



## La importancia de la diáspora

1. En los últimos años, se observa en todo el mundo un interés creciente por el compromiso de la diáspora. El Instituto de Políticas de Migración de Washington calcula la puesta en marcha de unas 450 iniciativas relacionadas con la diáspora en 56 países y más de un tercio de ellas iniciadas en los últimos 5 años. Hoy, el mundo es más global y está más interconectado y es más interdependiente que nunca antes. La reciente crisis económica global nos muestra que ya no es posible que ningún estado-nación se considere una 'isla' ni es posible ser inmune a los flujos y oscilaciones del comercio internacional. Para poder estar en posición de aprovechar al máximo las ventajas de la interdependencia, las empresas, países y organizaciones buscan crear, desarrollar e impulsar complejas redes de personas para generar beneficios sociales, culturales y económicos. Las diásporas constituyen colectivos de personas obvios, a través de los cuales se pueden crear y movilizar redes para un beneficio mutuo. Las redes sociales, como LinkedIn, permiten el desarrollo de nuevas 'redes de interés mutuo' globales. Vivimos en un mundo en el que la libre circulación de mercancías y capital es habitual. Hoy se dan grandes transferencias de conocimiento, talento y capacidades transfronterizas. Tradicionalmente, se buscaba en las diásporas las remesas de efectivo y la filantropía, lo cual, quizás, sea una visión limitada. Hoy en día las diásporas son puentes para el conocimiento, la experiencia, las redes, los recursos y los mercados para sus países de origen.

2. Aunque en los últimos tiempos está captando cada vez más atención, se trata de un término antiguo con una profunda procedencia histórica. Su origen es griego y diáspora es la combinación de dos palabras, 'dis' que quiere decir 'a través de' o 'sobre' y 'speiro' que quiere decir 'dispersión' o 'sembrar'. Debe gran parte de su origen al exilio de los judíos más allá de Israel, principalmente en el siglo V a.C. Ahora se utiliza comúnmente en sentido genérico con respecto a aquellas comunidades de migrantes que viven o que se han establecido permanentemente en otros países, siendo conscientes de sus orígenes e identidad y manteniendo varios niveles de contacto con su país de origen. Los países empiezan a ser conscientes de que se trata de un recurso que ha de ser investigado, desarrollado, solicitado y guiado. Muchos lo ven como una forma de abordar duros retos económicos internos y como una pieza clave de la recuperación económica. También se ve como algo más que simplemente una fuente de remesas de divisas, supone una fuente de remesas sociales en forma de ideas, valores, creencias y prácticas.

3. La tecnología y la comunicación lo están cambiando todo. Las personas ahora pueden estar 'aquí' y 'allí', llevar 'vidas compuestas' (pueden ser estadounidenses y polacos, australianos y griegos o canadienses y vascos) y la ausencia ya no es lo mismo que el exilio. Antiguamente cuando se emigraba uno se iba y se iba para siempre. Tu geografía dictaba tu identidad, pero ahora decimos que la 'geografía es historia.'



4. Lo que en el pasado fueron 'actores perdidos' hoy en día pueden convertirse en 'activos nacionales'. Lo que una vez fue un flujo de personas en una única dirección hoy puede convertirse en un flujo de personas, conocimiento y finanzas en dos direcciones. Países que históricamente perdieron muchísimo debido a la migración ahora están en una posición en la que son los que más se pueden beneficiar. La fuga de cerebros puede ser una llegada e intercambio de cerebros. La globalización del comercio está impulsando este fenómeno con la lucha en todo el mundo por el talento, el cambio del crecimiento económico a las economías emergentes y el ser conscientes de que las redes de la diáspora son importantes fuentes de comercio, inversión, turismo, educación, cultura y deporte. Hoy en día se están llevando a cabo esfuerzos activos para identificar y conectar a estos individuos altamente capacitados e involucrarlos en proyectos de desarrollo económico nacionales.

5. De algún modo, los desplazamientos de la población, son un fenómeno de nuestros tiempos y la migración es un 'tema candente' y un tema políticamente delicado. Hay más de 240 millones de personas viviendo fuera del país en el que nacieron, una cifra que se ha triplicado en 45 años. 80 millones de europeos viven fuera del país en el que nacieron y hay 47 millones de personas nacidas en el extranjero viviendo en el UE – 16 millones de otros Estados de la UE y 47 millones nacidos fuera de la UE. Si la migración continua creciendo a este ritmo en los próximos veinte años, algunos analistas prevén que podría haber 450 millones de migrantes internacionales para el 2050. A lo largo de la historia, las diásporas han tenido importantes roles y esto solo puede aumentar ahora que la tecnología y la comunicación permiten a las diásporas ejercer ese rol sin tener que volver a sus países de origen. Los migrantes han impulsado la innovación a lo largo de la historia y han sido pioneros en la creación de empresas de éxito. Más de 200 de las empresas en la lista Fortune 500 en los Estados Unidos fueron creadas por migrantes o hijos de inmigrantes. Un gran número de extranjeros fueron a occidente para recibir una educación de elite en los 80 y 90, y allí se quedaron. Por ejemplo, dos tercios de los extranjeros de la India en los Estados Unidos tienen títulos universitarios – más de tres veces la cifra para la totalidad de los Estados Unidos. Estos migrantes cuentan con lazos familiares y empresariales cercanos a sus países de origen. En los Estados Unidos los migrantes consiguen el 50% de todos los Doctorados en Ciencias e Ingeniería, inventan patentes dos veces más rápido que los no migrantes y han creado el 25% de todas las empresas de ingeniería y tecnología. La mitad de los premios Nobel de los Estados Unidos son nacidos en el extranjero. Lo que une todas estas iniciativas es que estas personas han desarrollado redes en los Estados Unidos. Y estas personas, las 'mejores y más brillantes' luego han ampliado estas redes a sus países de origen y trasplantado instituciones, relaciones, actitudes y a menudo, capital y negocios que están cambiando la cara del comercio global.

6. Una paradoja interesante de la globalización es que mientras el mundo se está internacionalizando al mismo tiempo se está haciendo más local. El mundo se contrae y las comunidades locales tienen más y más importancia. Las diásporas tienen un importante rol ya que principalmente tienen que ver con el lugar y no con un país y ese lugar puede ser una región, provincia, ciudad u organización como puede ser una empresa, escuela o facultad, o equipo deportivo. Progresivamente, observamos redes internacionales que se construyen sobre estas relaciones así que debemos adoptar una definición más inclusiva de diáspora que tenga en cuenta este desarrollo.



7. Los gobiernos cada vez ven más claro que 'diáspora = empleo'. La IDD (Inversión de la Diáspora Directa) es legítimamente una subcategoría de la IED (Inversión Extranjera Directa). Hay una mayor concienciación de que los modelos económicos han cambiado. El viejo modelo 'núcleo-periferia', en el que los nuevos productos y tecnologías se daban en las economías avanzadas y la fabricación en las economías periféricas, ha sido sustituido por flujos en ambas direcciones de capacidades, capital y tecnología. Los países se han dado cuenta de que la experiencia del talento inmigrante capacitado es un elemento esencial de la ventaja colaborativa del siglo XXI. Además, los patrones de migración están cambiando y se están realizando esfuerzos para seguir la pista de la tendencia en aumento de inmigrantes que después migran a otro país. Esto ha dado lugar a diásporas 'por afinidad' – como por ejemplo, indios o chinos que pasan tiempo en el extranjero y luego vuelven a sus países de origen pero mantienen una afectuosa afinidad por el país en el que pasaron un tiempo.

8. Según vayan mejorando las economías vamos a observar grandes números de migrantes que quieran conectar con, y en algunos casos, volver a vivir a, sus países de origen, cultura o país de afinidad. Traerán de vuelta consigo conocimiento y experiencia, conexiones y medios económicos y una nueva sensación de optimismo y confianza que será de un valor incalculable para sus países de origen. Aunque siempre se ha visto a Estados Unidos como el gran país migratorio, en la última década se ha visto un cambio al ir alcanzándolo otros países y disminuir la ventaja de los Estados Unidos. Cada vez hay menos extranjeros que abren nuevos negocios en los Estados Unidos. Canadá, Australia e Irlanda cuentan con porcentajes más altos de ciudadanos nacidos en el extranjero que los Estados Unidos. Los visados H1B en los Estados Unidos se han reducido a la mitad y los alumnos extranjeros, que obtienen la mitad de los doctorados en ciencias, están regresando a sus lugares de origen. Más de medio millón de chinos educados en occidente han vuelto a China. Conocidos como 'tortugas marinas' llevan con ellos de vuelta lo aprendido en el extranjero y han tenido un importante rol en el reciente crecimiento de China. Lo maravilloso de los migrantes es que permiten a los países de acogida explorar una amplia red de contactos globales y redes en el que los vínculos de familia, clan y en ocasiones dialecto ayudan a infundir confianza. Las redes de migrantes pueden reducir los costos de transacción para las empresas que entran en los mercados extranjeros y crear conexiones entre los principales interesados, lo cual crea confianza y desarrolla el capital social – crítico en países en los que el estado de derecho es débil. En el futuro estas redes jugarán un papel aún más grande en la economía global.

9. Las diásporas son una fuente inestimable de 'soft power' (poder blando). Este fue el término acuñado por el catedrático de Harvard Joseph Nye y que hace referencia a la habilidad de conseguir lo que uno quiere a través de la atracción más que de la coerción. Surge de la cultura, los ideales políticos y las políticas de un país. Los miembros de la diáspora pueden ayudar a un país a construir 'soft power' (poder blando) o, como en ocasiones se denomina 'smart power' (poder inteligente). Al poner en marcha una estrategia integral para la diáspora se puede aprovechar y convertir en 'hard impacts' (impactos duros). Las diásporas están en una buena posición para tener una influencia sobre lo que se piensa de los países de origen y ayudar a la imagen nacional y formar parte de la 'marca nación' de un país. También son una forma poderosa de difundir mensajes y narrativas sobre el país de origen y, como tal, se puede considerar una 'política exterior de bajo coste'.

10. Existe una sensación creciente de distinción entre 'nación' y 'estado' y, en esta era de la globalización, debemos redefinir el concepto de nación. Existe la sensación de que la nación ya no es puramente territorial ni está limitada por líneas sobre un mapa ni confinada geográficamente. La nación entonces se convierte en una 'noción global'. La catedrática Anne Marie Slaughter de la Universidad de Princeton ha escrito profusamente sobre cómo cree que la era de la información ha sido superada y cómo vivimos ahora en la era en red. En este mundo, el poder se mide por el nivel de conectividad. El mundo vertical de las jerarquías ha sido reemplazado por el mundo horizontal de las redes. En este mundo, el estado con más y mejores conexiones será el jugador principal capaz de establecer la agenda global, desbloquear la innovación y crecer de forma sostenible. El éxito tiene que ver con la conexión de clusters de personas creativas y únicamente aquellos conectados sobrevivirán. La centralidad es clave en una densa red global así como el recopilar las mejores ideas que existen en todo el mundo. Tal y como dice Slaughter, el mundo es más un mosaico que un punto de fusión y ahora, de dónde provengas significa dónde puedes, haces, vuelves y a quién conoces y en quién confías lo suficiente para colaborar en red.

## Factores clave para el éxito

La diáspora de un país constituye una inmensa fuente de 'Soft Power' (poder blando). Al poner en marcha una Estrategia Integral para la Diáspora se puede aprovechar y convertir en 'hard impacts' (impactos duros). El objetivo último es siempre lograr la 'triple ventaja': beneficios para la diáspora, el país de acogida y el país de origen.

### 1. Datos

El primer factor clave para el éxito en el compromiso de la Diáspora es saber quiénes son, dónde se encuentran y qué están haciendo. Tiene que ver con construir perfiles y recoger datos que tienden a estar dispersos en muchas áreas diferentes y ser propiedad de muchos grupos distintos. Recopilarlos puede suponer un reto. La tecnología puede facilitar la labor y organizaciones como LinkedIn y Namsor hacen que el reto sea más fácil. Cada vez se desarrollan más redes de intereses compartidos como los negocios, la cultura y el deporte.

### 2. Personas de éxito y vulnerables

Las diásporas de los países suelen incluir a aquellos que han tenido un gran éxito y a aquellos que pasan por dificultades y a un gran número de personas entre estos dos grupos. Una estrategia integral para la Diáspora deberá incluir estrategias para involucrar a todas las categorías. A través de este enfoque se pueden identificar 'agentes de inflexión' – personas que pueden 'dar un empujón' en la toma de decisiones a favor de su país de origen. Estos 'agentes de cambio' puede ser importante en campos como la IED (Inversión Extranjera Directa) y su subcategoría la IDD (Inversión de la Diáspora Directa). Pueden colaborar en el desarrollo de la marca de país y en la promoción de la 'narrativa nacional' de un país en el extranjero. A través de programas de mentores, prácticas, colocaciones de trabajo, intercambios y becas pueden involucrarse en la 'aceleración del talento' de las personas en el país de origen. El quid aquí es 'preguntar y desarrollar tareas' con individuos clave y grupos comprometidos en tareas específicas con plazos y resultados cuantificables.

El sistema de antiguos alumnos de las universidades en Estados Unidos es una interesante analogía con su enfoque en la participación masiva a niveles modestos y la profunda involucración de un número más reducido.

### 3. Muchas Diásporas

Los países y sus diásporas varían y no existe 'un planteamiento único para todos'. Las diásporas pueden ser distantes, diversas, difusas y proclives al debate. Es importante aceptar la existencia de muchas diásporas con distintas necesidades y que requieren distintos enfoques. Lo que se necesita es desarrollar una gran variedad de redes teniendo en cuenta que las personas se unen a distintas redes en distintos momentos y por distintas razones que a menudo reflejan 'cambios de vida esenciales'. Por ejemplo, las iniciativas de la próxima generación pueden ser muy distintas de los programas de la generación del 'baby boom'.

### 4. El regreso no siempre es necesario

Aunque existen muchos programas cuyo objetivo es conseguir que la diáspora regrese a, por ejemplo, China, Malaysia e Irlanda, es importante ser conscientes de que la vuelta no es necesaria para ser efectivos y tener un rol significativo. En algunos casos pueden ser más eficaces para su país de origen al alcanzar protagonismo en sus países de acogida.

### 5. Auditar a otros países

El compromiso de la diáspora es una industria no competitiva (alguien que vaya a ayudar a Polonia probablemente no tenga interés en Palestina ni en Portugal) y por lo tanto los países deberían estar dispuestos a compartir lo máximo posible y a aprender los unos de los otros. Un buen comienzo es auditar lo que hacen otros países y utilizar esta información para idear programas que funcionen. Un buen ejemplo de ello sería la iniciativa de turismo global de Irlanda, the Gathering, en 2013, que aprendió mucho de la iniciativa Scottish Homecoming del 2009.

### 6. Todo sobre el lugar

El compromiso de la diáspora a menudo está más relacionado con un lugar que con un país. Este lugar puede ser una región, ciudad, pueblo o incluso una organización como una universidad, empresa o equipo deportivo. Se observa la aparición de estrategias para la diáspora de la ciudad o de una empresa.

### 7. Dar y no recibir

Es importante pensar en lo que se puede contribuir a la diáspora en lugar de siempre pensar en lo que se puede conseguir de ella. Las personas que forman parte de la diáspora a menudo sienten que solo se les contacta cuando alguien del país de origen busca algo, habitualmente dinero. Y luego se les ignora hasta que vuelve a existir una necesidad económica.

## 8. El papel del gobierno

El mejor papel que pueda tener el gobierno, si es posible, es ser un facilitador más que un ejecutor de las actividades para la diáspora. Tiene un papel fundamental a la hora de imprimir su 'sello' y ofrecer respaldo, dejando claro a las personas en la diáspora que se les escucha y que sus puntos de vista y opiniones son importantes y cuentan. El gobierno tiene un papel clave en la creación de instituciones y la realización de cambios legislativos para dar apoyo a políticas y programas. Si el mercado no proporciona actividades efectivas, entonces el gobierno puede que tenga que intervenir para 'impulsar' actividades.

## 9. La filantropía como puerta de entrada

Las remesas de dinero y la filantropía pueden ser actividades iniciales que llevan a una participación futura y mayor.

## 10. Reuniones

Son claves las reuniones periódicas y relevantes en los países de origen y acogida para mantener a los miembros de la diáspora involucrados, informados y comprometidos. Necesitan sentir que se les escucha y están involucrados en la toma de decisiones. Las embajadas y consulados juegan un importante papel.

## 11. Ciudadanía extendida y representación

Más de 115 países otorgan el derecho de voto en sus elecciones a su diáspora y esto es un modo efectivo de hacer que las personas se sientan parte de una entidad global.

## 12. Reconocimiento y recompensa

Muchos países cuentan con programas de reconocimiento del rendimiento excepcional de miembros de la diáspora.

## 13. Cultura

La cultura es la argamasa subyacente que puede unir las estrategias de la diáspora y se basa sobre todo en la creatividad, la innovación y la personalidad. Agencias de otros países como el British Council, la Alliance Française, el Goethe Institute y los Confucius Institutes son conscientes de ello e invierten recursos considerables en la promoción de su cultura en el extranjero.

## 14. Diasporizar

El reto para muchos defensores es ofrecer un mayor protagonismo a este tema en sus países de origen y llamar la atención sobre las posibilidades existentes. Esto supone convencer a gobierno, medios de comunicación, el sector empresarial, profesores y pedagogos, sindicalistas, ONGs y especialistas en comunicación del potencial existente y los beneficios mutuos que resultarán de desarrollar una estrategia integral nacional para la diáspora y de financiarla adecuadamente.

## 15. Trabajo en red

El factor clave para el éxito en todos los puntos anteriores es convertirse en personas que trabajan en red de forma efectiva en todo el mundo. Los países en un mundo muy competitivo e interdependiente necesitan de sus amigos globales. El trabajo en red trata fundamentalmente de 'dar' y no de 'recibir', saber escuchar y construir relaciones a largo plazo y sostenibles. Existe un proceso tras el trabajo en red, un enfoque de cuatro pasos que son Investigación, Desarrollo, Solicitud y Guía. El trabajo en red no se enseña en escuelas ni facultades y las organizaciones no cuentan con estrategias para ello. Los países deben formar a sus representantes para que trabajen en red globalmente con sus diásporas.

### **Kingsley Aikins**

Director de "Diaspora Matters"