilidad y las redes humanas iberoamericanas en una plataforma global de influencia, conocimiento y cooperación.
Activos de proyección	Sedes en España de la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea; la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo; la Agencia Europea de Control de la Pesca; el Centro de Satélites de la Unión Europea; la Agencia de la Unión Europea para el Programa Espacial; Fusion for Energy y el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea.	Secretaría de la Unión por el Mediterráneo en Barcelona; Casa Árabe; Casa Mediterráneo; Centro Sefarad-Israel; IEMed - Instituto Europeo del Mediterráneo; Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID); Fundación para la Internacionalización de las Administraciones Públicas (FIAP); densa labor cultural, educativa, científica y de desarrollo con los países mediterráneos.	SEGIB; Instituto Cervantes; AECID; Fundación Carolina; FIAP; Casa de América; redes universitarias, culturales, empresariales y sociales que articulan la comunidad iberoamericana.

PARTE II
QUÉ MOVILIZAMOS

Para definir adecuadamente los actores, redes y capacidades que moviliza esta Estrategia, conviene distinguir dos conceptos que convergen en la práctica, pero responden a lógicas y horizontes distintos: **la diplomacia pública y la comunicación estratégica**.

Esta Estrategia articula la diplomacia pública y la comunicación estratégica como capacidades complementarias. La primera construye relaciones, confianza y reconocimiento a medio y largo plazo; la segunda permite explicar posiciones, adaptar mensajes y actuar en coyunturas concretas. La Parte II identifica los actores, redes y diplomacias sectoriales que permiten transformar los activos de España en vínculos sostenidos con públicos internacionales.

La diplomacia pública y la comunicación estratégica de España no dependen de un único instrumento. Se apoyan en un entramado amplio, distribuido y plural, cuya fortaleza reside precisamente en su capacidad para llegar a públicos distintos: estudiantes, creadores, líderes de opinión, empresas, comunidades científicas, medios, instituciones culturales, organizaciones internacionales y sociedades civiles. Movilizar este ecosistema significa ordenar mejor sus capacidades, conectar sus redes y orientar su actividad hacia una proyección exterior más coherente.

Diplomacia pública: horizonte estructural

Modalidad de acción exterior mediante la cual un Estado se relaciona con sociedades extranjeras para generar confianza e incidir en percepciones a través de la atracción, el diálogo y el intercambio. Para ello, proyecta sus valores, cultura, capacidades e imagen mediante instituciones culturales, educativas y científicas, medios de comunicación, actores de la sociedad civil, líderes de opinión y otros agentes con capacidad de conexión internacional. Su horizonte es estructural: construir capital reputacional, generar reconocimiento y consolidar relaciones de afinidad, empatía y prestigio sostenidas en el tiempo.



Sede del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, iluminada el Día de Europa.

Comunicación estratégica: horizonte táctico

Proceso de coordinación deliberada de mensajes, acciones e imagen al servicio de los objetivos de un Estado en el entorno informativo internacional. Adapta contenidos, formatos y canales a audiencias específicas con el fin de proyectar posiciones, sostener narrativas propias y responder con agilidad a coyunturas concretas. No opera de forma aislada: activa, enfoca y amplifica la diplomacia pública en momentos y espacios determinados. Su horizonte es táctico y operativo: genera impacto medible en el corto y medio plazo.

II.1.
El ecosistema de diplomacia pública española

La diplomacia pública española opera a través de un ecosistema institucional que la distingue en el panorama comparado: una red de embajadas, representaciones ante organismos internacionales, consulados y centros culturales, complementada por consorcios geográficos, fundaciones bilaterales y organismos especializados que vertebran la proyección de España en el mundo. Su valor reside en la capilaridad de esa red y en su capacidad para activar simultáneamente vectores culturales, económicos, científicos, lingüísticos y narrativos al servicio de una misma agenda de país.

Red de Casas

La Red de Casas es el principal instrumento de la diplomacia pública española hacia las grandes regiones del mundo, con una especial atención a la proyección de poder blando y a la circulación de prescriptores y líderes de opinión. La integran seis consorcios público-públicos con participación del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (MAUC), comunidades autónomas y ayuntamientos, que operan como plataformas de encuentro entre la sociedad española y las opiniones públicas de sus áreas geográficas de refe-

EL ECOSISTEMA DE DIPLOMACIA PÚBLICA ESPAÑOLA

Representaciones de España	Instituto Cervantes	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo	Red de Centros Culturales de España	Acción Cultural Española
ICEX España Exportación e Inversiones	Fundación Carolina	Fundación para la Internacionalización de las AA.PP.	Red de Casas de España	Fundaciones Consejo
Radiotelevisión Española	Instituto de Turismo de España	Universidad Nacional de Educación a Distancia	Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología	Red de Asociaciones de Investigadores y Científicos Españoles en el Exterior

MAPA DE LA RED DE CASAS



La Red de Casas es el principal instrumento de la diplomacia pública española hacia las grandes regiones del mundo

rencia. Las seis casas mantienen un marco de colaboración estable y fomentan la realización de actividades conjuntas para trabajar de forma más coordinada y perseguir objetivos comunes.

Casa de América (Madrid, 1992) es la institución de referencia del espacio iberoamericano en España y ha ampliado su foco a todas 'las Américas', incluyendo Estados Unidos y la relación birregional con la Unión Europea. Su programación (debates y análisis políticos y económicos, exposiciones, literatura, cine, música, pensamiento) proyecta la creación contemporánea iberoamericana y consolida un relato compartido. En 2025 superó las 700 actividades presenciales, entre ellas el XXV Premio de Poesía Americana y el Congreso Futuro Iberoamericano, y articuló la agenda hacia la XXX Cumbre Iberoamericana de Madrid 2026, en cuyas actividades preparatorias, sectoriales y culturales participa como eje cultural. En 2026, coincidiendo con el 250.º aniversario de la independencia de los Estados Unidos, dedica numerosas actividades al papel desempeñado por España.

Casa Asia (Barcelona y Madrid, 2001) conecta a España con Asia y el Pacífico. En 2025 ha ampliado su proyección internacional con su entrada en el Comité Ejecutivo de la Fundación Asia-Europa (ASEF) y su participación en la Alianza Europea de Estudios Asiáticos y ha lanzado las plataformas K-Lab y J-Lab, dedicadas a las culturas coreana y japonesa. Los Premios Casa Asia distinguen contribuciones destacadas al vínculo entre España y Asia-Pacífico en los ámbitos económico, político, educativo y cultural. Organiza los foros España-Filipinas, España-Corea, España-Tailandia y España-Kazajistán (este último tendrá su primera edición en 2026), así como el Barcelona Asian Film Festival, cita anual de referencia del cine asiático. Trabaja en estrecha relación con las diásporas asiáticas para poner en valor su papel como actores de cohesión y transformación social. Constituye también una plataforma de apoyo y denuncia para las mujeres y niñas afganas. Así, la Asociación de Mujeres Afganas en España ha sido galardonada con el Premio Casa Asia 2025 en la categoría de Diversidad, Inclusión y Desarrollo Sostenible.

Casa África (Las Palmas de Gran Canaria, 2006) vertebra la diplomacia pública española hacia el continente africano mediante la organización de más de 350 actividades anuales, que llegan a más

de dos millones de personas. Comprometida con la dignidad humana y la convivencia, desarrolla su plan estratégico 2025-2027 a través de iniciativas como el Encuentro de Periodistas África-España, centrado en la lucha contra la desinformación; el Foro TechHubs, que impulsa el emprendimiento tecnológico y la cooperación digital; encuentros entre centros de pensamiento; acciones de cooperación en protección civil; y diversos proyectos sobre cambio climático, desarrollo sostenible, el papel de la mujer en África y las migraciones, así como exposiciones y campañas contra el racismo y la xenofobia.

Casa Árabe (Madrid y Córdoba, 2006) es el puente institucional entre España y los países árabes, y centro de referencia en lengua y estudios árabes, con su Centro de Lengua Árabe y la revista Awraq. Su reconocimiento como "Personalidad Cultural del Año" del Premio Sheikh Zayed del Libro (2024) confirma esa posición. Su foro empresarial aglutina actividades dirigidas a potenciar sectores como las energías renovables, el agua, la seguridad alimentaria, el turismo, la ingeniería, la defensa y la cooperación científica. De igual forma, sus desayunos empresariales y encuentros de promoción de las relaciones económicas sirven como espacios de encuentro entre los actores empresariales de España y del mundo árabe. Además, ha diseñado en colaboración con el Ayuntamiento y la Diputación de Córdoba y la Junta de Andalucía un amplio programa para celebrar el año Averroes, con actividades que situarán el legado del pensador andalusí en el centro de la vida cultural de la ciudad a lo largo de 2026.

La aportación principal de la Red de Casas es mantener canales de diálogo permanentes con áreas prioritarias para la acción exterior española

Centro Sefarad-Israel (Madrid, 2006) difunde el legado sefardí, promueve el diálogo intercultural en torno a la cultura hebrea y coordina el Plan Nacional de Lucha contra el Antisemitismo. Es referente internacional para las comunidades judías y organiza la Cumbre Erensya, una plataforma internacional que reúne a más de cincuenta representantes de comunidades sefardíes de todo el mundo. Además, cada 27 de enero, celebra el acto de Estado de recuerdo de las víctimas del Holocausto en el Senado.

Casa Mediterráneo (Alicante, 2009) proyecta la dimensión mediterránea de la política exterior española, con foco en el conjunto de los 22 países que conforman la cuenca mediterránea. En 2025 ha consolidado su dimensión institucional con la constitución de su Alto Patronato, presidido por el ministro de



Fachada del Palacio de Linares, sede de Casa América.

Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, y ha ampliado su agenda en economía azul, movilidad y cooperación regional. La Casa actúa en estrecha sintonía con actores multilaterales, coordinando actividades vinculadas a las capitales mediterráneas junto a la Fundación Anna Lindh y la Unión por el Mediterráneo en ciudades como Tirana, Tetuán, Matera o Córdoba. Ha tejido una alianza estable con la red de Institutos Cervantes del arco mediterráneo para coordinar programas culturales y de mediación intercultural. En una vertiente más contemporánea, la pasarela MEDMODA conecta a creadores de ambas orillas, impulsando las industrias creativas y proyectando una imagen moderna y compartida del espacio euromediterráneo.

En conjunto, la Red de Casas constituye una infraestructura singular de diplomacia pública. Su aportación principal es mantener canales de diálogo permanentes con áreas prioritarias para la acción exterior española, combinando cultura, pensamiento, economía, educación, sociedad civil y cooperación en formatos accesibles para públicos diversos.

FUNDACIONES CONSEJO. DIPLOMACIA PÚBLICO-PRIVADA PARA LAS RELACIONES BILATERALES DE ESPAÑA

QUÉ SON > Red de fundaciones privadas, sin ánimo de lucro, impulsadas por el MAUC para fortalecer las relaciones de España con países prioritarios.

QUÉ LAS HACE SINGULARES > Su naturaleza público-privada, que conecta la acción exterior del Estado con las capacidades y experiencia del sector privado.

A QUIÉNES SE DIRIGEN > Instituciones, empresas, parlamentarios, universidades, centros de conocimiento, periodistas y sociedad civil.

QUIÉNES LAS INTEGRAN > Patronatos formados por empresas privadas, administraciones públicas e instituciones de referencia.

PARA QUÉ SIRVEN > Abren canales ágiles de interlocución y refuerzan la proyección exterior de España.

CÓMO TRABAJAN > Foros bilaterales, programas de líderes, encuentros sectoriales y redes profesionales.

Las Fundaciones Consejo constituyen una red única de colaboración público-privada que proyecta a España en el mundo a través del diálogo, la confianza y el conocimiento compartido

FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA-EE.UU. **España-Estados Unidos** (1997): Trabaja con el United States Spain Council. Programas insignia: Jóvenes Líderes Norteamericanos, Líderes Hispanos, Altos Funcionarios del Congreso de EE.UU.	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA CHINA **España-China** (2004): Organiza el Foro España-China y el programa Futuros Líderes Chinos.	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA JAPÓN **España-Japón** (2001): Su instrumento central es el Foro España-Japón; desde 2023 también el programa Líderes Japoneses.	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA INDIA **España-India** (2009): Impulsa el Observatorio España-India, en sintonía con el Año Dual España-India 2026.
Fundación Consejo España Australia **España-Australia** (2010): Foros de inversión y el Programa Líderes Australianos (VII edición en 2025, dedicada a periodistas).	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA BRASIL **España-Brasil** (2011): Promueve diálogo institucional, económico y cultural; en 2026 organizó el Programa Brasil-España con la Fundación Carolina.	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA COLOMBIA **España-Colombia** (2015): Articulada en torno al Foro España-Colombia; prepara la III edición del Programa Líderes Colombianos (2026), con foco en mujeres y liderazgo.	FUNDACIÓN CONSEJO ESPAÑA PERÚ **España-Perú** (2018): Vertebra su programa anual de líderes en torno a periodismo, mujeres, agua y saneamiento.



Becarios de la Fundación Carolina.

Otros instrumentos

Los demás instrumentos del ecosistema cumplen funciones que se refuerzan entre sí. Algunos proyectan la lengua, la cultura y la educación; otros refuerzan la cooperación, la ciencia, la internacionalización económica, la movilidad académica o la presencia en debates globales. Su valor para la diplomacia pública está en su capacidad para generar experiencias directas de España, crear redes duraderas y ampliar la presencia del país más allá de los canales diplomáticos tradicionales.

Fundación Carolina

La Fundación Carolina se ha consolidado como uno de los principales instrumentos de proyección internacional de España en el espacio iberoamericano. Creada en el año 2000 como institución público-privada del sistema de la Cooperación Española, articula la cooperación académica, la generación de conocimiento y la diplomacia pública en torno a una comunidad de afinidades culturales, lingüísticas e históricas.

Su actividad se ordena en torno a tres líneas integradas: un **programa de becas** de posgrado, doctorado e investigación que ha beneficiado a más de 20.000 estudiantes, investigadores y profesionales iberoamericanos (736 en la última convocatoria); **un área de Estudios y Análisis** que aporta un área de Estudios y Análisis sobre los grandes retos compartidos: transición ecológica, digitalización, digitalización, gobernanza, igualdad de género o cohesión social; y **una dimensión de diplomacia pública** articulada a través de programas de liderazgo, redes profesionales y un programa de visitantes. Un número creciente de entidades se ha ido sumando a sus programas, como es el caso del Ministerio de Defensa con el Curso de Oficiales Superiores Iberoamericanos o de la Escuela Diplomática con el convenio para la concesión de becas de estudio para la realización en España del Máster Interuniversitario en Diplomacia y Relaciones Internacionales.

La Fundación Carolina ampliará significativamente sus actividades en los próximos años. Esta expansión se apoyará en el incremento de las becas, la consolidación de los programas de visitantes y el desarrollo de nuevas líneas de trabajo dirigidas a servidores públicos, líderes del sector privado y personas defensoras de derechos humanos. Junto a programas ya existentes, como los de jóvenes líderes, mujeres líderes, liderazgo público, periodistas visitantes y personas defensoras de derechos humanos, se impulsarán nuevas iniciativas de formación y acompañamiento.

El principal activo intangible generado es la Red Carolina, integrada por miles de antiguos becarios que ocupan hoy puestos de responsabilidad en universidades, administraciones públicas, empresas, organismos internacionales y medios de comunicación en toda América Latina. Esta red constituye una de las infraestructuras relacionales más valiosas de la presencia internacional de España y un multiplicador estructural de afinidad, conocimiento e influencia a largo plazo en el espacio iberoamericano. La Fundación trabaja en el fortalecimiento de la Red Carolina mediante nuevos programas de formación continua, iniciativas de vinculación profesional y actuaciones orientadas a consolidarla como comunidad de aprendizaje, espacio de conocimiento y plataforma de cooperación. Este impulso permitirá, además, promover redes temáticas de colaboración y liderazgo en ámbitos prioritarios para la agenda compartida iberoamericana.

La Fundación Carolina se ha consolidado como uno de los principales instrumentos de proyección internacional de España en el espacio iberoamericano



Participantes en el Programa Líderes de la Fundación Consejo España-Perú, durante una visita a FIAP.

Fundación para la Internacionalización de las Administraciones Públicas

La FIAP promueve la internacionalización de las administraciones públicas y su participación en alianzas para el desarrollo sostenible. Creada en 1998, está especializada en la movilización del talento público y en la gestión de programas y proyectos de cooperación española y europea orientados a resultados de desarrollo sostenible.

Proyección exterior del talento público español y europeo. Su valor como instrumento de acción exterior reside en su capacidad para proyectar el saber hacer de las administraciones públicas españolas y europeas a través de alianzas entre instituciones homólogas. Esta cooperación entre pares permite compartir experiencias, acompañar reformas y fortalecer capacidades públicas en más de 100 países, al tiempo que refuerza la presencia internacional de España y de la Unión Europea.

Alianzas institucionales que perduran más allá de los proyectos. En los próximos años, España promoverá el papel de su talento pú-

TALENTO PÚBLICO MOVILIZADO (FIAP)

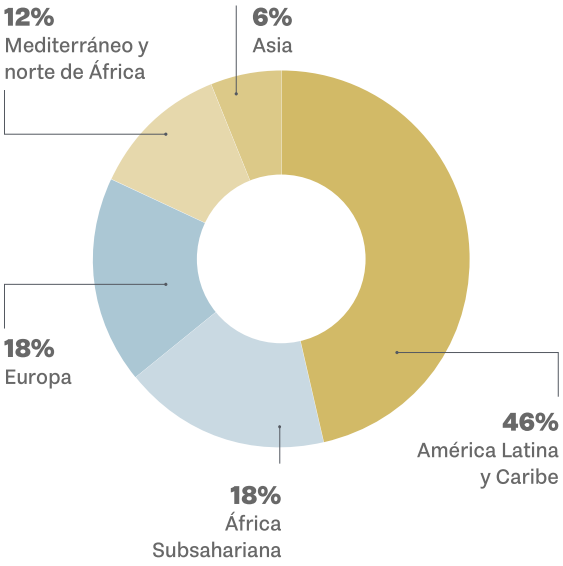
661

661 profesionales del sector público movilizados en proyectos de cooperación internacional

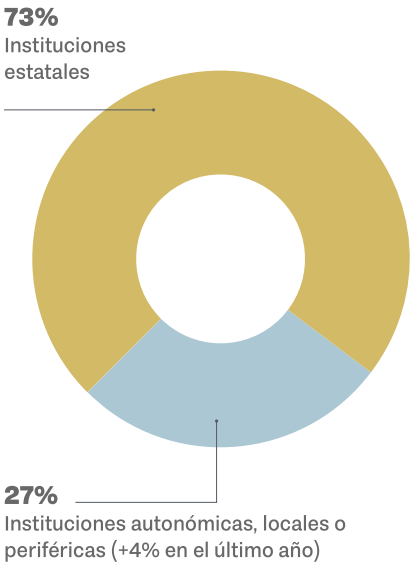
62
misiones de largo plazo

599
misiones de corto plazo

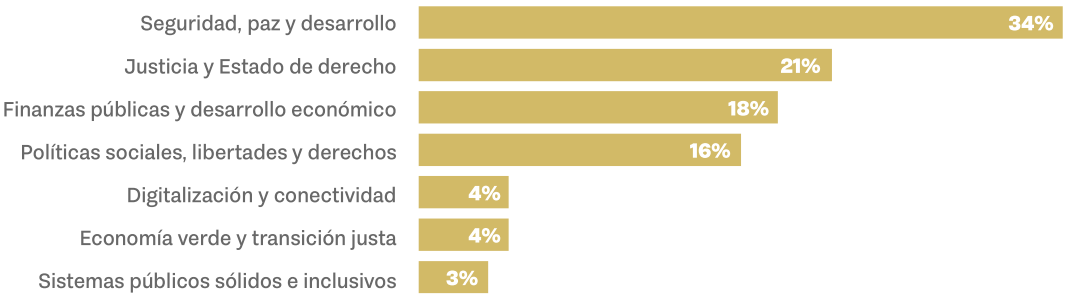
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA



NUESTRO #TALENTOPÚBLICO EN EL EXTERIOR PROVIENE DE



COMPARTIERON CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA EN



blico como activo de su proyección exterior. La cooperación técnica pública permite abordar retos compartidos que trascienden fronteras y teje alianzas entre administraciones que perduran más allá de la duración de los proyectos de cooperación. Estos vínculos institucionales contribuyen a consolidar un multilateralismo práctico, basado en reglas y orientado a resultados.

Retorno e innovación para las políticas públicas españolas. La participación de empleados públicos españoles en proyectos de cooperación internacional aporta, asimismo, un retorno significativo para las propias administraciones. El intercambio con países socios favorece la innovación, el aprendizaje mutuo y la mejora de las políticas públicas. Tal es el caso del programa EL PAcCTO 2.0, segunda fase del implementado entre 2017 y 2022, que une fuerzas con socios de América Latina y el Caribe para cooperar en materia de justicia y seguridad para la lucha contra el crimen organizado transnacional. Por ello, España impulsará una mayor presencia de la cooperación técnica pública en los instrumentos europeos de acción exterior, en particular en el marco de Europa Global para el periodo financiero 2028-2034.

Academia de España en Roma

La Academia, creada en 1873, es el instrumento decano de la política cultural exterior española. Su valor no reside únicamente en apoyar la creación artística, sino en ofrecer a creadores, investigadores, escritores, pensadores y diseñadores tiempo, libertad y un entorno intelectual privilegiado para desarrollar sus proyectos en una de las grandes capitales culturales del mundo. Su ubicación en Roma añade un valor diferencial: permite trabajar en diálogo con un legado histórico, artístico y documental excepcional y facilita la conexión con instituciones culturales, redes profesionales y corrientes creativas contemporáneas.

La AECID convoca las becas que permiten desarrollar proyectos en la Academia. A ellas pueden acceder ciudadanos españoles, de otros Estados miembros de la Unión Europea y de países iberoamericanos, lo que convierte al centro en un espacio de encuentro entre la cultura española, europea e iberoamericana. Sus disciplinas abarcan desde las prácticas artísticas tradicionales (artes visuales, arquitectura, literatura, música) hasta lenguajes contemporáneos y campos creativos en expansión, como el cómic, el diseño o la gastro-



Academia de España en Roma.

nomía. De este modo, la Academia proyecta una imagen de España como país creativo y conectado con los grandes debates culturales de su tiempo.

Hablamos de Europa

Un programa para acercar la Unión Europea a la ciudadanía. *Hablamos de Europa* es un programa que, desde hace más de dos décadas, ofrece información y divulgación sobre la actualidad de la Unión Europea desde una perspectiva española. Su objetivo es acercar la UE a la ciudadanía, explicar sus principales debates y oportunidades, y fomentar un mayor conocimiento del funcionamiento cotidiano de la Unión. Con presencia en Facebook, Instagram, X, YouTube y LinkedIn, difunde contenidos sobre asuntos europeos, oportunidades laborales, iniciativas institucionales y actividades dirigidas a promover una ciudadanía más informada y participativa.

Una plataforma para visibilizar la contribución española al proyecto europeo. El programa también da visibilidad a la presencia y aportación de España en instituciones, iniciativas y foros europeos, en ámbitos que van desde la economía y las finanzas hasta la agenda social, cultural, educativa y de valores. Asimismo, informa sobre actividades bilaterales con otros Estados miembros, países candidatos y socios europeos, contribuyendo a proyectar una imagen de Espa-

ña como actor comprometido con la integración europea y con los grandes debates sobre el futuro de la Unión.

Apoyo a la sociedad civil en el debate europeo. Esta acción se complementa con un programa de apoyo a organizaciones de la sociedad civil para actividades que refuercen la presencia de España en Europa y el conocimiento de Europa en España. A través de subvenciones anuales centradas en temas como la integración europea, la ciudadanía y los valores europeos, la ampliación o la prospectiva, centros de pensamiento, asociaciones, universidades y otras entidades contribuyen activamente al debate público sobre Europa y a la construcción europea desde diversos ámbitos.

Tertulias hispano-británicas

Las tertulias hispano-británicas son un foro de encuentro entre las sociedades civiles española y británica, organizado anualmente de forma alterna en cada país desde 1988, cuando la iniciativa surgió a raíz de la visita de la reina Isabel II a España. Reúnen a representantes de los ámbitos empresarial, cultural, político y mediático para debatir asuntos de actualidad, desde el impacto social de la tecnología hasta los grandes cambios geopolíticos, y contribuyen a consolidar el entendimiento mutuo entre ambas sociedades.



33ª edición de las tertulias hispano-británicas en Oxford.

PROYECCIÓN DE ESPAÑA EN ÁFRICA

España ha intensificado la proyección de su influencia hacia África. El despliegue de nuevos instrumentos de diplomacia pública y el creciente interés por el aprendizaje del español reflejan el avance de la proyección española en la región.



Reunión del Consejo Asesor España-África.

Fundación España-África	Consejo asesor España-África	Mesa África
Fundación privada con participación pública, creada en 2025 como una de las cien medidas de la Estrategia España-África 2025-2028. Impulsa la cooperación en los ámbitos político, económico, social, científico y cultural, con atención a la afrodiáspora y los afrodescendientes en España y América Latina, y crea oportunidades académicas y laborales para los jóvenes mediante becas e intercambios. Ha puesto en marcha encuentros de think tanks españoles y africanos, un centro de pensamiento de mediación sobre el papel de la mujer africana en los procesos de paz, un programa de empresarios africanos junto a la asociación iberoafricana de cámaras de comercio (AFRICO) y unos *investment days* sobre África.	Órgano asesor lanzado en julio de 2025, también entre las cien medidas de la Estrategia. Lo integran 54 expertos (34 africanos y 20 españoles) de los ámbitos académico, empresarial, institucional, político y de la sociedad civil, incluida la afrodiáspora. Asesora sobre seguridad, economía y comunicación para afianzar las relaciones bilaterales y multilaterales con los socios africanos, y contribuye a la implementación de la Estrategia. Se reúne una vez al año en España o en un país africano y de forma periódica en línea, en grupos de trabajo temáticos, y colabora con el MAUC en documentos de reflexión.	Plataforma creada por el MAUC para el encuentro y el debate entre la sociedad civil española y la administración pública sobre cómo impulsar las relaciones de España con sus socios africanos. Se organiza en cuatro grupos de trabajo: academia, sector privado, cooperación al desarrollo y afrodiáspora.

II.2.
Diplomacias sectoriales

Las diplomacias sectoriales traducen los activos concretos de España en relaciones internacionales de confianza. No son compartimentos aislados, sino canales especializados de diplomacia pública: la cultura crea afinidades; la economía proyecta solvencia y oportunidad; la educación y la lengua construyen vínculos generacionales; la ciencia conecta comunidades de conocimiento e innovación; y el deporte genera reconocimiento y cercanía.

Diplomacia cultural

La cultura es uno de los grandes activos de la presencia internacional de España. El país figura como cuarta potencia mundial en cultura y patrimonio según el *Global Soft Power Index 2026*, un capital que la diplomacia cultural moviliza para proyectar una imagen contemporánea, diversa y creativa y para situar a España en el imaginario colectivo global a la altura de su legado. Esa proyección genera un clima de confianza que beneficia tanto a las relaciones exteriores como a la internacionalización de las industrias culturales y creativas.

El marco de referencia es el Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior 2026-2028. El Plan articula cuatro líneas de acción: el



Vista del Pabellón de España en la Exposición Universal de Osaka de 2025.

refuerzo de la cultura española como marca reconocible y sello de excelencia (identidad-país), su uso como herramienta de diplomacia y cooperación, el impulso de las industrias culturales y creativas como motor de desarrollo económico, y la promoción del español y las lenguas cooficiales como vehículos de diálogo cultural.

La proyección cultural se despliega a través de una red institucional de amplio alcance. En el exterior, las Embajadas y los 16 Centros Culturales de la Cooperación Española organizan cerca de diez mil actividades anuales y atraen a alrededor de un millón y medio de visitantes en Iberoamérica y África, combinando creación española y local con programas de capacitación, movilidad y lectorados que tejen relaciones culturales duraderas. Además, los Centros Culturales conforman una red estratégica de "nodos" de poder blando basados en la cultura. El Ministerio de Cultura coordina a los actores e impulsa programas bilaterales de gran calado, como Mostra Espanha en Portugal, Foco Cultura España-México o el Año Dual España-India 2026, y lidera la presencia española en la UNESCO. El Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales del Ministerio de Cultura proyecta el cine y el audiovisual españoles mediante festivales, coproducciones y la atracción de rodajes, y Acción Cultural Española lleva el patrimonio y la creación contemporánea a exposiciones, festivales y a las exposiciones universales, con su Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE) como principal línea de apoyo al sector creativo. La participación en estas últimas proyecta la imagen del país ante audiencias globales: el Pabellón de España en la Expo Osaka 2025, una construcción circular de 3.500 m² inspirada en la corriente de Kuroshio, evocó los lazos históricos entre

DIEZ HITOS DE LA ACCIÓN CULTURAL ESPAÑOLA 2026-2028

Año 2026

- Año Dual España-India
- 250º aniversario de la independencia de los Estados Unidos
- XXX Cumbre Iberoamericana
- Bienal Internacional del Libro de São Paulo (España, país invitado)
- Nueva sede del Instituto Cervantes en Seúl

Año 2027

- Exposición Internacional de Belgrado
- Centenario de la Generación del 27
- Cuatrienal de Praga

Año 2028

- Año Goya
- Música en español, más universal que nunca (2026-2028)

Fuente: Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior 2026-2028.

España y Japón ante cerca de 28 millones de visitantes. La Expo 2030 de Riad abrirá el próximo ciclo expositivo y permitirá consolidar la presencia española en el Golfo, región de creciente relevancia para los intereses estratégicos de España. De igual modo, Radiotelevisión Española (RTVE) produce contenidos que reflejan la cultura española y participa en su promoción mediante la difusión de eventos culturales, festivales, conciertos y exposiciones, tanto en sus propios canales como en colaboración con otras instituciones.

La cooperación cultural constituye un eje propio con vocación transformadora. Refleja el compromiso de España con la cultura como motor de desarrollo humano y cohesión social. El programa Patrimonio para el Desarrollo de la Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID) emplea el patrimonio como herramienta de desarrollo sostenible, mediante la rehabilitación y gestión de bienes que generan oportunidades económicas y refuerzan la identidad de las comunidades, y el programa ACERCA forma y profesionaliza a gestores, creadores y responsables de políticas culturales, dinamizando los sectores culturales de los países socios. A su vez, el programa VENTANA tiene por objetivo promover a los creadores, instituciones, festivales e industrias culturales españolas a través de contenidos digitales que permitan su internacionalización.

España cuenta con instrumentos propios de prestigio que la sitúan en el centro de las grandes conversaciones culturales internacionales. Los Premios Princesa de Asturias, declarados por la UNESCO de excepcional aportación al patrimonio cultural de la humanidad, reconocen cada año trayectorias de alcance global; el Premio Cervantes es el máximo galardón de las letras en español y un símbolo del peso cultural compartido del mundo hispanohablante; y las grandes citas con sede en España, como la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCOmadrid, las ferias del libro o los festivales de cine y música, operan como plataformas de proyección y atracción de audiencias internacionales. El festival literario Centroamérica Cuenta se celebra dos veces al año en países de Centroamérica y en Madrid, y se ha consolidado como un espacio para fortalecer la cultura común a través de la promoción de la literatura. Asimismo, el Premio Bartolomé de las Casas muestra el compromiso con los valores que caracterizan la cultura española, entre ellos, la defensa de los derechos de los pueblos indígenas de América Latina y el Caribe.

LLEVAR LA CULTURA ESPAÑOLA AL MUNDO

Lviv Culture Hub

Inaugurado por el ministro Albares y la directora general de la UNESCO, Audrey Azoulay, es el primer centro cultural de la UNESCO en Ucrania. Dedicado a la cultura como factor de paz y resiliencia, ya ha formado a más de 590 profesionales y desarrolla programas para la atención a veteranos de guerra y desplazados internos, en un país cuyo tejido cultural ha perdido cerca del 90% de sus recursos a causa de la guerra.

El centro ocupa un edificio modernista de 1912 rehabilitado en el centro histórico de Lviv (Leópolis), área que la UNESCO declaró Patrimonio Mundial en 1998. Su actividad se articula en siete áreas, del patrimonio documental y construido a las industrias creativas y la gobernanza cultural, en colaboración con instituciones como el Getty Conservation Institute, el Smithsonian, UNITAR e ICOMOS.

Financiado íntegramente con cargo al Fondo Fiduciario España-UNESCO de Cooperación para el Desarrollo, el programa se inició en diciembre de 2022.



Inauguración del Lviv Culture Hub, Ucrania.

HOLA... África!

HOLA... África! es un programa de cooperación musical que empareja a artistas españoles con creadores locales en escenarios emblemáticos de ciudades africanas, situando el diálogo entre ambos talentos en el corazón de la vida cultural de cada país. El modelo parte de la experiencia de HOLA... Bamako!, festival impulsado desde 2018 por la Embajada de España en Malí con el apoyo de la AECID, cuyo éxito ha llevado a escalar la fórmula hasta convertirla en una red regional.

En su primer despliegue simultáneo, espacios de referencia de Bamako, Accra, Abiyán, Luanda, Yaundé, Cidade Velha y Túnez se convirtieron en nodos de cooperación cultural, en una programación que integra festivales ya consolidados, como HOLA... Bamako! (que celebró su novena edición en el Museo Nacional de Malí, en coincidencia con el programa VIS A VIS de Casa

España impulsará el sello "España. Cultura Viva" como herramienta común de visibilización de su cultura. A través de campañas, presencia en ferias y festivales internacionales, alianzas con plataformas culturales líderes y un nuevo canal cultural en RTVE, el sello buscará posicionarse como marca de excelencia en el escenario internacional y transmitir la pluralidad de la expresión cultural española como uno de sus activos más distintivos.

África), junto a primeras ediciones como la de Accra. Alineado con el Plan África 2025-2028, el programa facilita el acceso del talento español a nuevos contextos culturales y ofrece a los artistas africanos una vía para conectar con circuitos globales.

A lo largo del periodo de esta Estrategia, HOLA... África! aspira a consolidarse como una red cultural estable entre España y el continente africano, reforzando el papel de la cooperación cultural como motor de desarrollo y entendimiento mutuo. Con ello, España se proyecta como socio cultural de referencia en África.

El Prado en las calles

Proyecto desarrollado por el Museo Nacional del Prado y la AECID que lleva el arte al espacio público mediante una exposición fotográfica con reproducciones a escala real de obras maestras de la pinacoteca, dispuestas en plazas, calles y paseos de ciudades de todo el mundo. Puesto en marcha en 2011 con la colaboración de los Centros Culturales de España, se estrenó en la República Dominicana y desde entonces ha recorrido numerosos países de América Latina, Guinea Ecuatorial y Filipinas, además de prácticamente todas las provincias españolas.

En 2026, coincidiendo con los quince años del proyecto, regresa a la República Dominicana integrado en el programa El Prado en nosotros, que combina la muestra al aire libre con una exposición de arte contemporáneo y una residencia para artistas dominicanos. Para finales de 2026 está prevista su inauguración en la India, con motivo del Año Dual España-India, además de nuevas itinerancias en Perú y Uruguay.

El Thyssen te visita

Iniciativa de la AECID, las Embajadas de España en Brasil y México y el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza que lleva reproducciones de cincuenta obras maestras del museo, en un recorrido por la pintura occidental del siglo XIII al XX, a espacios públicos abiertos de Brasilia, São Paulo y México. La muestra, de acceso libre y gratuito, acerca el arte a la vida cotidiana y pone en valor la cultura como herramienta de cohesión social y participación ciudadana.

La elección de Brasil y México en 2026, año en que España acoge en Madrid la XXX Cumbre Iberoamericana, refleja la riqueza plural de Iberoamérica y la voluntad de tender puentes entre sociedades unidas por vínculos históricos, lingüísticos y humanos.

Presentación del Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior.



Diplomacia económica y comercial

La diplomacia económica es un instrumento central de la acción exterior. Defiende, promueve y proyecta los intereses económicos de España en el mundo en un contexto de fragmentación geoeconómica, creciente incertidumbre, competencia tecnológica y reconfiguración de las cadenas de valor, y contribuye de forma directa a la competitividad, la internacionalización y la seguridad económica del país. La respaldan una arquitectura institucional consolidada y una red exterior presente en prácticamente todos los mercados relevantes del mundo.

La diplomacia económica también es diplomacia pública. Proyecta imagen y construye reputación: presenta a España como actor fiable, innovador y abierto y modela la percepción internacional de su tejido empresarial. La calidad, la tecnología y la sostenibilidad que el exterior asocia a las empresas y a los productos españoles integran el capital de influencia del país y su marca y orientan las decisiones de inversión, consumo y asociación de terceros.

Las empresas españolas con presencia internacional actúan como embajadoras del país. Sus marcas, sus estándares y su comportamiento social y medioambientalmente responsable transmiten una imagen de España allí donde operan, y su éxito respalda la credibilidad de la oferta nacional. La diplomacia pública las incorpora, trata de alinear su proyección con la narrativa del país y reconoce su contribución a la imagen exterior.

La coherencia entre la marca-país y la proyección de las empresas determina la fuerza del conjunto, y esta reputación económica opera en doble dirección. España trata de coordinar el relato con la imagen que difunden sus compañías, evitando la dispersión de mensajes y construyendo de forma global una identidad económica reconocible. Al mismo tiempo, el efecto país de origen traslada la imagen de España a la confianza que despiertan sus empresas, mientras la proyección de sus compañías líderes refuerza la percepción del conjunto. La diplomacia pública velará por esa coherencia y por la traducción de los éxitos empresariales en reputación de país. Su objetivo es situar la economía española en los segmentos de mayor valor añadido, posicionar a sus empresas en sectores punteros y desplazar una imagen pasada de bajo coste o limitada al turismo y al estilo de vida. La transición energética, la digitalización, la biotecnología, las infraestructuras y el diseño sostienen en la actualidad un relato de competitividad y vanguardia que la acción exterior amplificará.

La diplomacia económica también es diplomacia pública. Proyecta imagen y construye reputación: presenta a España como actor fiable, innovador y abierto y modela la percepción internacional de su tejido empresarial.



Pabellón España del ICEX, en la feria alimentaria Fancy Food Show, celebrada en Nueva York (EE.UU.) en 2023.

La imagen económica se construye a partir de audiencias concretas. España identifica a los públicos que deciden sobre su economía (inversores, analistas, prensa financiera especializada y grandes prescriptores empresariales) y orienta hacia ellos un trabajo sostenido de información, contacto y confianza. Influir sobre quien evalúa, recomienda, importa o invierte genera reputación y lleva al ámbito económico la segmentación propia de la diplomacia pública.

La atracción de inversión y talento es una competición de percepción. España competirá por el capital y el talento internacionales presentándose como plataforma estable, sostenible y conectada para invertir, innovar y residir. ICEX España Exportación e Inversiones (ICEX) e Invest in Spain encabezan esta proyección, sostenida sobre el terreno por la Red de Oficinas Económicas y Comerciales y respaldada por los instrumentos de financiación e internacionalización del ICO (Instituto de Crédito Oficial) y COFIDES (Compañía Española de Financiación al Desarrollo), la cobertura de riesgos de CESCE (Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación) y la representación empresarial de las Cámaras de Comercio y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), que acompañan a la empresa española en cada fase de su salida al exterior.

Los españoles en el exterior extienden la presencia económica del país. Los profesionales, emprendedores y directivos españoles en empresas y mercados internacionales, junto a las Cámaras de Comercio españolas en el extranjero, forman una red de contacto y prescripción que España movilizará como vector de imagen y de oportunidades de negocio.

Internacionalización de las industrias culturales y creativas

El sector cultural representa más del 3,5% del PIB y da empleo a 800.000 personas. Si se incluyen las actividades vinculadas a la propiedad intelectual, el sector supera en valor añadido a industrias como la textil, la farmacéutica o la química. Su peso va más allá de lo económico: es el principal vehículo de identidad de España ante un mundo en el que el prestigio, la visibilidad y el reconocimiento son factores de influencia creciente.

La internacionalización de las industrias culturales y creativas es un vector de proyección exterior de creciente relevancia. La música, el cine, la televisión, la animación, el sector editorial, la danza y los videojuegos acceden a nuevos mercados a través de programas específicos de acompañamiento y en colaboración con las asociaciones sectoriales, que coordinan la presencia de empresas culturales españolas en los principales certámenes, festivales y foros internacionales. El resultado es un gran retorno diplomático y reputacional: España se ha afianzado como uno de los grandes motores de ficción del catálogo global de las principales plataformas, con títulos como La casa de papel o Élite, entre otros, convertidos en fenómenos internacionales.

Las industrias culturales y creativas constituyen uno de los activos de imagen más poderosos del país. La gastronomía se ha consolidado como marca cultural en sí misma y condiciona positivamente la percepción internacional de España: la Guía Michelin 2026 reconoce 307 restaurantes con estrella, dieciséis de ellos con la máxima distinción; la lista The World's 50 Best Restaurants sitúa de forma estable a establecimientos españoles en sus primeras posiciones, con Asador Etxebarri en el segundo puesto y DiverXO en el cuarto; y la lista Best of the Best incluye a Disfrutar y El Celler de Can Roca. A ello se suma la presencia global de la moda española, además del peso del diseño industrial y gráfico. Junto a firmas históricas como Loewe, una de las casas de lujo más antiguas del mundo, conviven propuestas más actuales como Inditex, Mango y Palomo Spain. La arquitectura española ha obtenido el Premio Pritzker en dos ocasiones, con Rafael Moneo y el estudio RCR Arquitectes y mantiene una proyección sostenida en obras emblemáticas de todo el mundo. Estos activos construyen una imagen de España creativa, innovadora y de excelencia.



Modelos durante el evento de moda 080 Barcelona Fashion.

España es una plataforma global y un escaparate de su tejido productivo. Citas como el Mobile World Congress o la Feria Internacional de Turismo (FITUR) atraen cada año a la industria mundial a suelo español y proyectan al país como plataforma hacia la Unión Europea y como puente natural hacia América Latina y el Caribe y hacia África. La celebración anual de más de noventa ferias internacionales y la presencia coordinada en los grandes encuentros sectoriales consolidan esa posición y refuerzan la marca España como activo de influencia.

La calidad agroalimentaria es una de las imágenes más eficaces de España. Junto a referentes consolidados como el aceite de oliva, el vino o el jamón ibérico, España suma una potente industria pesquera y conservera, una horticultura que abastece a Europa y una cocina de vanguardia reconocida. Un sistema de denominaciones de origen exigente respalda esta oferta, la sitúa en el segmento premium y asocia su nombre a la calidad, la innovación y la seguridad alimentaria. España proyectará esta reputación agroalimentaria como uno de los activos más visibles de su marca económica.

Diplomacia educativa y lingüística

Promover el español es promover una cultura, una comunidad de valores y el elemento definitorio del espacio iberoamericano.

La lengua y la educación son dos de los activos más distintivos y duraderos de la proyección exterior de España. Su acción se despliega en torno a dos ejes complementarios: la dimensión educativa, orientada a extender la enseñanza en español y a consolidar España como destino de referencia para estudiantes internacionales y la dimensión lingüística, orientada a promover el español como lengua global de prestigio y a impulsar su presencia en los entornos digitales y multilaterales. Promover el español es promover una cultura, una comunidad de valores y el elemento definitorio del espacio iberoamericano.

La acción educativa exterior lleva la enseñanza en español a más de dos millones de personas cada año. El Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, a través de su red de Consejerías, Agregadurías y Asesorías de Educación, la imparte en más de 5.000 centros educativos de los cinco continentes con el apoyo de cerca de 10.000 profesores. Su despliegue se articula a través de los 18 centros docentes de titularidad estatal en el extranjero, concentrados singularmente en Marruecos, los centros de titularidad mixta en Brasil y Argentina, las Agrupaciones de Lengua y Cultura Españolas, las Secciones Españolas en Escuelas Europeas y los centros de convenio y secciones bilingües. Dos programas lo completan: el de Profesorado

Visitante y el de Auxiliares de Conversación, con un impacto acumulado de más de 20 millones de alumnos.

La acción educativa exterior lleva la enseñanza en español a más de dos millones de personas cada año

España es el primer destino de estudiantes Erasmus+ de forma ininterrumpida desde 2001. La internacionalización del Sistema Universitario Español, bajo la responsabilidad del Servicio Español para la Internacionalización de la Educación (SEPIE), convierte ese liderazgo en un activo de poder blando: cada generación de estudiantes internacionales que pasa por España genera vínculos personales, lingüísticos y culturales duraderos. La iniciativa Study in Spain articula la marca-país en la educación superior, apoyada por una oferta creciente de grados y másteres en inglés (283 grados y 508 másteres con al menos un 30% de docencia en inglés). En paralelo, la Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Universitat Oberta de Catalunya participan en la alianza OpenEU, que tiene como principal objetivo la creación de la primera universidad abierta paneuropea. A ello se suma el peso global de las escuelas de negocios españolas, IE Universidad, IESE Business School y ESADE, situadas de forma estable en los primeros puestos de los rankings de programas MBA y de formación de ejecutivos.

Los cuatro Centros de Formación de la Cooperación Española, en América Latina, constituyen una red institucional que favorece el diálogo político y la cooperación técnica entre España y la región. Los centros funcionan como espacios de innovación y conocimiento, y reúnen a responsables públicos, organismos internacionales y representantes de la sociedad civil para abordar retos comunes y construir soluciones compartidas. El trabajo de los Centros se ha materializado en la creación de los Espacios de Inteligencia Colectiva, impulsados en el marco INTERCOONECTA, que reúnen de forma estable a instituciones públicas, organismos internacionales, academia y sociedad civil para responder a desafíos compartidos (como la acción climática o la transformación digital).

La dimensión lingüística constituye un eje propio de la acción exterior española. La promoción de la lengua y la cultura genera cercanía y vínculos de interés mutuo con los países receptores a partir de valores, idioma e identidades compartidos. Por ello, España impulsa la incorporación del español en los sistemas educativos de países no hispanohablantes mediante la acción coordinada del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, el Instituto Cervantes, la AECID y la red de Embajadas y Representaciones Permanentes del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, en colaboración con las autoridades locales.



El presidente del Gobierno en la inauguración de la sede de ONU Turismo en España, Palacio de Congresos de Madrid, junio de 2026.

Turismo

El turismo es uno de los vectores más potentes de la presencia internacional de España. El país es el segundo destino mundial, con 96,8 millones de visitantes internacionales en 2025 y un gasto turístico de 134.743 millones de euros, ambas cifras récord histórico. El superávit de la balanza turística alcanzó los 70.300 millones de euros. El sector aporta alrededor del 13% del PIB y emplea a cerca de tres millones de trabajadores. Más allá de su peso económico, el turismo opera como un vector silencioso de diplomacia: cada año, decenas de millones de visitantes regresan a sus países con una experiencia directa de España que ningún otro instrumento de proyección exterior puede igualar en escala ni en autenticidad.

España ocupa un lugar singular en la gobernanza global del turismo. Es miembro fundador de ONU Turismo, cuya sede se encuentra en Madrid y que desde 2003 es la agencia especializada del sistema de Naciones Unidas. Además, es el país con mayor participación de entidades públicas y privadas en el programa de Miembros Afiliados de la organización, lo que sitúa a España no sólo como destino de referencia, sino como referente normativo y técnico del sector a escala global. La nueva sede de ONU Turismo en Madrid refuerza material y simbólicamente este liderazgo.

España promueve un modelo de transformación turística sostenible. Su marco es la Estrategia España Turismo 2030, que apuesta por la triple sostenibilidad económica, social y ambiental, por la primacía de la calidad sobre la cantidad, la desconcentración territorial y la desestacionalización, y que se ha construido con las comunidades autónomas, las entidades locales y el sector privado. Sobre esa base, España proyecta su modelo en la agenda multilateral del sector: TURESPAÑA lo articula a través de su red de Consejerías de Turismo en los mercados emisores clave, SEGITTUR exporta el modelo español de Destinos Turísticos Inteligentes y canaliza la cooperación técnica internacional en gestión de destinos y la campaña Think You Know Spain? Think Again proyecta una España diversa y contemporánea.

Esta acción genera un capital relacional de extraordinario valor diplomático. Los grandes mercados emisores como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Estados Unidos y, de forma creciente, los países asiáticos producen flujos humanos sostenidos que tejen vínculos sociales, culturales y económicos densos. Cada flujo turístico estable se traduce en una base de afinidad que refuerza las relaciones bilaterales y aporta resiliencia a la acción exterior en momentos de fricción política o económica. La satisfacción de quienes visitan España es muy elevada: el 97% declara haber quedado satisfecho o muy satisfecho con su viaje.



S.M. la Reina Letizia en la inauguración del Instituto Cervantes de Dakar, en diciembre de 2021.

El Instituto Cervantes es la infraestructura más extensa de la diplomacia lingüística española. Está presente en más de 100 ciudades de 52 países, a través de centros, aulas y extensiones y articula sus actividades gracias a 800 convenios con instituciones de todo el mundo. Su misión consiste en traducir la política lingüística del Estado en relaciones concretas con universidades, ministerios de educación, medios y sociedad civil de los países de acogida y generar afinidad e influencia de largo plazo en torno a la lengua compartida. Matricula cada año cerca de 68.000 alumnos y gestiona la certificación oficial del español: administra los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE), con más de 140.000 candidatos anuales en una red de más de 1.250 centros de examen, e impulsa, junto a universidades de referencia, el Servicio Internacional de Evaluación de la Lengua Española (SIELE), el examen digital y escalable del español. Acredita a más de 220 centros de enseñanza de español dentro y fuera de España a través del Sistema de Acreditación de Centros del Instituto Cervantes (SACIC). Igualmente, proyecta las lenguas cooficiales como parte del patrimonio lingüístico de España. Incorpora el catalán, el euskera y el gallego a su programación cultural y a su oferta de cursos en colaboración con las instituciones encargadas de su difusión exterior, como el Institut Ramon Llull, Etxepare Euskal Institutua y el Consello da Cultura Galega. Esta presencia traslada al exterior el carácter plurilingüe del país y da cabida a sus literaturas y a sus creadores en la red de centros. Además, su programación cultural proyecta la creación hispánica contemporánea en diálogo con las culturas locales. El principal activo intangible del Instituto es su capacidad de articular, en cada sede, una oferta integrada de lengua, cultura, certificación y conocimiento que vincula el aprendizaje del español con la imagen de España.

El Instituto Cervantes está presente en más de 100 ciudades de 52 países

España también impulsa la presencia del español en otros ámbitos de prestigio. En los organismos internacionales, esta labor se articula a través de los Grupos de Amigos del Español, una red creciente de memorandos de entendimiento con países hispanohablantes y programas de formación de diplomáticos y funcionarios internacionales. La concertación iberoamericana se refuerza en el marco de las Cumbres Iberoamericanas, como la que España acogerá en Madrid los días 4 y 5 de noviembre de 2026. En el plano digital, España trabaja para garantizar una presencia robusta del español en los entornos tecnológicos y en la inteligencia artificial, una agenda que coordina el Observatorio Global del Español del Instituto Cervantes en estrecha colaboración con la Real Academia Española (RAE) y la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE).

La cooperación educativa con Iberoamérica y África es un eje central de la proyección exterior española. Las becas MAUC-AECID, las becas de la Fundación Carolina, los programas de movilidad académica iberoamericana en colaboración con la Organización de Estados Iberoamericanos, los lectorados de español, los programas Fulbright y los acuerdos bilaterales de cooperación universitaria tejen una densa red de relaciones que sostiene a largo plazo la proyección educativa española en regiones prioritarias, vinculando la formación de alto nivel de las generaciones más jóvenes con la creación de oportunidades y la consolidación de lazos duraderos entre España y sus socios.

Diplomacia científica

La ciencia y la tecnología son hoy instrumentos de poder, influencia y posicionamiento internacional. España ha apostado por convertirlas en un eje propio de su acción exterior. El país ocupa el noveno puesto mundial por volumen de producción científica y el tercero de la Unión Europea, con más de 126.000 publicaciones en 2024. Esa base sólida, unida a una participación activa en las grandes infraestructuras y programas de investigación europeos (Horizonte Europa, Organización Europea para la Investigación Nuclear, Agencia Espacial Europea), sitúa a España en una posición de creciente influencia en la gobernanza científica internacional.

España ha desarrollado una capacidad propia de diplomacia científica, tecnológica y de innovación. Esta capacidad combina la acción de las administraciones públicas, los organismos de investigación, las universidades, la comunidad científica en el exterior y la sociedad civil, con dos objetivos principales: apoyar la internacio-

nalización del sistema español de ciencia, tecnología e innovación y fortalecer redes de conocimiento con socios prioritarios. En colaboración con los actores de este sistema, la AECID desarrolla cada año cerca de 200 actividades de diplomacia científica a través de las Consejerías Culturales y Científicas de las Embajadas. A ello se suma la Red de Asociaciones de Investigadores y Científicos Españoles en el Exterior (RAICEX), que reúne a más de 4.500 asociados en una treintena de países y constituye un activo clave para conectar el talento científico español con comunidades de conocimiento internacionales.

Otros instrumentos completan esta arquitectura institucional. Entre ellos figura el programa INTERCOONECTA de la AECID, orientado a la transferencia, el intercambio y la gestión del conocimiento con América Latina y el Caribe. La Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), por su parte, impulsa iniciativas que acercan la investigación y la innovación a la red de embajadas y refuerza su colaboración con las asociaciones de investigadores españoles en el exterior. La reciente creación de la Oficina Nacional de Asesoramiento Científico en la Presidencia del Gobierno contribuye, además, a fomentar la coordinación transversal de esta agenda, y la Fundación Carolina impulsa la internacionalización de universidades y centros de investigación españoles, la formación de doctores y la creación de redes de investigación iberoamericanas. En conjunto, estos instrumentos permiten proyectar a España como un país comprometido con la circulación internacional del conocimiento, la cooperación científica y la innovación compartida.

España ocupa el noveno puesto mundial en volumen de producción científica y el tercero de la Unión Europea, con más de 126.000 publicaciones en 2024

España participa en la construcción de los mecanismos de colaboración científica. Ha contribuido a la elaboración del Marco Europeo de Diplomacia Científica, la primera recomendación de la Unión en la materia, que el Consejo adoptó en mayo de 2026 a propuesta de la Comisión. El marco persigue, entre otros objetivos, defender los valores democráticos y la soberanía tecnológica de la Unión, afianzar su liderazgo como actor científico mediante una cooperación internacional abierta y segura, y dotar de mayor coherencia a la acción de los Estados miembros.

La diplomacia científica española se alinea con los grandes esfuerzos multilaterales. En el espacio iberoamericano, España desempeña un papel clave en el refuerzo de la cooperación científica y colabora estrechamente con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). En el Mediterráneo, el Pacto por el Mediterráneo impulsado por la Unión Europea abre un terreno de acción en ámbitos como la



S.M. el Rey durante su visita al Mobile World Congress celebrado en Barcelona en 2026.

transición ecológica, la resiliencia hídrica, la innovación, la investigación marina, la energía renovable y la movilidad del conocimiento.

España profundizará en su liderazgo en diplomacia científica en torno a tres ámbitos prioritarios. Estos son la inteligencia artificial y la gobernanza tecnológica, la transición ecológica y la acción climática, y la salud global. En lo que respecta a este último, la Iniciativa en Salud Global (Plataforma de Acción de Sevilla) proyecta a España como un actor creíble, capaz de generar consensos en el ámbito multilateral, favoreciendo la reputación internacional de la cooperación española y ampliando la capacidad de influencia en debates sobre la reforma del sistema global de salud. La atracción y retención de talento investigador, por su parte, consolidará los instrumentos que han permitido revertir la fuga de cerebros de la década anterior y ampliará su presencia en los foros científicos multilaterales donde se definen las normas de la ciencia internacional.

En el marco del programa regional Masar Al'an, de la AECID, destaca la puesta en marcha de Masar Conecta. Este moviliza expertos españoles y mediterráneos mediante un ambicioso plan de cooperación técnica y cocreación de conocimiento con las administraciones y la sociedad civil de 11 países árabes, con foco en la juventud y las mujeres.



Copa Mundial de la FIFA 2030

El Mundial de fútbol de 2030 es una oportunidad histórica para la imagen internacional de España. El torneo permitirá atraer inversiones, impulsar el turismo y acelerar la transformación de la industria deportiva nacional, y será además un ejemplo de cooperación internacional: por primera vez, un Mundial reunirá a seis países anfitriones en tres continentes, con España, Portugal y Marruecos como sede central y los partidos del centenario en Argentina, Paraguay y Uruguay.

El impacto económico estimado para España supera los 10.000 millones de euros. Las previsiones oficiales asocian al evento más de 82.000 empleos equivalentes a tiempo completo, repartidos entre turismo, servicios y actividad organizativa. Por ese motivo, España impulsará una estrategia específica para maximizar las oportunidades económicas, de proyección internacional y de conectividad asociadas al torneo.

El alcance del Mundial va más allá de las cifras. Con 48 selecciones y miles de millones de espectadores, el foco global del deporte apuntará a España durante semanas, una presencia sostenida en la agenda mundial que permitirá mostrar su capacidad organizativa, proyectar los valores del deporte español y diversificar el turismo hacia mercados que la visitan con menor frecuencia.

Diplomacia deportiva

España se ha consolidado como una de las grandes potencias deportivas internacionales. Los éxitos de sus deportistas, clubes y selecciones generan una resonancia global que pocas naciones pueden igualar y sitúan al deporte entre los activos más eficaces de la proyección exterior del país, con un retorno reputacional documentado en los principales índices internacionales de marca y poder blando.

Los logros competitivos de las últimas décadas avalan esta posición. En fútbol, la selección masculina conquistó la Copa Mundial en 2010 y las Eurocopas de 2008, 2012 y 2024; la selección femenina se proclamó campeona del mundo en 2023, y Aitana Bonmatí fue reconocida tres años consecutivos como mejor jugadora del mundo. En baloncesto, la selección masculina ha sido campeona del mundo en 2006 y 2019, y la femenina, cuatro veces campeona de Europa. En tenis, ciclismo, atletismo, natación, piragüismo, bádminton y motociclismo, los deportistas españoles han alcanzado de forma sostenida los más altos niveles de rendimiento internacional. España es hoy uno de los países más avanzados en la promoción del deporte

femenino, con referentes como Carolina Marín, Mireia Belmonte o Lydia Valentín.

La fortaleza deportiva también tiene una dimensión económica relevante. El sector genera el 3,28% del PIB, considerando actividad directa, indirecta e inducida, y más de 635.000 empleos. La industria deportiva española ha desarrollado además una creciente capacidad exportadora en gestión de instalaciones, organización de eventos, tecnología aplicada al deporte y turismo deportivo, con presencia en numerosos mercados internacionales.

Los éxitos de sus deportistas, clubes y selecciones generan una resonancia global que pocas naciones pueden igualar y sitúan al deporte entre los activos más eficaces de la proyección exterior del país

La Liga y sus clubes actúan como embajadores en permanente actividad: el Real Madrid y el FC Barcelona ocupan los dos primeros puestos del ranking mundial de marcas de clubes de fútbol en 2025, con valores de 1.900 y 1.700 millones de euros respectivamente. Su presencia en Asia, América Latina y África genera una vinculación emocional con España que ninguna campaña institucional puede replicar, y su actividad comercial, de formación y de expansión internacional constituye en sí misma una forma de diplomacia deportiva de alcance continuo.

Esta base competitiva y económica sustenta una diplomacia deportiva activa. España ha impulsado políticas públicas orientadas a fortalecer la gobernanza deportiva, promover la igualdad y potenciar la dimensión internacional del sector. El Consejo Superior de Deportes desempeña un papel central en esta proyección, coordinando la presencia española en organismos deportivos internacionales y aprovechando cada gran evento como oportunidad de influencia y visibilidad global.



V Conferencia Ministerial sobre Política Exterior Feminista, 2 y 3 de junio de 2026.

Política Exterior Feminista

Un ámbito de acción exterior con alta credibilidad internacional. La diplomacia feminista constituye uno de los ámbitos de la acción exterior española con mayor reconocimiento internacional y una de las dimensiones más sólidas de su poder blando. La trayectoria de España en materia de igualdad, derechos de las mujeres y lucha contra la violencia de género ha dotado al país de credibilidad, experiencia y capacidad de interlocución.

Una posición internacional reforzada por avances sostenidos. España ocupa el 4.º puesto de la UE en el Gender Equality Index 2025, con una mejora de 13,2 puntos desde 2015, y el 12.º puesto mundial en el Global Gender Gap Index 2025. Estos avances refuerzan su autoridad para proyectar internacionalmente capacidades en igualdad, derechos de las mujeres, prevención de la violencia de género y participación plena, igualitaria y sustantiva en la vida política, económica y social.

España como espacio de encuentro internacional. La celebración en Madrid de la Quinta Conferencia Ministerial sobre Política Exterior Feminista, en junio de 2026, reforzó el papel de España como espacio de diálogo sobre igualdad de género y acción exterior, al reunir a responsables gubernamentales, organismos internacionales y representantes de la sociedad civil para debatir el papel de la igualdad de género en la gobernanza global.

Un activo reputacional y de influencia. La igualdad de género es hoy uno de los principales activos reputacionales de España. Su proyección exterior contribuye a asociar al país con una imagen de modernidad, apertura, innovación institucional y compromiso con los derechos humanos, al tiempo que refuerza su capacidad de influencia en debates internacionales clave como la democracia, la cohesión social, el desarrollo sostenible, la paz y la seguridad.

II.3.
Comunicación estratégica

La comunicación estratégica permite que los activos de diplomacia pública lleguen a las audiencias adecuadas, en el momento oportuno y con formatos comprensibles. Su función no es sustituir la construcción paciente de relaciones, sino hacerla más visible, más coherente y más adaptable al entorno informativo internacional. Por ello, la comunicación digital, la prevención de narrativas distorsionadas y la gestión de crisis forman parte de la misma arquitectura: explicar mejor España, proteger la confianza construida y responder con claridad cuando esa confianza se ve sometida a presión. Para ello, es necesario definir objetivos comunicativos precisos, difundir información veraz y proyectar de manera coherente los intereses, valores e identidad de España en el entorno informativo internacional.

El entorno informativo es hoy un espacio de competencia geopolítica. La sobreabundancia informativa, la aceleración digital, la fragmentación de audiencias y la proliferación de operaciones de influencia han convertido a la comunicación estratégica en un elemento central de la acción exterior del Estado. En este contexto, la dimensión cognitiva de esta competencia ha adquirido una importancia estratégica: permite influir en percepciones, narrativas y preferencias sin recurrir necesariamente a formas directas de confrontación. El espacio informativo, entendido como el ámbito en el que

se forman percepciones, circulan relatos y se construye o erosiona la confianza pública, se ha convertido en un terreno clave de disputa nacional e internacional. En él se libra una pugna creciente por condicionar actitudes sociales, orientar preferencias y afectar a la confianza de las sociedades en sus instituciones, mientras algunos actores no dudan en recurrir a la injerencia y la desinformación o en amplificarlas.

La sobreabundancia informativa, la aceleración digital, la fragmentación de audiencias y la proliferación de operaciones de influencia han convertido a la comunicación estratégica en un elemento central de la acción exterior del Estado

La presente Estrategia articula esta política en tres dimensiones complementarias: la **proactiva**, centrada en la proyección coordinada del mensaje país y en la generación de confianza con públicos internacionales; la **defensiva**, orientada a proteger la credibilidad de España frente a la desinformación, las campañas de manipulación informativa y las operaciones de injerencia extranjera, incluidas las de carácter híbrido; y la **adaptativa**, dirigida a la gestión de crisis comunicativas de alcance internacional.

La credibilidad exige coordinación, transparencia y coherencia. Se trabajará en estas tres dimensiones con objetivos claros, escucha activa, capacidad de respuesta ágil y coordinación efectiva entre los servicios centrales y la red exterior, en línea con los marcos europeos y atlánticos de referencia, y con pleno respeto a la libertad de expresión, la libertad de prensa y los principios democráticos que orientan la acción exterior española.

Comunicación digital

La comunicación digital es una infraestructura central de la diplomacia pública. Permite interactuar de forma directa con audiencias extranjeras, acercar la acción exterior a la ciudadanía, fortalecer los vínculos con las comunidades españolas en el exterior y proyectar una imagen coherente, plural y reconocible del país. Desde 2014, se ha pasado de unas 50 cuentas en redes sociales de Embajadas y Consulados a más de 440 en 2026, configurando una red de interacción y amplificación que diversifica el alcance del mensaje país y adapta su contenido a contextos locales.

El espacio informativo se ha convertido en un terreno clave de disputa nacional e internacional

Las campañas digitales acercan la acción exterior a públicos diversos. Esta red sostiene un conjunto de campañas con vocación de servicio público y proyección exterior. “ViajaSeguro” proporciona información de seguridad y promueve el registro consular entre los ciudadanos españoles en el extranjero. “Diplodato” divulga el trabajo cotidiano de la red diplomático-consular y acerca al ciudadano la realidad de la acción exterior. “SabíasQue” es una serie didácti-

ca sobre política exterior, cultura e historia de España, adaptada en cada Misión a las relaciones bilaterales con el país de acreditación. A estas campañas se suma la producción de contenidos vinculados a las prioridades de la acción exterior, como la acción climática, la promoción de la paz, los derechos humanos, el multilateralismo y la relación con Iberoamérica, que articulan una narrativa coherente y reconocible a través del conjunto de la red.

El valor de la diplomacia pública digital reside en generar vínculos. Su aportación no reside únicamente en la difusión de mensajes institucionales, sino en su capacidad para generar cercanía, explicar mejor las prioridades de España, responder a las preocupaciones de distintos públicos y construir vínculos sostenidos con comunidades de interés. La comunicación digital permite, además, adaptar el mensaje país a los lenguajes, formatos y hábitos de consumo informativo de audiencias diversas, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

La red exterior debe comunicar con más planificación, escucha y evaluación. En el horizonte de la presente Estrategia, se impulsará la coordinación entre servicios centrales y red exterior como condición de coherencia del mensaje país. Se modernizarán los formatos y las capacidades técnicas de la red diplomático-consular, incorporando herramientas de análisis digital, escucha activa y monitorización avanzada, y se ampliará el repertorio de campañas digitales temáticas para responder a los retos emergentes de la proyección exterior. Asimismo, se impulsará una cultura de comunicación más integrada, que combine planificación estratégica, adaptación local y evaluación de impacto.

Lucha contra las campañas de desinformación

El espacio comunicativo internacional se ha consolidado como un ámbito de competición. Las campañas de desinformación operan hoy como instrumento deliberado de injerencia y desestabilización, dirigido a fragmentar a las sociedades democráticas, erosionar la confianza en sus instituciones y debilitar su capacidad de respuesta. Los sesgos algorítmicos, la proliferación de contenidos manipulados y el auge de los discursos de odio no son meros desafíos técnicos. Constituyen amenazas directas a la cohesión social y a la calidad del debate democrático, acrecientan la vulnerabilidad frente a la radicalización y facilitan la injerencia externa. Cuando se debilitan los consensos sociales básicos, se reduce la confianza entre ciudadanos e instituciones y se estrechan los espacios de diálogo democrático. Por ello, la resiliencia del espacio informativo debe entenderse como una



Reunión del Club de Venecia, celebrada en Madrid, el 11 de junio de 2026.

condición para preservar una sociedad abierta, plural y cohesionada, capaz de protegerse frente a injerencias externas sin renunciar a la libertad de expresión, la libertad de prensa y el pluralismo político.

Proteger la información fiable es proteger la diplomacia pública. Desde la perspectiva de la diplomacia pública, la lucha contra la desinformación no persigue únicamente neutralizar campañas de manipulación informativa. Constituye también una condición necesaria para preservar la credibilidad de las instituciones democráticas, proteger la integridad del debate público y garantizar que la acción exterior pueda desarrollarse sobre la base de información fiable, contrastable y verificable. Fortalecer la resiliencia democrática frente a estos fenómenos es, por tanto, una prioridad de la diplomacia pública, de la acción exterior y de la seguridad nacional española.

España defiende un enfoque coherente con sus valores: mayor transparencia, neutralidad y rendición de cuentas por parte de las plataformas tecnológicas, centralidad de las personas y sus derechos, y una coordinación internacional reforzada. Un ejemplo es el lanzamiento del portal de datos de la AECID, una herramienta de transparencia que contribuye a desactivar las narrativas que buscan deslegitimar la ayuda oficial al desarrollo. La lucha contra la desinformación sólo es legítima y eficaz si se sustenta en la garantía de la libertad de expresión y de la libertad de prensa. Desde esta premisa, la concienciación ciudadana, la alfabetización mediática y una comunicación pública proactiva y transparente constituyen herramientas esenciales para prevenir su propagación y mitigar su impacto.

España cuenta con capacidades nacionales consolidadas. A nivel nacional, España dispone de un entramado institucional articulado en torno a tres mecanismos. La Comisión Permanente contra la

Desinformación, como órgano de apoyo dependiente del Consejo de Seguridad Nacional, asegura la coordinación interministerial necesaria para la realización de la valoración técnica y operativa de los riesgos y amenazas que afectan a la seguridad nacional. El Foro contra las Campañas de Desinformación en el Ámbito de la Seguridad Nacional articula la cooperación público-privada, reuniendo a seis ministerios y a representantes de la sociedad civil, la academia y el sector privado. El MAUC dispone de un servicio de monitorización de FIMI (Injerencia y Manipulación de Información Extranjera, por sus siglas en inglés) para la vigilancia de campañas de desinformación sobre la política exterior y la imagen internacional de España.

España defiende un enfoque coherente con sus valores: mayor transparencia, neutralidad y rendición de cuentas por parte de las plataformas tecnológicas, centralidad de las personas y sus derechos, y una coordinación internacional reforzada

La cooperación internacional amplía la resiliencia informativa. En el plano exterior, España participa activamente en los principales marcos multilaterales de respuesta a la desinformación. La Unión Europea combina instrumentos normativos, singularmente la Ley de Servicios Digitales con capacidades operativas orientadas a detectar, analizar y responder a campañas de manipulación informativa. España colabora con iniciativas como el Sistema de Alerta Rápida, el Grupo Horizontal "Aumento de la Resiliencia y Lucha contra las Amenazas Híbridas" y coopera con el Servicio Europeo de Acción Exterior. El reciente Escudo Europeo de la Democracia refuerza esta arquitectura e incorpora un Centro Europeo para la Resiliencia Democrática. En el ámbito de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), España contribuye al enfoque de doble vía basado en la comprensión del entorno informativo y la comunicación estratégica proactiva, y participa en mecanismos de coordinación con socios afines, incluido el Mecanismo de Respuesta Rápida del G7. España también está adherida al Centro Europeo de Excelencia para la Lucha contra las Amenazas Híbridas.

El espacio informativo en español requiere una atención específica. La lucha contra la desinformación tiene además una dimensión lingüística específica. Las operaciones de manipulación informativa no se propagan únicamente en espacios geográficos, sino también en espacios lingüísticos. El español, como segunda lengua en Internet, puede ser vector de campañas de injerencia que, con un mismo contenido, alcanzan audiencias en más de veinte países de dos continentes. Los recursos de verificación y moderación en español son, sin embargo, desproporcionadamente inferiores a los disponibles en inglés. Por ello, España impulsa la resiliencia del espacio informativo hispanohablante en coordinación con los países iberoamericanos y con los marcos europeo y atlántico. Acrecentar las capacidades en este sentido constituye una prioridad para proteger la calidad del

debate público y preservar la integridad informativa de una comunidad lingüística global. Asimismo, el MAUC lleva a cabo acciones de formación en determinadas zonas geográficas de especial vulnerabilidad por la amenaza de la desinformación proveniente de Rusia, como es el caso del continente africano. Destaca el V Encuentro de periodistas africanos y españoles sobre desinformación, junto a otros eventos similares en Nigeria, Mali, la República Democrática del Congo y Camerún sobre el impacto de la desinformación y sobre la cobertura mediática de temas como la violencia de género, el cambio climático y la migración.

La gestión de crisis de comunicación exterior pone a prueba la coherencia, la rapidez y la coordinación de toda la arquitectura comunicativa del Estado

La prevención y respuesta ante narrativas distorsionadas protege la confianza construida por la diplomacia pública. Mientras la diplomacia pública fortalece vínculos, genera reconocimiento y sostiene una conversación abierta con sociedades extranjeras, la respuesta frente a la manipulación informativa ayuda a preservar ese espacio de relación frente a quienes buscan erosionarlo o instrumentalizarlo.

Gestión de crisis

Comunicar bien en crisis protege la reputación internacional de España. La gestión de crisis de comunicación exterior pone a prueba la coherencia, la rapidez y la coordinación de toda la arquitectura comunicativa del Estado. La capacidad de comunicar con transparencia, agilidad y coherencia durante situaciones de emergencia influye directamente en la percepción internacional de España y en la confianza que ciudadanos, socios y opiniones públicas depositan en sus instituciones. Una crisis mal gestionada en el plano comunicativo puede comprometer durante años la reputación de España, erosionar la confianza en sus instituciones, afectar a sus relaciones bilaterales y reducir su capacidad de influencia internacional.

Cada crisis exige rapidez, empatía y coherencia narrativa. Las crisis que activan esta capacidad son diversas, tanto por su naturaleza como por su impacto internacional: emergencias consulares que afectan a ciudadanos españoles en el exterior, como atentados, catástrofes naturales, pandemias, conflictos armados o evacuaciones; incidentes bilaterales con potencial de escalada diplomática; ataques informativos coordinados contra España, sus instituciones o sus representantes; crisis sectoriales con dimensión internacional, ya sean sanitarias, alimentarias, medioambientales o financieras; y crisis reputacionales derivadas de acontecimientos internos con proyección global. Cada tipología exige una respuesta específica, pero todas comparten la misma exigencia: rapidez, coordinación, calibración



Medios de comunicación de todo el mundo, durante la entrada en el puerto de Granadilla de Abona del crucero MV Hondius, en mayo de 2026.

Gestión del brote de Hantavirus

La gestión del brote de hantavirus diagnosticado a bordo del crucero MV Hondius fue un ejemplo de diplomacia pública sustentada en la acción, amplificada por una enorme exposición mediática internacional. Seguida en directo por medios de todo el mundo, la emergencia afectaba a 147 pasajeros y tripulantes de 23 nacionalidades, lo que obligó a una coordinación de gran complejidad. Atendiendo a la solicitud formal del director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y como país con el primer puerto apto en la ruta del buque, el Gobierno autorizó el desembarco en Granadilla de Abona (Tenerife) en el marco del Reglamento Sanitario Internacional. El operativo, en el que participaron más de 400 profesionales, se coordinó con la OMS, el Centro Europeo para la Prevención y el Control de Enfermedades, la Comisión Europea, las autoridades canarias y los 23 países afectados, y permitió el desembarco y la repatriación ordenada de los pasajeros en una decena de vuelos especiales, sin transmisión a la población local. Uno de los principales retos fue el informativo. El brote generó desinformación y alarmismo sobre el origen del virus y su transmisión, que la respuesta afrontó con una comunicación transparente y permanente hacia la ciudadanía y la prensa.

Amplio reconocimiento. El director general de la OMS se desplazó a España para acompañar el dispositivo sobre el terreno, agradeció una respuesta que calificó de ejemplar, no solo por el cumplimiento de las obligaciones legales sino por la compasión y la solidaridad mostradas, y reiteró ese reconocimiento días después ante la 79.ª Asamblea Mundial de la Salud, en Ginebra. En un momento de tensión para el multilateralismo sanitario, una crisis sobrevenida se convirtió en oportunidad de proyección: España mostró al mundo, con hechos y en tiempo real, una imagen de país fiable, solidario, con capacidad técnica y comprometido con el derecho internacional.

del mensaje, empatía con las audiencias afectadas y coherencia narrativa bajo presión.

La respuesta institucional debe actuar de forma integrada. España cuenta con capacidades consolidadas para responder a estas situaciones. La Unidad de Emergencia Consular y los protocolos de protección consular activan la respuesta operativa en crisis que afectan a ciudadanos españoles en el extranjero. La Oficina de Información Diplomática asume la portavocía oficial y la gestión de la relación con medios nacionales e internacionales. La red diplomático-consular constituye el primer eslabón de detección, contención y respuesta. La eficacia de estas capacidades depende de su actuación integrada y de la existencia de procedimientos claros que permitan ofrecer una respuesta rápida, coordinada y coherente ante audiencias nacionales e internacionales.

La velocidad del entorno digital exige actualización permanente. La experiencia acumulada en la gestión de crisis recientes ha puesto de manifiesto tanto la solidez de las capacidades españolas como sus áreas de mejora. La velocidad del ciclo informativo digital, la proliferación de narrativas falsas en situaciones de emergencia y la necesidad de coordinación simultánea entre múltiples actores exigen una actualización permanente de protocolos, formatos y capacidades. En el ámbito de la diplomacia pública, la gestión de crisis requiere además atender no solo al contenido del mensaje, sino también a su tono, oportunidad, canal y recepción por parte de audiencias diversas. Por ello, se impulsará la realización periódica de ejercicios y simulaciones de crisis comunicativas que permitan fortalecer la preparación de la red exterior y mejorar la interoperabilidad con los organismos nacionales y los socios internacionales.

La gestión de crisis es una capacidad reputacional. No se limita a contener daños comunicativos, sino que permite preservar la confianza, demostrar solvencia institucional y reafirmar los valores que orientan la acción exterior de España incluso en contextos de elevada incertidumbre.

En conjunto, la comunicación estratégica permite que la diplomacia pública se adapte al ritmo del entorno informativo sin perder su horizonte de construcción de confianza. Su aportación principal es enfocar mensajes, escuchar audiencias y preservar la coherencia de la proyección exterior de España en contextos de oportunidad, controversia o crisis.

La Unidad de Emergencia Consular y los protocolos de protección consular activan la respuesta operativa en crisis que afectan a ciudadanos españoles en el extranjero

PARTE III

QUÉ QUEREMOS CONSEGUIR

La diplomacia pública no se dirige a una audiencia indiferenciada. Para maximizar su impacto, esta Estrategia identifica una serie de públicos prioritarios ante los que España debe proyectar mensajes, activar relaciones y generar afinidades de forma diferenciada.

La Estrategia se articula en torno a cuatro ejes complementarios: posicionamiento, impacto, operatividad y comunicación. Cada uno responde a una lógica distinta: proyectar una imagen coherente, generar efectos concretos, potenciar los instrumentos disponibles y optimizar la forma en que se comunica.

AUDIENCIA	QUÉ SE BUSCA
Líderes de opinión, medios y *think tanks*	⊙ Mejorar comprensión de las posiciones españolas e influir en el debate público internacional
Inversores, empresas y talento	⊙ Asociar España a estabilidad, innovación y oportunidad
Instituciones multilaterales y élites políticas	⊙ Reforzar credibilidad de España y su capacidad de interlocución en espacios de decisión
Jóvenes, estudiantes y alumni	⊙ Generar vínculos y afinidad duradera
Españoles en el exterior y comunidades hispanohablantes	⊙ Activar redes de prescripción y pertenencia y amplificar la imagen país

EJE 1: POSICIONAMIENTO

España renueva su proyección internacional para reflejar la realidad de un país dinámico, abierto y con capacidad de interlocución global. Este eje consolida una imagen país que capitaliza las fortalezas estructurales de España (crecimiento económico, dinamismo demográfico, liderazgo en la transición ecológica y triple pertenencia europea, mediterránea e iberoamericana) y refuerza su poder blando como activo al servicio de la acción exterior.

OBJETIVOS

- Proyectar una imagen de España proactiva y orientada a las oportunidades, que contribuya a mejorar su percepción entre los públicos prioritarios y su posición en los índices de poder blando y reputación.
- Consolidar la influencia y el poder blando de España como activos al servicio de su acción exterior.
- Capitalizar las fortalezas estructurales del país como base de su proyección exterior.
- Situar a España como actor con voz propia en los grandes debates globales.
- Promover la triple pertenencia europea, mediterránea e iberoamericana como rasgo diferencial de España.

ACCIONES

España refuerza su red de pensamiento estratégico como base de su influencia en foros internacionales. La presencia de expertos españoles en los centros de referencia y la proyección de los *think tanks* nacionales en el debate global refuerzan la capacidad de influencia del país en los foros internacionales

- **Orientar el apoyo del MAUC a los centros de pensamiento españoles** a través de sus programas existentes (Hablamos de Europa, convocatoria de centros de pensamiento) y colaboraciones específicas.
- **Apoyar las redes y los espacios académicos especializados** en los distintos ámbitos de la política exterior.
- **Favorecer una mayor interacción entre *think tanks* españoles y extranjeros**, incluyendo posibles partenariados, encuentros y proyectos conjuntos.

- **Impulsar la especialización progresiva de analistas españoles en regiones y ámbitos en los que exista una menor presencia experta española** (África occidental y Sahel, Asia-Pacífico), mediante colaboraciones con universidades y *think tanks* encaminadas a la especialización regional, para evitar vacíos de conocimiento.
- **Potenciar las jornadas "España en el Mundo"** organizadas por el MAUC junto a la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en Santander.

España consolida y expande de forma selectiva la red del Instituto Cervantes para alinearla con las prioridades de la acción exterior. La evolución de las prioridades de la acción exterior aconseja explorar fórmulas flexibles, graduales y sostenibles de presencia.

- **Definir las prioridades de implantación,** cruzando los objetivos de la Estrategia de Acción Exterior con la demanda de español y el apoyo de instituciones locales.
- **Adoptar modelos flexibles de presencia** (aulas, extensiones, antenas, centros DELE y acuerdos con universidades locales) que amplíen la cobertura sin grandes costes.
- **Coordinar con la AECID** la implantación en países prioritarios de cooperación donde ya exista presencia.

España potencia la Red de Casas y las Fundaciones Consejo como instrumentos de alto valor para la diplomacia pública. Su labor admite una proyección mayor a partir de los recursos y las redes ya existentes.

- **Crear la Fundación Consejo España-Corea** con el objetivo de reforzar las relaciones bilaterales mediante una mayor implicación y colaboración entre las sociedades civiles de ambos países.
- **Impulsar las residencias de creadores y los foros de diplomacia *track* 1.5**, con apertura a nuevos socios como Indonesia y Vietnam.
- **Cultivar comunidades de afinidad con los antiguos participantes en los programas de líderes** y extraer todo el valor de los premios de las Casas y las Fundaciones Consejo como instrumentos de diplomacia pública.
- **Capitalizar la participación de Casa Asia en la Fundación Asia-Europa (ASEF)** para impulsar acciones en diplomacia educativa, innovación, derechos humanos e igualdad de género.

España aprovecha el Observatorio Global del Español para orientar la promoción internacional de la lengua. Los datos demolingüísticos, económicos y tecnológicos sobre el español orientan la decisión y la comunicación estratégica del Estado.

- **Coordinar la Red de Observatorios de la Lengua, la Cultura y la Comunicación** para producir análisis regionales útiles a la red exterior y a los socios iberoamericanos.
- **Monitorizar la presencia del español y de las lenguas cooficiales en los entornos digitales y de inteligencia artificial**, con informes periódicos sobre su representación en los modelos de lenguaje y los recursos de datos abiertos.
- **Proyectar internacionalmente los medios públicos** a través de canales tradicionales, redes sociales y podcasts.

España se afianza como sede y espacio de encuentro del multilateralismo. La acogida de nuevas oficinas internacionales y la celebración de grandes citas refuerzan el perfil multilateral del país, en línea con el Plan de Apoyo al Multilateralismo presentado en la Conferencia Internacional sobre Financiación para el Desarrollo.

- **Acoger nuevas oficinas del sistema de Naciones Unidas y otras instancias internacionales** (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Escuela Superior del Personal del Sistema de Naciones Unidas, Corte Permanente de Arbitraje y Banco Mundial) y generar sinergias con los organismos ya presentes en España (Quart de Poblet, Barcelona, Bilbao, Las Palmas de Gran Canaria y Madrid).
- **Aprovechar la presencia de estas sedes** como activo de diplomacia pública**.**
- **Promover la candidatura de España como sede de citas y conferencias internacionales**, entre ellas el seminario internacional de medios sobre la paz en Oriente Próximo (segundo semestre de 2026) y la reunión universal de Comisiones de Derecho Internacional Humanitario del Movimiento de la Cruz Roja (primer semestre de 2027).
- **Reforzar el perfil de España en diplomacia preventiva y mediación**, con énfasis en la participación plena de las mujeres conforme a la agenda Mujeres, Paz y Seguridad, en colaboración con centros de pensamiento nacionales e internacionales.

España proyecta el conocimiento técnico de sus administraciones como activo de su acción exterior. La cooperación técnica pública permite compartir experiencias, capacidades y aprendizajes de las administraciones españolas y europeas.

- **Movilizar al talento público español** con un mayor esfuerzo de la Administración General del Estado y estructurar la participación de las administraciones autonómicas y locales en proyectos de cooperación española y europea.
- **Impulsar la incorporación de la cooperación técnica pública** como modalidad específica en el instrumento Europa Global del marco financiero 2028-2034 de la Unión Europea.
- **Evaluar su impacto a través de la Oficina de Evaluación de la Cooperación Española**, para medir y poner en valor sus resultados.
- **Organizar el evento anual "Talento Público para el Mundo"** en torno al Día Internacional de las Administraciones Públicas.

EJE 2: IMPACTO

España identifica oportunidades en la coyuntura geopolítica actual para atraer talento e inversión internacionales y reforzar su presencia en espacios que otros abandonan. Este eje se centra en ámbitos concretos de impacto: la atracción de talento científico e inversión, la presencia del español en espacios de excelencia, la participación en foros multilaterales y la mejora de la percepción internacional de España.

OBJETIVOS

- Ganar influencia en las regiones prioritarias y ocupar los espacios de interlocución multilateral que ofrece la coyuntura.
- Atraer talento científico e investigador internacional en un contexto de retirada de financiación pública en otros países.
- Incorporar el español y las lenguas cooficiales a los escenarios de excelencia (organismos internacionales, universidades, ciencia, tecnología e inteligencia artificial) y ampliar su presencia donde no son lenguas oficiales.
- Reforzar la reputación de España como destino seguro, estable y fiable para la inversión, las sedes internacionales y el talento.
- Impulsar la proyección internacional de los sectores creativos y culturales.

ACCIONES

España gestiona su reputación internacional como destino seguro, estable y fiable. La percepción de estabilidad institucional, seguridad jurídica y dinamismo económico es un activo reputacional que condiciona la atracción de inversión, sedes y talento, y cuya proyección corresponde a la diplomacia pública.

- **Seguir la posición de España en los índices internacionales de reputación, marca país y clima de negocios**, para orientar la comunicación estratégica y detectar brechas de percepción.
- **Proyectar ante los públicos prescriptores los atractivos del país**, con mensajes adaptados a inversores, sedes corporativas y organismos internacionales.
- **Coordinar la dimensión reputacional con ICEX e Invest in Spain**, de modo que la diplomacia pública refuerce su labor de promoción sin duplicarla.

- **Aprovechar la red exterior y las grandes citas acogidas por España** para sostener el relato de país fiable y abierto a la inversión y al talento.

España moviliza a los más de tres millones de españoles registrados en el exterior. Esta colectividad puede implicarse activamente en la proyección del país desde sus entornos profesionales.

- **Identificar perfiles con capacidad de prescripción** (científicos, empresarios, artistas y deportistas) en cada entorno.
- **Apoyarse en las estructuras de representación y asociación existentes**, como el Consejo General de la Ciudadanía Española en el Exterior, los Consejos de Residentes Españoles y las redes profesionales y de antiguos alumnos.
- **Vincular a los creadores españoles en el exterior** a través de las consejerías de cultura.
- **Estrechar el contacto con RAICEX en el ámbito científico y con las Cámaras de Comercio en el empresarial.**
- **Visibilizar las trayectorias de éxito de los españoles en el exterior** como parte del relato de país.

España refuerza su capacidad de atracción de talento científico e investigador internacional en un contexto de reordenación de los sistemas científicos. La retirada de financiación pública en otros países abre una ventana de captación que el país puede aprovechar presentándose como un espacio de estabilidad para la ciencia.

- **Proyectar a España como destino del talento investigador en el marco de las iniciativas Choose Spain y Choose Europe for Science**, encuadrando el atractivo nacional dentro de la oferta europea común.
- **Coordinar al MAUC, el Ministerio de Ciencia y la FECYT** en el impulso de los programas de atracción ya existentes, como ATRAE y Ramón y Cajal, y en el acompañamiento de la FECYT a las candidaturas europeas.
- **Reforzar la colaboración con RAICEX y con los científicos españoles en el exterior** como primera línea de atracción de colegas internacionales.
- **Explorar acuerdos bilaterales con socios europeos para atraer talento de forma conjunta** a través del sistema europeo de investigación.
- **Estudiar la creación de un consejo científico España-Japón.**

España proyecta el español en los escenarios de prestigio internacional para reforzar su capacidad de influencia. El uso de la lengua en los espacios de excelencia multiplica el alcance de la acción exterior.

- **Ampliar las adhesiones al Compromiso de Guadalajara**, que reconoce el español y el portugués como lenguas de ciencia.
- **Potenciar la presencia del español en los ámbitos de la tecnología y la inteligencia artificial.**
- **Potenciar la celebración del Día del Español y del Día Europeo de las Lenguas** en los organismos internacionales y las embajadas, con actos presenciales y campañas en redes.
- **Promover secciones de español en bibliotecas nacionales y universitarias** de otros países

y la firma de acuerdos bilaterales de promoción de la lengua.

- **Consolidar el papel del español en las organizaciones internacionales**. Seguir ampliando y consolidando la red de Grupos de Amigos del Español.
- **Reforzar su uso en el ámbito jurídico y en el arbitraje internacional**.
- **Proseguir la labor de refuerzo de la presencia internacional de las lenguas cooficiales** mediante programas culturales, traducciones, actividades literarias, ciclos audiovisuales y colaboraciones con instituciones autonómicas, universidades y redes culturales en el exterior.

España aprovecha las conmemoraciones diplomáticas para intensificar las relaciones bilaterales. Los años duales y los aniversarios históricos consolidan vínculos culturales y mediáticos de largo plazo con las sociedades civiles de los países socios.

- **Continuar la celebración del 40.º aniversario de la entrada de España en la UE**.
- **Conmemorar en 2027 el 50.º aniversario de la adhesión de España al Consejo de Europa** con el fin de resaltar el compromiso español con la democracia, el Estado de derecho y los derechos humanos.
- **Intensificar las relaciones culturales a través de los años duales**, en particular el año España-India y el año España-Brasil.
- **Fomentar actividades en torno al 250.º aniversario de la independencia de los Estados Unidos**, para destacar el papel de España en ese proceso y su legado en la historia y la cultura del país.
- **Dar continuidad al Año Averroes**, orientado al enriquecimiento de los fondos de cultura árabe, hispanoárabe, islámica y andalusí y a la difusión del legado intelectual de Averroes.

España impulsa la proyección internacional de sus sectores creativos y culturales en coordinación con el Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior (PNACE) 2026-2028. Las industrias culturales y creativas son un activo de imagen país y generan un notable impacto económico, emplean a cerca de 800.000 personas en España. El PNACE ofrece el marco para proyectarlas de forma coordinada.

- **Apoyarse en el sello "España. Cultura Viva"** que aporta coherencia y reconocimiento a la cultura española en el exterior.
- **Reforzar la exportación de bienes y servicios culturales y la proyección de creadores, gestores e industrias**, con atención a la visibilidad equitativa y la diversidad sectorial, a través de la red exterior y las consejerías de cultura.
- **Aprovechar los instrumentos sectoriales existentes**, como el Mapa Mundial de la Música en Español, la Oficina de Exportación de la Música y la plataforma *Sounds from Spain* en el ámbito musical, o las ayudas a la edición, la traducción y la presencia en ferias internacionales del libro.
- **Convertir los grandes hitos del calendario cultural en plataformas de proyección** (Bienal del Libro de São Paulo en 2026, Centenario de la Generación del 27 y Cuatrienal de Praga en 2027, y Año Goya en 2028).
- **Dar continuidad a los programas emblemáticos de cooperación cultural de la AECID que llevan el patrimonio español al espacio público** de países relevantes para España, acercando la cultura al gran público a través de iniciativas como Hola... África!, El Prado en las calles y El Thyssen te visita.

EJE 3: OPERATIVIDAD

España articula su amplio ecosistema de diplomacia pública bajo una lógica común de coherencia y coordinación. Los instrumentos están repartidos en distintos ministerios y organismos; por ello, resulta necesario reforzar los mecanismos de planificación, intercambio de información y apoyo a la red exterior, favoreciendo una narrativa más compartida y una actuación más coherente ante públicos internacionales.

OBJETIVOS

- Consolidar un mecanismo estable de planificación y coordinación interministerial del ecosistema de diplomacia pública.
- Reforzar las capacidades del MAUC como nodo articulador de la diplomacia pública.
- Articular las diplomacias sectoriales (cultural, económica y comercial, educativa y lingüística, científica y deportiva) bajo una narrativa común.
- Dotar a la red exterior (embajadas, Institutos Cervantes, centros culturales y de formación) de herramientas, materiales y capacidades para adaptar mejor la diplomacia pública española a cada contexto local.
- Extender una cultura de diplomacia pública entre todos los actores de la acción exterior.

ACCIONES

España extiende la cultura de la diplomacia pública entre todos los actores de su acción exterior. La eficacia del ecosistema depende de que quienes participan en la acción exterior, tanto dentro como fuera del servicio diplomático, asuman la diplomacia pública como una dimensión propia de su trabajo.

- **Sensibilizar a los actores de la acción exterior** sobre el valor de la diplomacia pública y su contribución a la imagen país, con atención a los ministerios sectoriales, las administraciones autonómicas y los organismos con proyección exterior.
- **Potenciar la diplomacia pública en la formación del personal diplomático y de la red exterior**, desde la Escuela Diplomática hasta los cursos previos al destino.
- **Conectar a quienes ejercen la diplomacia pública en los servicios centrales y en la red exterior** en una comunidad de práctica que comparta aprendizajes.
- **Difundir las buenas prácticas y los casos de éxito** entre embajadas y unidades, y reconocer las iniciativas de mayor impacto.

España establece un mecanismo estable de coordinación interministerial de la diplomacia pública. Una mayor coherencia en la proyección exterior requiere facilitar el intercambio de prioridades, mensajes y calendarios entre los actores con competencias en la materia.

- **Crear un grupo de trabajo interministerial para la diplomacia pública**, bajo el liderazgo de la Secretaría de Estado para Asuntos Exteriores y Globales.
- **Celebrar reuniones trimestrales** entre el MAUC, Cultura, Economía, Educación, Ciencia, Turismo y el Gabinete de la Presidencia, con posibilidad de incorporar a otros departamentos u organismos en función de la agenda.
- **Planificar conjuntamente las campañas sectoriales** y el calendario de hitos comunicativos del Gobierno en el exterior.

España refuerza el papel del MAUC como nodo articulador de la diplomacia pública. La amplitud del ecosistema aconseja reforzar la coordinación, la visibilidad institucional y la articulación interministerial, con apoyo de la Oficina de Información Diplomática y en cooperación con la Secretaría de Estado de Comunicación y los organismos especializados.

- **Fortalecer la coherencia del ecosistema vinculado al MAUC** (Red de Casas, Fundaciones Consejo, AECID, FIAP y Fundación Carolina), aprovechando sus sinergias.
- **Coordinar la elaboración y actualización de la narrativa estratégica** y del conjunto común de materiales para la red exterior.
- **Dirigir técnicamente el grupo de trabajo interministerial para la diplomacia pública** y rendir cuentas con periodicidad anual a través del Informe de Acción Exterior.

España dota a su red exterior de un *toolkit* común de diplomacia pública y apoyo a la comunicación estratégica. La red necesita materiales comunes, actualizados y adaptables para proyectar con mayor coherencia las prioridades de España y ajustarlas a cada contexto local.

- **Reunir los materiales de comunicación** a disposición de embajadas, consulados, Institutos Cervantes, Red de Casas y demás actores del ecosistema.
- **Ofrecer materiales listos para usar** (infografías, vídeos, fichas-país, estadísticas clave y plantillas para redes sociales).
- **Incluir una guía de comunicación por audiencia**, con mensajes diferenciados para responsables políticos, medios, academia, españoles en el exterior y opinión pública.
- **Recopilar periódicamente los mensajes e hitos clave de cada departamento** a través de la Oficina de Información Diplomática y en coordinación con la Secretaría de Estado de Comunicación y actualizar los contenidos con periodicidad trimestral.

España articula una red de prescriptores y de antiguos participantes en sus programas. Personas destacadas en ciencia, empresa, cultura, deporte y pensamiento, vinculadas a España y residentes dentro o fuera del país, contribuyen a dar a conocer mejor la realidad española y a generar vínculos de confianza con públicos internacionales.

- **Elaborar un mapa de prescriptores por ámbito y geografía**, a través de los consejeros de información y con el apoyo de la Secretaría de Estado de Comunicación, la FECYT, RAICEX, ICEX y las Fundaciones Consejo, incluido un mapa específico de prescriptores en español.
- **Mejorar los procesos de relación, participación y colaboración** en iniciativas de diplomacia pública.
- **Articular comunidades de alumni** de los becarios y lectores de la AECID, nacionales y extranjeros, para aprovechar en sus vínculos y trayectorias a la hora de fortalecer la relación con terceros países, así como explorar otras redes de antiguos participantes en programas del ecosistema.
- **Programar invitaciones a prescriptores internacionales** (periodistas, académicos y líderes de opinión), vinculadas a los *press tours* y a las visitas de personalidades.

España refuerza el papel de las embajadas como nodos locales de diplomacia pública y comunicación exterior. Las embajadas constituyen un activo esencial de la proyección internacional de España, y esta acción busca facilitarles recursos, herramientas y canales de coordinación para adaptar las prioridades de la Estrategia a cada contexto local.

- **Poner a disposición de las embajadas el *toolkıt* común,** con los consejeros de información como puntos focales de la Secretaría de Estado de Comunicación en la embajada y nexo entre los ministerios, bajo la autoridad del embajador o embajadora en cada destino.
- **Construir y mantener una red de contactos mediáticos en cada destino**, que los puntos focales de la Secretaría de Estado de Comunicación nutran, actualicen y amplíen.
- **Reunir esos contactos en una base de datos** actualizada y de uso coordinado, conforme a la normativa aplicable, para facilitar la relación con medios y líderes de opinión en el exterior desde la Secretaría de Estado de Comunicación.
- **Establecer un sistema de coordinación estable con los consejeros de información** que favorezca un flujo de información ágil ante acontecimientos en curso.

EJE 4: COMUNICACIÓN

España comunica su acción exterior de forma diferenciada por audiencias y contextos y refuerza su capacidad de actuación en el espacio informativo internacional. Para ello, impulsa una comunicación alineada con las prioridades de política exterior, articula mecanismos de prevención y respuesta frente a la desinformación y aprovecha la capilaridad de la red exterior.

OBJETIVOS

- Activar los activos reputacionales de España mediante una comunicación alineada con las prioridades de política exterior.
- Adaptar los mensajes, formatos y canales a públicos, regiones y contextos diferenciados.
- Detectar, analizar y responder a las narrativas distorsionadas que afecten a la imagen, los intereses y los valores de España.
- Reforzar la detección y el análisis de operaciones de manipulación informativa e injerencia extranjera (FIMI) en español, e incorporar la dimensión lingüística a los marcos europeo y atlántico.
- Mejorar la capacidad de las representaciones exteriores para adaptar mensajes, contenidos y respuestas comunicativas a sus respectivos contextos.

ACCIONES

España avanza hacia una mayor coherencia visual y verbal de su acción exterior. Unos criterios compartidos, aplicados de forma flexible y respetuosa con la identidad de cada instrumento, pueden ayudar a mejorar la comunicación de la Administración General del Estado en el exterior.

- **Avanzar en criterios comunes de identidad visual y verbal** que faciliten una presentación más coherente de los instrumentos existentes, sin menoscabar su especificidad ni su trayectoria propia.
- **Promover una guía orientativa de comunicación exterior** para embajadas, consulados, Instituto Cervantes, Red de Centros Culturales, Red de Casas y otros operadores, con recomendaciones prácticas y adaptables a cada contexto.
- **Favorecer campañas temáticas selectivas**, centradas en aspectos concretos del relato español, cuando exista una oportunidad clara de proyección exterior y valor añadido para públicos internacionales, en coordinación con los ministerios competentes y con apoyo de la red exterior, los canales digitales y la relación con medios.

España adapta sus contenidos digitales para llegar a audiencias diversas. El MAUC requiere contenidos variados, multilingües y fácilmente actualizables.

- **Reforzar la comunicación digital del MAUC**, potenciando contenidos en lenguas prioritarias, nuevos formatos y más información de utilidad para los españoles en el exterior.
- **Hacer seguimiento del alcance, la recepción y la utilidad de los contenidos para los públicos prioritarios**.
- **Mejorar la disponibilidad de información actualizada sobre las posiciones de España** en los principales temas de la agenda internacional.
- **Incrementar el número de acciones en lenguas cooficiales** en campañas temáticas, efemérides culturales e internacionales y acciones de diplomacia pública digital.
- **Adaptar la comunicación exterior a los contextos locales**, reforzando la capacidad de la red exterior para identificar sensibilidades, lenguas y narrativas relevantes.

España contribuye a prevenir la desinformación mediante una comunicación pública proactiva. Una presencia informativa clara, transparente y sostenida ayuda a cuidar la imagen país, reforzar la confianza en la acción exterior y reducir los vacíos narrativos que pueden ser aprovechados por terceros.

- **Valorar el desarrollo de materiales o acciones de *prebunking* y *debunking*** adaptados a distintos públicos, contextos culturales y lenguas prioritarias, cuando la naturaleza del caso lo aconseje.
- **Comunicar de forma proactiva y transparente** las posiciones de España a través de la red de embajadas y consulados.
- **Apoyar iniciativas que contribuyan a la alfabetización mediática y a entornos informativos plurales** en países socios, a través de la Cooperación Española.
- **Dar continuidad al panel sobre desinformación y género de la Conferencia de Política Exterior Feminista**, con una campaña en redes que asocie a sus participantes y la amplíe a nuevas voces, combinada con un documento de reflexión y propuestas.
- **Reforzar el portal de datos de la AECID para contrarrestar desinformación sobre la ayuda oficial al desarrollo,** mediante un mayor nivel de transparencia que contribuya a desactivar narrativas que buscan deslegitimarla.

España detecta y analiza de forma temprana las narrativas distorsionadas o malintencionadas que puedan afectar a su acción exterior. La respuesta a la desinformación requiere actualizar progresivamente las capacidades de seguimiento, análisis y anticipación.

- **Reforzar los sistemas de alerta temprana** para identificar patrones de manipulación informativa dirigidos a la política exterior de España.
- **Monitorizar los espacios informativos prioritarios** (redes sociales, medios internacionales y entornos de desinformación en lenguas de mayor exposición), en coordinación con los marcos europeo y atlántico.

- **Elaborar directrices para la red exterior sobre detección de *deepfakes* y contenidos manipulados**, e incorporar criterios de verificación de los contenidos generados con inteligencia artificial a los protocolos del Ministerio.
- **Desarrollar las capacidades de formación en comunicación estratégica, análisis y verificación** para diplomáticos en prácticas, personal destinado por primera vez en el exterior y equipos de comunicación.

España intensifica su cooperación internacional frente a la desinformación. La respuesta a fenómenos transnacionales de manipulación informativa requiere una acción concertada con los socios europeos y atlánticos.

- **Afianzar la cooperación internacional frente a la desinformación** en la Unión Europea, la OTAN y otros foros, con especial atención a la Unidad de Integridad de la Información del Servicio Europeo de Acción Exterior.
- **Establecer cauces de cooperación bilateral con las embajadas de países socios y aliados más activos**, mediante encuentros y explorando acuerdos específicos.
- **Incrementar la presencia de España en los foros internacionales de comunicación**, como la reunión plenaria del Club de Venecia de directores de comunicación e información acogida en 2026.

España refuerza su preparación comunicativa ante situaciones de emergencia. La gestión de crisis internacionales requiere roles claros, canales de coordinación definidos y capacidad de activación rápida entre el MAUC, la Secretaría de Estado de Comunicación, los ministerios competentes y la red exterior.

- **Extraer lecciones aprendidas** de la gestión de crisis pasadas (incidentes consulares, emergencias humanitarias, crisis reputacionales y ataques de desinformación).
- **Impartir formación específica en comunicación de crisis** para los puntos focales de las misiones.
- **Promover ejercicios de simulación de crisis comunicativas** que refuercen la preparación de la red exterior y la interoperabilidad con organismos nacionales y socios.

DISPOSICIONES FINALES

Vigencia y relación con otros documentos estratégicos

La presente Estrategia tiene una vigencia de tres años (2026-2028) en coherencia con la Estrategia de Acción Exterior 2025-2028. Además, está alineada con la Estrategia España-África 2025-2028, la Estrategia española para Asia-Pacífico 2025-2028, el Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior 2026-2028, la Estrategia de Seguridad Nacional de 2021, España Digital 2026, las orientaciones de la Unión Europea en materia de diplomacia pública y lucha contra la desinformación, así como la iniciativa Choose Europe for Science, así como los compromisos de la OTAN en comunicación estratégica. El seguimiento y la evaluación de esta Estrategia se realizarán de forma anual a través del Informe de Acción Exterior.

La diplomacia pública será eficaz si convierte los activos de España en relaciones sostenidas, las relaciones en confianza y la confianza en capacidad de influencia. Esta Estrategia ofrece el marco para hacerlo de forma coordinada y coherente con los valores e intereses de la sociedad española que impregnan a su acción exterior.

ESTRATEGIA DE DIPLOMACIA PÚBLICA DE ESPAÑA 2026-2028

ESTRATEGIA DE DIPLOMACIA PÚBLICA DE ESPAÑA 2026-2028

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN