



# Aproximación a la política cultural exterior de España<sup>1</sup>

**Ana Vázquez Barrado**

Jefe de Actividades Culturales del Instituto Cervantes de Rabat  
Coordinadora territorial de Cultura de los Institutos Cervantes de Marruecos

[anaresafo@hotmail.com](mailto:anaresafo@hotmail.com)

---

<sup>1</sup> Artículo cedido por la autora para su difusión en el Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

## Resumen

El trabajo propone al lector una aproximación a la acción cultural exterior de España. El artículo recorre los inicios de nuestra política cultural exterior desde finales del siglo XIX hasta 1975. A continuación se centra en la España democrática para finalizar proponiendo algunas ideas sobre los nuevos desafíos y futuros derroteros que la acción cultural de España debe afrontar.

El proyecto serio de promocionar la cultura y la lengua españolas se remonta a principios del siglo XX. En un primer momento respondió a la necesidad de mantener la propia cultura e identidad en aquellos países que habían albergado a nuestros emigrantes, principalmente en América Central y del Sur, Norte de África y Filipinas, pero también en aquellos otros, muchas veces coincidentes con los primeros, con quienes habíamos compartido historia y en los igualmente había un deseo de presencia simbólica, entre la comunidad hispanohablante. Con anterioridad, a lo largo del siglo XIX, España había firmado una decena de convenios, la mayoría con Latinoamérica, pues la política cultural española de aquellos años se centró en nuestros hermanos de lengua. En 1886 España también firmó la Convención de Berna, para la protección de las obras literarias y artísticas. La promoción exterior de aquellos años se encauzó tradicionalmente a través del libro, el teatro, las conferencias etc. Una miscelánea de actividades varias que no respondía a un concienzudo plan estratégico.

Ni en la forma, ni en el fondo, España no fue un país pionero en la acción cultural exterior. La expansión colonial del siglo XIX y el dominio político y económico de los Estados requería reforzar la aceptación de los recién llegados por los oriundos y, en este sentido, se materializó la necesidad de introducir una dimensión cultural en la política exterior. Francia y Alemania fueron la avanzadilla y, probablemente los casos más notorios, a los que siguieron Reino Unido o Italia. El deseo de aumentar el prestigio del país colonizador en la esfera internacional desde un prisma que no fuera solamente económico, se tornó en una verdadera necesidad. En los países anfitriones ese sentimiento nacional alóctono se reforzó gracias a la lengua y a la cultura, y lentamente los patrones culturales franceses o alemanes pasaron a



formar parte de la cultura de estos países y de la vida de las gentes del lugar. Francia, Alemania e Italia desarrollaron sus herramientas multiplicando la presencia de sus instituciones culturales en el exterior. Así vieron la luz a finales del XIX la *Alliance Française* (1883), la Fundación Alexander von Humboldt (1860), la *Società Dante Alighieri* (1889) y por aquel entonces, España inauguraba su primer centro cultural, la *Escuela de Historia, Arqueología y Bellas Artes de Roma* (1873). Los británicos y norteamericanos se unieron más tarde. Reino Unido creó el Comité de Británico, génesis del posterior *British Council* (1934) y EE.UU. la División de Relaciones Culturales del Departamento de Estado norteamericano. Incluso la URSS puso en marcha, a principios del siglo XX, una sociedad paunionista.

Volviendo al caso español y, como ya se ha mencionado, fue en el primer tercio de siglo XX cuando surgieron en España iniciativas ambiciosas de distintos ministerios, para asegurar una presencia más articulada en los ámbitos científicos, artísticos y culturales en general, en todo el mundo. Los primeros pasos decisivos para nuestra actuación exterior fue la propuesta propiciada por el movimiento regeneracionista, que lideraba la Institución Libre de Enseñanza, con la creación en 1907 de la Junta para Ampliación de Estudios (JAE), a instancias del Ministerio de Instrucción Pública, que pugnaba por una independencia política y administrativa, que garantizara su capacidad de gestión y que intentó fomentar el hispanismo. Sin embargo, no fue sencillo, el proyecto se consolidó sobre una débil base organizativa con escaso apoyo económico, y con un enfrentamiento constante entre intelectuales y diplomáticos. El paso decisivo para la creación de la política cultural exterior lo dio Américo Castro creador de la Oficina de Relaciones Culturales en 1921, siguiendo el modelo francés. Fecha clave fue igualmente 1926 cuando, por su parte, los Ministerios de Estado y de Asuntos Exteriores establecieron los principios para crear la Junta de Relaciones Culturales (JRC) encargada, entre otras tareas, de coordinar una acción de información y colaboración cultural y científica, para desplegarla en países europeos. En los albores de la llegada de la II República se fundaron, además, otros centros culturales españoles destacando el segundo de todos ellos, la Casa Cervantes, instalada en dependencias del Real Colegio de S. Clemente de los



Espanoles de Bolonia inaugurada en 1931 y posteriormente, el Colegio Español de la ciudad universitaria de París. Pero fue realmente durante la II República cuando el dispositivo de la JRC llegó a adquirir un carácter autónomo, con representantes de ministerios involucrados en la promoción cultural y enseñanza en varios países, con una dotación presupuestaria y con capacidad para participar en actos internacionales. Los intelectuales reformistas emprendieron, por lo tanto, una auténtica labor de difusión del hispanismo con la fundación de escuelas, la organización de lectorados y las subvenciones a cátedras españolas en universidades extranjeras.

Tras la Guerra civil española, el Instituto de Cultura Hispánica asumió competencias a instancias del Ministerio de Asuntos Exteriores y, finalmente, en 1945, se creó la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas, con la responsabilidad de coordinar cuantas representaciones culturales estaban adscritas a las delegaciones y embajadas españolas en el exterior, principalmente los Institutos de España en varias ciudades europeas y de la cuenca mediterránea<sup>2</sup>. Durante la II Guerra Mundial, el Régimen intentó acomodar su política a las circunstancias políticas de la contienda. Cuando los fascistas contaban con ventaja, España intentó encabezar un puente de colaboración entre este bloque europeo y América Latina. Cuando empezaron a perder fuerza, los puentes se fueron tendiendo hacia los aliados. Durante la II Guerra Mundial, España firmó dos acuerdos; uno con Argentina y otro con Rumania, los llamados "Acuerdos culturales", parangones del firmado con Alemania en el mismo año 1939 y que no se ratificó por oposición de la Santa Sede, aunque de esta época data el Instituto Español de Roma que entraría en funcionamiento años después<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Lorenzo Delgado G. Escalonilla, «Imperio de papel. Acción cultural y política exterior durante el primer franquismo», *Biblioteca de Historia*, CSIC, Madrid, 1992. «Diplomacia franquista y política cultural hacia Iberoamérica (1939-1953)», *Monografías 6*, CSIC, Centro de Estudios Históricos, Madrid, 1988.

<sup>3</sup> CANO JIMÉNEZ, Gema (2009) "La construcción de la imagen exterior de España desde su política cultural", *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 4, primer semestre de 2009, p. 120, Universidad Complutense de Madrid.

Durante el franquismo y hasta la llegada de la Guerra Fría, la diplomacia cultural suplió el aislamiento al que se sometió España. La JRC viró y centro su actividad hacia Estados Unidos, Reino Unido y Latinoamérica. Se crearon organismos de proyección internacional como el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) fundado el 24 de Noviembre de 1939 o el Instituto de Cultura Hispánica creado en 1946 volcado en Latinoamérica. Ese año fue decisivo, pues es cuando también se crea, como acabamos de comentar, la Dirección General de Relaciones Culturales, momento a partir del cual los centros culturales comenzaron a experimentar un mayor desarrollo. En esos años se fundaron el Instituto de España en Londres (1949), el Instituto Español de Lengua y Literatura de Roma (1951), el Instituto Cultural Santiago de Nápoles (1954), la Biblioteca Española de París (1954), el Instituto Hispano-árabe de Cultura (1954), el Centro Cultural Español de El Cairo (1955) y, en 1956, el de Alejandría, Beirut y Munich. Sólo durante los años 50 se suscribieron acuerdos con 23 países, frente a los 21 que se firmaron en las dos primeras décadas del siglo XX. Además se firmaron acuerdos con países que estrenaban convenios con España, como es el caso de Brasil o Cuba. Con Estados Unidos se aprobó un acuerdo de intercambio cinematográfico, y la incorporación del programa *Fullbright*. Los acuerdos se extendieron a los países árabes, a Europa (Bélgica, Italia, Alemania) e incluso a China. Estos acercamientos culminaron en 1952 con la entrada de España en la UNESCO, lo que suponía incluir a nuestro país en los numerosos acuerdos firmados por este organismo<sup>4</sup>. En 1957 España se incorporó al Convenio Cultural Europeo y al Tratado Antártico<sup>5</sup>.

Todos estos acuerdos permitieron la entrada de un tímido aire fresco y el intercambio de algunos estudios y publicaciones. La apertura de nuevos centros culturales continuó en los años 60 y 70. Se fundaron el Centro Cultural de Amman, el Instituto Cultural español de Dublín, el Centro Cultural Hispánico de Copenhague y

---

<sup>4</sup> Durante el período de entreguerras se fundó el Instituto de Cooperación Intelectual, integrado en la Sociedad de Naciones para favorecer el contacto intelectual, la semilla de la futura UNESCO creada en el bando aliado durante la contienda mundial. La ONU le otorgaría después su carta de naturaleza. Por supuesto, en aquel momento, la labor de estas instituciones formó parte de la carga propagandística que ambos bandos originaron.

<sup>5</sup> *Op. Cit* en nota 3 p. 121



el Instituto Cultural Reina Sofía de Atenas. España entró en el Consejo de Cooperación Internacional del Consejo de Europa, en la Organización Europea para la investigación Nuclear y en la Organización Europea para la Investigación Espacial, y se adhirió a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en 1970.

En general, los Estados, tras finalizar la Segunda Guerra Mundial, entendieron que su política cultura debía cambiar para dirigirse a colectivos que hasta entonces no habían sido incluidos. Se comprendió que era necesario incrementar el peso cultural de la educación y de los avances científicos. Surgió entonces ese posible encuentro: cooperación y cultura, que se ha constatado después como una de las grandes transformaciones del concepto y la práctica del desarrollo, aunque todavía hoy, existe resistencias y no siempre el discurso del desarrollo considera a la cultura como fundamental<sup>6</sup>. Cooperar significaba no sólo un intercambio mutuo sino la desvinculación de las antiguas políticas coloniales unidireccionales. Al término "cooperación" se unió el de "desarrollo" que ponía el acento en el altruismo y en la lucha contra las desigualdades. Términos, ambos dos, de gran valor y aceptación social pero con un riesgo, que no siempre se cumplió, y es que esos intercambios no consolidasen los modelos culturales occidentales<sup>7</sup>.

El concepto de cooperación al desarrollo aplicado a la cultura es todavía más joven y aunque puede decirse que no va mucho más allá de los 40 años, es a partir de la entrada en vigor del Protocolo de Montreal, en 1989, cuando se inicia una agenda completa que reformula el propio sentido del concepto "desarrollo". En España podemos hablar de cooperación con la creación en 1989 de la entonces Agencia Española de Cooperación Internacional, dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores. Con anterioridad existía el mencionado Instituto de Cultura Hispánica (1945), que contaba con un programa de becas e intercambios culturales modesto pero real, que facilitó la formación de profesionales latinoamericanos en España. En 1979, el Instituto pasó a denominarse Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI) y durante los años 80 y 90 desarrolló una importante labor de modernidad

---

<sup>6</sup> La UNESCO entiende el desarrollo a partir de las identidades culturales y como conversación intercultural.

cultural en Latinoamérica hasta que quedó absorbido por la AECI, a finales de los 90. De igual modo el Instituto Hispanoárabe, también mencionado más arriba, desarrolló un programa de becas dirigidas a la formación de cuadros en nuestro país<sup>8</sup>.

Tras la muerte de Franco en 1975 y los inicios de la transición democrática a partir de 1977, el Ministerio de Trabajo impulsó la organización de algunas Casas de España en torno a asociaciones de emigrantes y exiliados, engrosando una red de centros que de alguna forma participaban en la promoción de la cultura española, junto a los Centros Culturales de las Embajadas y otros organismos dependientes del Ministerio de Educación y Ciencia de la época. La emigración y el exilio fueron en muchos espacios como en Francia, Alemania, Bélgica, Italia o Marruecos una referencia alternativa en la percepción de la cultura española. En 1978 con la publicación de la nueva Constitución se estipulaba un modelo cultural descentralizado, acorde con la España democrática y de las Autonomías<sup>9</sup>. El acceso a la Comunidad Económica Europea (CEE) simbolizó la normalización de nuestras relaciones internacionales, y se intensificó nuestra relación con algunos países gracias a la firma de nuevos acuerdos con Dinamarca, Finlandia, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, además de reforzar nuestra presencia en Europa del Este y extenderla a otros países del otro lado del Atlántico, como México, olvidado en tiempos franquistas por motivos obvios. También en los 80 nos acercamos a países en los que literalmente no existíamos como Japón, Israel, Tailandia, Mauritania, Canadá, República Dominicana o la India.

A finales de 1980, con el objetivo de establecer un nuevo plan de actuación española, se creó una comisión interministerial tripartita (Ministerio de Asuntos Exteriores, Educación y Cultura). Y en el marco de ese esfuerzo nacional se ideó el

---

<sup>7</sup> *Op. Cit.* nota 3p. 118.

<sup>8</sup> TONO MARTÍNEZ, José; *Conceptos y Experiencias de la gestión cultural*; Ed. Ministerio de Cultura, Madrid 2012. p.101

<sup>9</sup> Este modelo ha ido evolucionando a lo largo de los diversos gobiernos, desde la creación del Ministerio de Cultura durante la Transición democrática 1975-1982 a la disolución del mismo en 1996, con el Partido Popular, su vuelta con la llegada del Partido Socialista y de nuevo la refundición y creación en 2012 del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del que depende la Secretaría de Estado de Cultura, actualmente.

Instituto Cervantes. Era el organismo que iba a integrar las diferentes políticas, que constituía la imagen de un Estado y el organismo encargado de coordinar muchas de las políticas culturales. La tarea era muy delicada a la par que ambiciosa: reagrupar los recursos del Estado en el exterior; definir la dimensión política del proyecto para evitar conflicto de intereses con los países hispanohablantes; argumentar a qué lengua y por lo tanto a qué cultura se refería: español o castellano, otras lenguas del Estado, otras culturas; y, finalmente, la definición del cometido de la nueva entidad: instituto o consejo, según los modelos europeos existentes.

En los años 90, con la caída del telón de acero, nuevos acuerdos se firmaron con Georgia, Kazajstán, Mongolia, Eslovenia o Croacia por nombrar algunos. Pero, como acabamos de mencionar, sin lugar a dudas, el momento culminante fue la creación del Instituto Cervantes (IC). Éste se hizo realidad en los noventa con la Ley de Creación el 7 de marzo de 1991. El IC inicia su existencia con los objetivos de «perfilar y proyectar la imagen del país en el mundo, favorecer los intercambios incluyendo los económicos y comerciales y contribuir a la construcción de un mundo basado en relaciones de comprensión y conocimientos mutuos».<sup>10</sup> El gesto legislativo seguía la estela de algunos países europeos que contaban, desde hacía décadas, con instituciones específicamente dedicadas al mismo objetivo: *Goethe Institut (1931)*, *Alliance Française*, *British Council* o *Dante Alighieri*. No es pues de extrañar que cuando España creó en 1991 el IC, se hablará de retraso y, en la exposición de motivos de la propia Ley fundacional, se aludiera a que nacía a semejanza de prestigiosas instituciones de países de nuestro entorno.

El IC en su estructura se acercaba más al *Goethe Institut*, si bien con una autonomía de funcionamiento más próxima al *British Council*, y con una atención a los aspectos representativos y de universalidad de la cultura y de la lengua que se corresponden con el modelo francés. Sin embargo, el IC, a diferencia de sus hermanos europeos, marcaba una diferencia clara, pues se conformaba como un

---

<sup>10</sup> Exposición de motivos, Ley 7/1991 del 21 de marzo.



ente clave en la difusión de la cultura en español y de la cooperación cultural y científica y, por lo tanto, fundamental e imprescindible para las relaciones culturales entre nuestro país y el resto, dando, así, un giro, a la acción cultural de España en el exterior. Tras la fundación del IC, el Gobierno portugués creó el Instituto Camoes a semejanza del IC, según se decía expresamente en sus estatutos.

Poco tiempo después de la promulgación de la ley, el Consejo de Ministros aprobaba la transferencia al nuevo organismo de la red de Centros Culturales dependientes hasta entonces de la nombrada más arriba Dirección General de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores, así como de cierto número de Casas de España pertenecientes al extinto Instituto Nacional de Emigración (Ministerio de Trabajo). El IC asumía la responsabilidad de gestionar y administrar una lista de 38 centros y su "cervantización". Tarea más complicada si cabe al ser paralela al Plan de Expansión, que proyectaba la creación de 39 centros más en el periodo 1993-1996. Se aplicó un criterio de selección que valoraba principalmente la población de las ciudades, la presencia de otras instituciones similares al IC y unas apreciaciones cualitativas sobre el interés por la lengua y actividades culturales españolas en las ciudades, entre otras.

La herencia de los Centros culturales no se limitó a una herencia física de locales, personal e instalaciones a menudo insuficientes, sino a una experiencia de más de dos décadas en materia de lengua y difusión de la cultura, que es y debe ser, merecedora de todo nuestro reconocimiento. Ya existían cursos de español, aunque sin coordinación ni currículo único establecido; también se organizaban actividades culturales pero sueltas, de forma irregular y limitadas a una dimensión representativa; y, finalmente, de la misma manera, existía un servicio de bibliotecas que procuraba suplir tanto las carencias que en materia bibliográfica tenían las Facultades de Letras, como las del profesorado de la enseñanza del español, pero carecían de una política bibliotecaria común y no conformaban una red coordinada.



Es importante señalar que las diferencias entre los viejos Centros culturales y el nuevo Instituto Cervantes, en esos primeros momentos, no estuvieron tanto en los **objetivos a cumplir, sino en los procedimientos y estilos de actuación**. Había que responder a un estilo de actuación nuevo que requería un esquema organizativo distinto en lo que se refiere a la gestión de los institutos, a la enseñanza del español y a la profesionalización de la gestión cultural<sup>11</sup>. La Dirección académica debía adaptar un único currículo de enseñanza y organizar actividades especializadas en didáctica del español para profesores y alumnos exclusivamente, diferenciadas de aquellas propuestas por la Dirección de Cultura, orientadas a diversos públicos y con el objeto de proyectar una imagen acorde con los tiempos, renovada de estereotipos y, sobre todo, que acompañase el esfuerzo del Estado en su Política cultural exterior, lo que suponía que el IC, se introducía en un nuevo ámbito: el de la profesionalización y especialización de una nueva diplomacia pública española. La dirección de Cultura, además de la programación de las actividades culturales, contaba estructuralmente, con un segundo eje, el de las Bibliotecas, que con una función social y educativa innegables, debían fomentar el acceso a la cultura, a la información y a la investigación.

El **balance** de la acción cultural exterior española desde la creación del Instituto Cervantes puede considerarse positivo. En estos 20 años hemos comprobado que en las zonas geográficas que han contado con una red de centros Cervantes ha habido **una planificación estratégica** que desde el marco general de la política exterior y de los principios rectores de la política cultural, ha establecido objetivos y prioridades. Igualmente se ha observado una mayor **coordinación cultural** entre los propios centros Cervantes y las instituciones relacionadas con la promoción de España, y la concreción de la actividad en tiempo y espacio de contenidos, desde una posición neutra regida por la calidad, la diversidad y el carácter multidisciplinario<sup>12</sup>. También la diversidad de colaboraciones ha ido especializándose

---

<sup>11</sup> FERNÁNDEZ SUZOR, Cecilia; "Los centros culturales y el Instituto Cervantes en Marruecos", en MORALES LEZCANO (coord.), *Presencia cultural de España en el Magreb*, Ed. Editorial Mapfre, Madrid 1993, pp. 169-174

<sup>12</sup> En este sentido la red cervantina, pionera y modelo, es la red marroquí compuesta por los centros de Tánger, Tetuán, Fez, Casablanca, Marrakech y Rabat, centro coordinador, éste último de dicha red y, que cuenta con una decena de Aulas Cervantes. En Marruecos destaca, además, el alto número de Centros docentes exteriores dependientes del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte actual y cuya labor es ya casi centenaria, pues el

progresivamente y ha ido adquiriendo mayor importancia en las ciudades en las que está presente el IC. Se ha ido incrementando la demanda de rigor y eficacia a la que el Instituto debe responder y la diversificación de públicos ha aparecido como otra de las consecuencias de una planificación estratégica de la actividad cultural exterior. La programación de actividades como herramienta ha facilitado el diseño estratégico por zonas geográficas o culturalmente afines y ha ayudado a identificar la eficacia de ésta y de los recursos, que el IC pone al servicio de las actividades culturales<sup>13</sup>.

La evolución positiva del IC puede completarse si ilustramos comparativamente la trayectoria de las entidades europeas que al mismo tiempo compiten y colaboran con la Institución española. En el año 1991 al IC se le transfirieron 38 edificios en 22 países, el *British Council* llegaba a 90 países (218 centros), el *Goethe Institut* a 73 (156 centros) y la red francesa a más de un centenar de países con 41 Institutos y más de 200 sedes de la *Alliance Française*.

En tan sólo 20 años el IC ha aumentado su presencia de 38 a 78 ciudades y de 22 a 44 países por los 5 continentes. Actualmente en el 2012, España cuenta con 62 Institutos Cervantes<sup>14</sup>, el *Goethe Institut* con 149, el *British Council* con 233, el *Institut Français* con 150, la *Alliance Française* con más de 1000. Muy reseñable es que se ha realizado con un presupuesto mínimo, extraordinariamente modesto de unos 100 millones de euros frente a los 325 del Goethe, los 800 del British, o los 1000 del Institut Français.

El mapa actual de la política y acción cultural española sitúa indiscutiblemente la actividad cultural del IC en el contexto de la promoción española en el exterior. Frente al mero hecho representativo, el IC introdujo un concepto tecnificado de la actividad cultural, desarrollado por un personal especializado, con un tipo de

---

Instituto de Instituto Español "Nuestra Señora del Pilar" de Tetuán y del Instituto Español "Lope de Vega" de Nador celebrarán sus centenarios en el 2015 y 2014, respectivamente.

<sup>13</sup> HERRERA de la MUELA, Ignacio; "La contribución del Instituto Cervantes a la promoción exterior de la cultura española e hispanoamericana: ¿Actor o agente?" en <http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario>

<sup>14</sup> Esta cifra no suma las denominadas Aulas Cervantes pues son oficinas unipersonales pero no Centros propiamente dichos.

actividad multidisciplinar y/o temática y con una mayor agilidad en la gestión y colaboración con otras entidades. Estructuralmente el IC ha diseñado un nuevo panorama de la difusión y promoción cultural, profesional y autónomo, apoyado en una red de centros coordinados por una Sede central ubicada en Madrid, y en la que cada centro lleva a cabo un esfuerzo añadido de adaptación e integración, según las características de cada ciudad. Una red global para una actuación local que aproxima culturalmente a los países con el deseo de lanzar puentes al diálogo y ayudar a la porosidad de barreras y fronteras, a la cancelación de incomprensiones y desconocimientos<sup>15</sup>. Y sin embargo todavía queda camino y mucho por mejorar. Debemos avanzar e ir más allá, no quedarnos en la difusión y promoción o en sencillas coproducciones. El Instituto Cervantes puede ser una herramienta sin parangón de la política cultural exterior española única. Primero como catalizador y vertebrador de los distintos actores, optimizando los esfuerzos del gobierno pero también, como intérprete de otras realidades, de otras culturas. Un conocimiento éste, que puede transmitir a la sociedad española orientando las estrategias y detectando oportunidades y actuando en base a una estrategia global, bien trazada y consensuada.

Recientemente, en el año 2011, se publicó el Plan Nacional de Acción Cultural Exterior (PACE). Dos años antes se había firmado, entre los Ministerios de Cultura y Asuntos Exteriores y Cooperación, un convenio para el desarrollo de una estrategia para la promoción de la cultura española en el exterior, y derivado de ello, se creó un grupo de trabajo. Este grupo estaba formado por los Ministerios de Asuntos Exteriores, Cultura, Presidencia de Gobierno, el Real Instituto Elcano, el ICEX, el IC y las antiguas tres sociedades estatales poco después refundidas en una sola, Acción Cultural Exterior (AC/E)<sup>16</sup>. El resultado fue un estudio que dejó claro que la

---

<sup>15</sup> Vid. HERRERA DE LA MUELA, Ignacio: *La promoción cultural española en el exterior: la actividad cultural y promoción del cine del Instituto Cervantes, 1991-2004*. Tesis Doctoral leída en la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Director: Enrique Bustamante Ramírez, Madrid 2008. Se puede consultar la memoria en [eprints.ucm.es/8733/1/T30614.pdf](http://eprints.ucm.es/8733/1/T30614.pdf)

<sup>16</sup> Esta reforma se aprobó el 30 tras la aprobación, en Consejo de Ministros, del Acuerdo de Racionalización del Sector Público Empresarial Estatal, que contemplaba, la fusión de las tres sociedades estatales encargadas de la promoción cultural, SEACEX, SEEI y SEEC, respectivamente tuteladas por los ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación, Economía y Hacienda y Cultura, en una nueva sociedad de acción cultural.

comunidad cultural es consciente de que la acción cultural exterior ha crecido mucho en estos 20 años, pero también de que era mejorable, pues requería de una mayor coordinación entre los actores, una definición más concreta de las estrategias y de pactar adecuadamente éstas con todos los actores y la sociedad civil.

El PACE revisó la Acción cultural de España y se presentó como el primer proyecto estratégico de estas características, con el fin de promocionar internacionalmente y de forma coordinada por parte de las Administraciones Públicas, las industrias culturales y creativas de España, al que se sumaba el sector privado, a través de un Consejo Asesor de los distintos sectores de la cultura. El PACE describía una serie de estrategias que facilitarían el establecimiento de redes entre el sector cultural español y el local, por donde fluyeran los intercambios y la presencia de nuestras industrias culturales y creativas. Además señalaba una serie de zonas prioritarias: Europa, Estados Unidos, Iberoamérica y los países del Mediterráneo, en primer lugar; seguidas de Asia y África subsahariana. Los objetivos últimos del Plan eran reforzar la marca España mediante la internacionalización de nuestra cultura, el fomento de la difusión del español y de las lenguas cooficiales, nuestra presencia en los acontecimientos de mayor relevancia y la promoción de la cooperación cultural y el turismo cultural<sup>17</sup>. Para los más críticos este intento no ha gozado de un convenio interministerial suficiente y echa en falta un marco de referencia claro.

Pero este escenario de cambio y reflexión sobre el servicio exterior, no sólo se ha dado en España. A pesar de tener la red cultural más densa y más amplia del mundo, Francia está atravesando desde hace años por una crisis de fondo<sup>18</sup>. Las comisiones de asuntos culturales y de asuntos exteriores y de defensa del Senado empezaron a plantearse en junio de 2009 cómo podían dar un nuevo impulso a la política exterior cultural de Francia, inspirándose en los modelos británico y alemán.

---

<sup>17</sup> En ese momento en la acción cultural del Estado en el exterior destacan, además del Instituto Cervantes, la Agencia Española de Cooperación Internacional, la Fundación Carolina, AC/E, además de los programas de cooperación interuniversitaria *Erasmus Mundus* para Europa e *Intercampus* para Iberoamérica; los del Marco de I+D de la UE y el CYTED-D para la comunidad iberoamericana en el plano de la cooperación científica internacional; y los acuerdos suscritos por el CSIC y por diversas universidades con instituciones exteriores equivalentes.

<sup>18</sup> Francia cuenta en el extranjero con 144 centros culturales, 27 institutos de investigación y 1.070 *Alliances Françaises*.

Las comisiones estuvieron de acuerdo con que en el siglo XXI, la tradicional lógica de proyección cultural estaba obsoleta y debía sustituirse por una nueva lógica de política de influencia (*soft power*), sustentada en una verdadera estrategia<sup>19</sup>. Francia en 2010 unificó sus entidades públicas encargadas de proyectar la cultura y la literatura en un solo organismo: *Culturesfrance*, con mayor autonomía, y con el propósito de incorporar la diversidad real de la sociedad francesa y atraer las manifestaciones de otras naciones a su territorio, como fue el *Año de México en Francia, 2011*.

Tras la experiencia de *Culturesfrance* y retomando la idea de incluir la diversidad, a finales de año 2011, Francia ha optado, por la marca *Institut Français*. El objetivo es crear "identidad única", federando en un único establecimiento todos los actores de la acción cultural francesa en el exterior. Cuenta con un presupuesto de 43 millones de euros para un período de tres años, es decir, el doble que el de *Culturesfrance en 2010*. Para llevar a cabo la creación de esta identidad común, se ha revisado la organización de la acción cultural exterior francesa y se ha dotado al *Institut Français* de una nueva estructura jurídica, que permitirá la obtención de fondos tanto privados como públicos y optar a fondos procedentes de la UE y de otras organizaciones internacionales<sup>20</sup>. Como resultado, a partir del 1 de enero de 2012, han comenzado a fusionarse en el mundo entero, los centros culturales con los servicios culturales de la Embajada francesa, que deberán haber finalizado en el 2013. Este último punto puede chirriar con la red EUNIC (*European Union National Institutes for Culture*) a la que pertenece el propio *Institut Français*, pues uno de los principios de la red es el de mantener la capacidad de maniobra con respecto a las Consejerías culturales, priorizando el fin intrínseco de la cultura y huyendo de una acción meramente representativa. Por otro lado, Francia sigue teniendo un punto débil en la proyección de su lengua, que no remonta el vuelo, pese a los esfuerzos

---

<sup>19</sup> El Senado francés recomendó cambiar de lógica, sustituyendo una lógica de proyección cultural, prisionera de su legado histórico, por una política de influencia (*soft power*) que se apoya en una cultura que no busca solamente difundirse, sino también enriquecerse en el contacto con otras, rechazando la uniformización de la cultura en el mundo debido a la dominación del modelo anglosajón. No se trata ya de exportar Francia sino de compartir e intercambiar

<sup>20</sup> BIRAMBAUX, Isabelle ; "El Institut Français se renueva: una reforma al servicio del soft power". Real Instituto de Elcano, ARI 92/2011 - 19/05/2011.

de la diplomacia cultural francesa. El inglés la ha desbancado, pero también el español. Así las cosas, Francia pelea por mantenerse en las instituciones europeas y en el norte de África, donde su cuota de influencia cultural se mantiene.

En Reino Unido, la última revisión de la estrategia plurianual del *British Council* ha establecido áreas prioritarias (Oriente Medio y Próximo, el Magreb, Asia Central y el SE asiático, así como China, India y Brasil). Su actuación se está centrando en tres temas principales que no tienen que ver con su patrimonio o su legado como son: el diálogo intercultural, la economía creativa y el cambio climático. El objetivo ya no es tanto exportar "Reino Unido" cuanto constituir una plataforma del conocimiento que atraiga las mejores ideas y líderes del Planeta. Tanto el *British Council* como el *Goethe Institut* colaboran con la administración de sus respectivos países pero sus estatutos, a diferencia del caso francés, especifican claramente su independencia y gozan, por lo tanto, de una autonomía, que en absoluto ni está, ni debe estar, de espaldas a las políticas exteriores, pero que legitima su propia acción pues la independencia es inherente al concepto "Cultura". Londres se ha visto muy afectada por la crisis financiera y su imagen internacional, como la del resto de los países, está condicionada por su capacidad de recuperación. Sin embargo cuenta con una gran baza: los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Probablemente la diplomacia pública aprovechará la ocasión para proyectar Reino Unido como potencia mundial con un proyecto global.

En comparación con los británicos, la reforma del *Institut Français* ha hecho aumentar la dependencia de la acción cultural exterior del Estado a nivel institucional, y, al mismo tiempo, pretende que el nuevo establecimiento alcance la autofinanciación a través de los cursos de idiomas y el mecenazgo. También a diferencia de los otros institutos europeos, el *Institut Français* se centra más en la diversidad cultural, pero Francia tendrá que ver, si es capaz de prescindir de una parte de su tradicional liderazgo cultural, para dar paso a esa diversidad. El futuro nos dirá cuál de los modelos ha acertado más y mejor.

Dejando de un lado los modelos, la consecución del éxito pasa irremediabilmente, y entre otros muchos puntos, por uno esencial. Me refiero a que los máximos responsables de lo cultural sean especialistas en la materia. Tenemos que apostar por un concepto más tecnificado de la actividad cultural, es decir, por un **personal especializado**. No sólo es necesaria la sensibilidad artística contemporánea en los responsables culturales, características que igualmente pueden tener un especialista en física cuántica o un encofrador. Resulta imprescindible que los responsables de cultura cuenten con un buen conocimiento metodológico propio y exclusivo de la gestión cultural y de la especificidad de su tejido y mercado, que, como es natural y exigible en cualquier ámbito profesional, conozcan y sepan moverse en contextos completamente diferentes y conozca las dinámicas culturales actuales, así como los nuevos escenarios de la globalización y no sean ajenos a las dinámicas de las políticas culturales. Todo ese conocimiento es la base de lo que podemos denominar *visión de futuro*, condición *sine qua non*, para quien diseña y programa la acción cultural en el exterior. Sólo esos especialistas, que aportan años de experiencia práctica internacional, tienen la visión y las herramientas tanto para diseñar las estrategias, como para ejecutarlas, de tal suerte, que eviten la atomización y la dispersión, la redundancia y las interferencias de los programas de acción cultural, la disminución y la falta de racionalización de las fuentes de financiación o la gestión deficiente, entre otros factores, que provocan la falta de coherencia de la propia imagen de un país.

A finales de 2011 se ha producido en España un cambio de gobierno tras el triunfo del Partido Popular el 20 de noviembre. Se ha anunciado un enfoque pragmático y algunos cambios organizativos de cierto calado relacionados no solo con la difícil coyuntura económica actual sino con un deseo de fondo de iniciar una nueva fase en la política exterior española. Si lo comparamos con los gobiernos anteriores de Aznar y Rodríguez Zapatero, los énfasis son distintos: El acento sobre la diplomacia económica, una clara apuesta por la UE y el anuncio de un ejercicio consensuado de reflexión sobre la reforma del servicio exterior<sup>21</sup>, asignatura pendiente que hasta

---

<sup>21</sup> Un grupo de trabajo elaborará un Libro Blanco al respecto –donde colaborarán políticos de todos los partidos,



ahora, ningún gobierno ha podido llevar a buen puerto. España a diferencia de Francia o Alemania y, en este sentido quizá más pareja a Reino Unido, tiene una gran fortaleza que debe poner en valor y que es su vocación atlántica. Fortalecer ese vínculo a través de un diálogo entre iguales y hacerlo desde el sendero de las artes y las letras, donde América Central y del Sur tienen tanto que decir al mundo, es que España consiga todo el oxígeno que ahora falta en Europa. Sin lugar a dudas España debe mantener su doble vocación: la europea y la atlántica.

El nuevo gobierno ha optado por la estrategia de mercadotecnia de la "marca España" vendida a través de un buque insignia llamado Instituto Cervantes. El cómo en esta tarea, es clave. La idea, sin lugar a dudas, puede funcionar en la promoción de paquetes culturales determinados pero para que además nos sirva de cara a la proyección exterior de la cultura española, máxime si, ésta, quiere ser parte de una identidad compartida panhispánica, conviene añadir un trabajo de fondo, un estudio concienzudo y serio, que de por resultado un proyecto acorde a los tiempos que nos tocan, que no es otro que un espacio globalizado donde la transferencia del conocimiento es inmediato a la vez que fragmentario.

El Cervantes parece que tiene el encargo actualmente de centralizar una parte importante de la acción cultural exterior. Cuenta con algunas ventajas considerables, es una institución que goza de reconocimiento y prestigio en España, es uno de los sellos más reconocidos igualmente en el exterior, sobre todo en zonas emergentes, dispone de un equipo profesional especializado, sabe del trabajo en red, de la actuación local... y además no olvidemos que el Instituto Cervantes tiene una misión doble desde su creación, que no es otra que la de la promoción del español y del resto de lenguas cooficiales, y la de la difusión de todas las disciplinas y lenguajes artísticos y científicos de los creadores, pensadores, estudiosos, intelectuales ... del mundo hispano. Si esto ocurre, el Instituto Cervantes tendrá que apostar por una promoción cultural que refleje una España actual pero, sobre todo,

---

funcionarios, expertos y representantes de la sociedad civil- que puede desembocar en una propuesta de Ley del servicio exterior. Vid. MOLINA, Ignacio; OLIVIÉ, Iliana; y STEINBERG, Federico; "La reorganización de la acción exterior de España por el nuevo gobierno del Partido Popular". Real Instituto Elcano, ARI 9/2012, Madrid.



la futura, la deseada y la que necesitamos. Y esto no se puede hacer igual en los lugares en los que hasta ahora ha estado presente, de en los que no lo ha estado. El Cervantes tiene que apostar por generar nuevos procesos culturales y por la promoción de nuestras industrias culturales, persiguiendo la innovación y el desarrollo del sector y presentando a terceros el fruto de esa relación. Apostemos por un trabajo compartido para crear plataformas de conocimiento y aportar algo más al mundo que nos toca vivir. Un trabajo en común, que nos ayude a crecer a todos y que se dirija hacia la coproducción.

Muchos de los sectores de la economía llevan un buen adelanto respecto a los sectores culturales en la internacionalización de sus actividades, salvo excepciones como el libro, el diseño o la gastronomía. Existen en el ámbito cultural grandes éxitos, baste recordar el prestigio de algunos de nuestros cocineros o de nuestros arquitectos. ¿Qué hay detrás de su triunfo? Innovación, vamos unos pasos por delante, tenemos algo que proponer a los demás. Todos los países saben que la cultura, además de tener un camino internacional propio, son las mejores compañeras de viaje de las empresas exportadoras de bienes y servicios y son clave para la valoración positiva de los productos que un país ofrece en el extranjero. Así pues, vale la pena desarrollar estrategias de imagen y posicionamiento internacional atendiendo a criterios, que la situación actual requiere y a prioridades basadas en conceptos de la cultura y las artes no caducos. Quizá el valor de la oferta deba centrarse en la innovación y la creatividad, a la vez que se pone en valor nuestra cultura y valores. Un equilibrio en el que convendría provocar y dinamizar espacios culturales capaces de romper fronteras, de concebir nuevas formas y dimensiones en las que circulen las ideas.

Sin duda, la coyuntura actual ha afectado a la imagen de España, que era modélica por su convergencia en Europa y su capacidad de crecimiento. Pero hay que ser optimistas y tenemos razones. En un sondeo de finales de 2010 realizado por el *Reputation Institute* en todo el mundo, la imagen de España era buena. Además los Barómetros del *Real Instituto Elcano* igualmente indican que la mayoría de los



españoles viven el problema como una cuestión económica y coyuntural, y no como una decadencia global y estructural. Uno de los problemas estructurales que está afectando a nuestra imagen es la falta de instituciones y estrategias que en España contrarrestasen los ataques evidentes que se produjeron contra España en la prensa anglosajona y alemana y en la campaña electoral francesa. Como apunta Javier Noya, se precisa de una diplomacia pública activa, de reacción inmediata, ante este tipo de problemas. Es otra reforma estructural básica para encarar el papel de España como potencia global<sup>22</sup>.

En todo este cuadro esbozado a grandes pinceladas, la UE pudiera parecernos una maquinaria lenta que se mueve con cierta dificultad en un mundo mutante y en cambio constante. Hay que recordar, tenemos que recordar, que los países que forman parte de la UE no somos un grupo que sólo responde a la lógica de intereses compartidos. Cuando se habla de Europa, se habla de un sistema de valores, de un proyecto consciente, de una Europa fundada contra el totalitarismo y centrada en el universalismo, que se reconoce en las ideas de la democracia, de una sociedad solidaria, ética, responsable, garante de los derechos inalienables de los ciudadanos. Pues bien, aunque evidentemente China o Rusia no tienen la imagen de progreso y libertad de Europa, o de que Brasil o la India no dan tampoco la idea de estados del bienestar comparables al que se percibe pueda ofrecer Europa, se están haciendo con la escena internacional también, lo veremos, en lo cultural. Habrá que estudiar estos fenómenos y reflexionar sobre el asunto pues no parece que Europa no se esté proyectando como alternativa. Habrá que considerar una reforma de nuestras instituciones y de su rol, habrá que repensar en la falta de gobernabilidad y de tutela de los intereses nacionales. La crisis financiera internacional no nos ha ayudado y de hecho, probablemente, haya reforzado la imagen de una Europa, dividida con escaso poder de reacción. Es hora de trabajar en una misma dirección. En el ámbito cultural cabe destacar la red EUNIC que agrupa a los organismos e instituciones de los Estados miembros de la UE encargados de la acción cultural exterior. Éstos colaboran juntos en el desarrollo y ejecución de proyectos culturales

---

<sup>22</sup> NOYA, J; Ari 44-2011 en <http://www.realinstitutoelcano.org/>

multilaterales. Sus ámbitos de reflexión prioritarios son la diversidad en todas sus formas, reconociendo al mismo tiempo la importancia del legado cultural común de Europa, y centrándose en concreto en el diálogo intercultural, el multilingüismo y la ciudadanía europea. En los distintos países del mundo, los centros culturales europeos se organizan en subredes, lo que permite actuar localmente y en contacto directo con el ciudadano<sup>23</sup>. Pero esto que parece una buena idea necesita del apoyo de una Europa que resuelva primero otros temas internos, que la crisis financiera ha dejado al descubierto más.

### EL FUTURO, LLÁMESE AHORA DESAFÍO

Estamos ante una encrucijada, en un momento que requiere decisiones de gran trascendencia, que tienen que estar por encima de las diferencias ideológicas y caminar por la vía del entendimiento. Aunque, como ya se ha comentado, hemos ido mejorando desde los años 90, todavía tenemos mucho trabajo por delante en nuestra proyección internacional en cantidad y, sobre todo, en calidad, dotando de mayor solidez a nuestros fundamentos internos que sustentan la acción exterior y no perdiendo de vista tres elementos que marcan el actual contexto internacional: las nuevas potencias emergentes que están rediseñando una realidad multipolar; la fragilidad de la situación en la que se encuentra la UE; y el profundo y duradero efecto de la crisis económica sobre, no sólo los recursos disponibles, sino también sobre el prestigio y el poder relativo de los distintos países<sup>24</sup>. Fundamental me parece también, que adoptemos un enfoque estratégico que otorgue más coherencia y transparencia a la acción exterior: definición de prioridades y valores a defender en el mundo, la mejora de la efectividad, de las representaciones en el exterior, etc. Pero, ojo, tendremos que hacerlo de una forma coherente para que sea posible su desarrollo. No podremos quedarnos en una dimensión meramente instrumental, es decir, el cómo se proyecta España, sino que lo primero será el estudio y análisis sobre el qué y el para qué proyectarse. Reflexión sí, basada en

---

<sup>23</sup> Vid. <http://www.eunic-online.eu>

<sup>24</sup> *Op. Cit* en nota 14



criterios técnicos específicos y unida a la conceptualización y formulación específica hecha por profesionales del sector, y orientada a la complejidad de trabajar con diferentes elementos, en contextos bien diversos y con impactos directos, indirectos, intangibles y también imprevistos. Cultura que permita evaluar. Esto es, empezar por los contenidos (definir objetivos e identificar los medios oportunos) para continuar después a abordar las estrategias, el funcionamiento y las herramientas. Hay que emprender líneas de actuación novedosas que cuenten con el consenso, para que no se abandonen, y construir sobre lo bueno existente para mejorar, modificando lo que no ha servido, pero siempre sumando. Es la suma, y no la resta, una buena forma de crecer, crear una idea de país y conseguir un cierto peso internacional. Un prestigio exterior que no es un objetivo en sí mismo, pues éste será consecuencia también de la prosperidad interna (cultural, social, económica y política), combinada con una acción exterior que refleje los valores y defienda los intereses, recogiendo y aprovechando todo lo conseguido<sup>25</sup> durante décadas.

Esta necesidad de renovar nuestra política cultural tiene que considerar el contexto actual, que ha cambiado radicalmente con respecto a tan sólo hace diez años. La **globalización** ha problematizado las relaciones culturales entre países. En primer lugar, a nadie se le escapa la actual dispersión de canales a través de los que puede transmitirse el mensaje cultural, así como el auge de los medios informales (Internet, redes sociales...). Internet es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades y, por lo tanto, el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico<sup>26</sup>. En segundo lugar, no debemos de perder la vista sobre el desarrollo de estrategias multilaterales de proyección exterior, que buscan acentuar los perfiles internacionales de una identidad común como *Mercosur*, *Nafta*, *el Pacto Andino* o la misma Unión Europea<sup>27</sup>; en cuarto lugar, la multiplicidad de Estados que están irrumpiendo con fuerza en el panorama de la política cultural exterior, como

---

<sup>25</sup> Vid. "Una política exterior al servicio de España" *El Mundo*, 5/02/2012, firmado por todos los ministros de Exteriores, salvo el fallecido F. Fernández Ordóñez.

<sup>26</sup> CASTELL, Manuel; "Internet y sociedad red" Revista de la integración, n°5, Lima, 2010.p. 183

<sup>27</sup> Aunque la competencia sobre política cultural pertenece a los estados miembros, la Comisión publicó en el 2007 la "Agenda Europea para la cultura en el mundo en vías de globalización". En el 2006 se constituyó la EUNIC, la red de institutos culturales nacionales de la UE que ha impulsado proyectos conjuntos de cine, música, arte...



es el caso de Brasil, China o India<sup>28</sup>, ya mencionados; en quinto lugar, la pluralidad de agentes que, dentro y fuera del Estado, realizan acciones culturales en el exterior; y en sexto lugar, entre una lista bastante más larga, el cambio de la composición social de los estados, fruto de la inmigración y de la libre circulación de personas, que diseña sociedades más ricas en sus manifestaciones culturales y modela su identidad.

Las únicas estrategias posibles serán aquellas que se basen en el diálogo, en el intercambio, requiriendo al Otro una serie de iniciativas que complementen las nuestras. No me refiero simplemente a organizar actividades culturales conjuntas, que permitirían un mejor conocimiento, sino a que la proyección cultural española deberá incluir, adelantándonos a los demás, la presentación de proyectos y programas conjuntos frente y/o *ante terceros*. Nuestra "marca" aparecería así asociada a imágenes distintas de las tradicionales, reforzaría el intercambio y las iniciativas de política exterior. Es cierto que España ha conseguido un posicionamiento fuerte y consistente sobre todo en los últimos 20 años, pero se mantiene todavía un sobreposicionamiento de una serie de productos y servicios tradicionales y asociados a una serie de atributos, que dificulta a otra serie de categorías y atributos emerger, y que presentarían una España más acorde con su realidad. El desafío, por lo tanto, es consolidar una imagen alternativa que renueve la marca y que a la vez sea fuerte, global y consistente. Más que nunca es necesaria una planificación estratégica, pues la marca española sufre el riesgo de diluirse si no marcamos unos objetivos y articulamos nuestras campañas de promoción en torno a símbolos identificables. Es un asunto de Estado, como ya se ha comentado, y por lo tanto debe ser una empresa en la que todos los actores que contribuyen a formar una imagen de España asuman su lugar suprimiendo

---

<sup>28</sup> Cualitativamente, la cooperación cultural brasileña se caracteriza por ser mucho más participativa e incluyente que la ayuda de China o la India, tanto por el número de instituciones nacionales e internacionales involucradas como por las modalidades empleadas, que superan la estricta dimensión bilateral para innovar en formas de cooperación triangular, multilateral, regional e interregional. La cooperación de Brasil puede convertirse en un modelo para otros países emergentes. El caso de Brasil y de su política cultural y cooperación ha despertado mucho interés en España. Véase AYLLON PINO, Bruno "La cooperación de Brasil: un modelo en construcción para una potencia emergente" en <http://www.realinstitutoelcano.org>; L.H. Pereira da Fonseca (2008), "La visión de Brasil sobre la cooperación internacional", *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, nº 22, Madrid, pp. 63-77; y C. Schläger (2007), "New Powers for Global Change? Challenges for International Development Cooperation: the Case of Brazil", *Dialogue on Globalization*. Berlin, Briefing Papers, FES.

protagonismos. Y en este sentido el Estado también debe hacer un esfuerzo en transmitir a las instituciones, empresas y ciudadanos la importancia de tener una buena imagen de país.

Efectivamente, los Estados tienen que estar atentos a la percepción que los ciudadanos tienen de la Cultura y responder a sus expectativas. ¿La importancia que los Estados dan a la Cultura es igual, menor o mayor que la que le conceden los propios ciudadanos? En este sentido vale la pena resaltar muy brevemente algunos datos del anuario publicado en el 2011 por la UE. El estudio demuestra que la Cultura ocupa un sitio prominente en la vida de los europeos, hasta un 77% opina que es importante y un 22% declara que no lo es. Un 91% considera que la cultura y los intercambios culturales contribuyen al entendimiento y la tolerancia entre los pueblos, y un 92% cree que debe ocupar un lugar destacado en la política de la UE. Más del 50% de los encuestados considera que los gobiernos nacionales detentan la mejor posición para implementar programas de gestión y cooperación cultural que fortalezcan la cultura y el intercambio. A pesar de esto, últimamente la crisis está pasando factura a la cultura, que está dejando de ser percibida como una prioridad frente a otras necesidades más urgentes. Hay que recordar que el sector no sólo está compuesto de y alimenta a los creadores, sino también a los carpinteros, electricistas transportistas... y a toda una industria, en su mayor parte PYMES, compuesta por editoriales, distribuidoras, empresas de operaciones, ventas... Pero es que también la atracción y diversificación del turismo internacional que llega a nuestro país dependen en buena medida del bullir cultural de nuestras ciudades, de la percepción y reputación artísticas y de la innovación de nuestro país, de los que a su vez se impregnan todos los productos de exportación, como ya hemos indicado. Nadie duda de que las artes y la creación, así como la conservación del patrimonio y el intercambio cultural, tienen una especial repercusión en los modos de ver, entender y proyectar la sociedad a la que pertenecemos y de colaborar y de participar con otras sociedades. La acción cultural exterior debe ser, por lo tanto, una prioridad estratégica para cualquier país. Permite a cada nación, a través de la Cultura, de sus culturas, de sus nacionalidades, ofrecer al resto valores



que, bien gestionados, son de capital importancia. Valores que son propios a la cultura y las artes y que nos impregnan, hacen más atractivo un país a la vez que retroalimentan el propio tejido cultural. Pero además en aquellas zonas menos desarrolladas, aceptar la implicación del peso de lo cultural es un avance en la construcción del progreso social. Efectivamente, la cultura no es un mero instrumento del progreso material, sino es el fin y el objetivo del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la existencia humana en todas sus formas y en toda su plenitud. Por lo tanto, es deseable no olvidar todos esos activos intangibles que proporciona el sector cultural, además de su valor intrínseco, y el beneficio derivado del diálogo y del buen entendimiento entre los países

Y para avanzar, seguir avanzando en lo cultural y en cualquier otro sector, es conveniente que los Estados inviertan en investigación, la base de todo y la mejor y más segura de las inversiones. Esta crisis es también una oportunidad para la creatividad, para innovar y para las reformas estructurales. Junto con la educación y la investigación, las artes se han revelado como uno de los componentes de una economía basada en el conocimiento y la creatividad, y esa, es la economía a la que deberíamos encaminarnos<sup>29</sup>. Por eso habrá que reforzar la educación artística, creadora del caldo de cultivo de nuestros futuros creadores. Por eso habrá que reformar la fiscalidad de las fundaciones y el mecenazgo con el fin de abrir los cauces a la participación privada en la financiación de la cultura. Por eso también el marco normativo debe procurar la sostenibilidad de las organizaciones culturales. Y por eso las organizaciones culturales deberán ser totalmente transparentes y autoexigirse un uso virtuoso y ejemplar de los fondos públicos, así como el diseño de programas de utilidad social.

Sin lugar a dudas, hay que reformular la política cultural exterior en función de los actuales intereses públicos, esto es, por, para y con el ciudadano. Se tambalea el concepto tradicional de política cultural porque no se está haciendo eco

---

<sup>29</sup> Véase: OTERO ROTH, Jaime, <http://elpais.com/diario/2009/03/23/>. Sirva esta nota para recordar al que fue investigador principal del área de *Lengua y Cultura* del *Real Instituto Elcano*, que nos dejó, en enero de 2012, a quien tanto debemos muchos de los que leímos sus estudios e investigaciones.



del nuevo sistema cultural que crece entre la gente y de espaldas a los políticos y las instituciones. La cooperación horizontal, el trabajo en red, la colaboración con la sociedad civil son herramientas metodológicas imprescindibles. Necesitamos una nueva generación de políticas culturales que replanteen el papel del Estado, que reflexionen sobre el concepto de servicio público y de interés general, que ofrezca nuevos contenidos de las políticas culturales en respuesta a nuevas necesidades y que cooperen con otras políticas. La máxima es "dialogar para avanzar". Y en ese camino hay que recuperar al ciudadano para que la creación se acerque a él y dialoguen. El arte, la creación, los procesos de construcción de imaginarios fortalecen la comunicación, los mecanismos democráticos y desarrollan, inexorablemente, una ciudadanía con conocimientos más amplios, y el saber y la formación del ciudadano, es el recurso fundamental de cualquier sociedad. Un ciudadano formado, crítico, activo, creativo, innovador, audaz, entrometido. Esa es la base fundamental de un Estado resolutivo, innovador, activo, sano. Todo eso es lo que hace posible la Cultura, nada más y nada menos.

La importancia de la política cultural es, por lo tanto, de las mayores posibles. Piénsese que, además de todo lo dicho, está demostrado que en la mayor parte de los conflictos internacionales actuales subyace un problema de origen cultural. Ningún país que opte a ser considerado internacionalmente y quiera formar parte como elemento decisor, puede descuidar su política cultural exterior. Para ello también es importante consolidar un papel activo en la UNESCO, participando en programas específicos y en las alianzas multilaterales. España, además, tiene una oportunidad única para ser un interlocutor privilegiado de Europa con, especialmente, el Mundo Árabe y Latinoamérica, y cuenta con una lengua hablada en medio mundo. El español, sin embargo se ve aquejado de algunos males seculares como señala Lodares<sup>30</sup>. Por un lado el "exotismo", por otro el de ser parte de la herencia imperial que puede generar una imagen negativa del hispanismo y, por último, la vinculación de nuestra lengua con sectores débiles desde un punto de vista socioeconómico. Hay que situar nuestro idioma en el prestigio de unas de las

---

<sup>30</sup> LODARES, Ramón (2004), *El porvenir del español*. Madrid. Ed. Taurus.

lenguas más viejas y ricas y con una tradición literaria inigualable, además de ser un vehículo de comunicación imprescindible ya en nuestro mundo y un camino para nuevas oportunidades.

Lo cierto es que el sector cultural merece ser considerado y más si cabe en la actual coyuntura. Es muy probable que el paisaje tanto de España como del resto de países europeos sea distinto tras la recuperación económica, pero las condiciones que hacen a las artes necesarias en una sociedad democrática aconsejan que el gobierno de un país tengan un papel central, pues la cultura es la mayor garante de un sociedad con oportunidades para todos y de una ciudadanía culta, el mayor activo de cualquier país.

