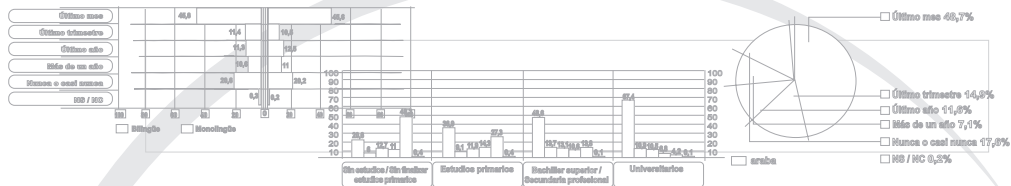




ESTUDIO

Diplomacia Cultural



Índice

Introducción	3
1. ANTECEDENTES	4
2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL	6
3. UNA MIRADA PRÁCTICA	8
4. REFERENCIAS	10

INTRODUCCIÓN

El uso del término diplomacia cultural es relativamente nuevo dentro de las relaciones internacionales, si bien la estrategia cultural ha formado siempre parte de la diplomacia tradicional. La cultura se sitúa como una de las principales tarjetas de presentación de muchos países, en su esfuerzo para promocionar una imagen característica que les ayude a conseguir sus otros retos políticos o de posicionamiento internacional. Pero más allá de este aspecto, la diplomacia cultural juega un rol de vital importancia en las actuales relaciones internacionales. Los intercambios culturales permiten conocer y cimentar puntos en común y de acuerdo con otras realidades. De ser considerada como una parte *soft* de las relaciones internacionales, la diplomacia cultural gana terreno para situarse al mismo nivel que la diplomacia tradicional.

En el marco de la puesta a punto del Instituto Vasco Etxepare, se ha realizado un breve informe con el objetivo de clarificar qué se entiende por diplomacia cultural y qué consecuencias prácticas tiene su aplicación. Para la elaboración de este informe se ha realizado una búsqueda de las principales referencias bibliográficas sobre la cuestión, así como la detección de distintos casos prácticos. A partir del análisis de dicha documentación, se han sintetizado los contenidos más interesantes y se han recogido los aprendizajes que pueden aplicarse con mayor provecho para la iniciativa vasca.

El informe se ha estructurado en cuatro partes:

Antecedentes.

Ubica la diplomacia cultural en su marco de referencia.

Delimitación conceptual.

Sistematiza los conceptos básicos que hay en torno a la diplomacia cultural.

Una mirada práctica.

Propone los distintos elementos que hay que tener en cuenta en el momento de desarrollar estrategias de diplomacia cultural.

Referencias.

Reúne las principales referencias bibliográficas sobre el concepto y las aplicaciones prácticas de la diplomacia cultural.

1. ANTECEDENTES

El contenido que describe el concepto de diplomacia cultural no es nuevo, es tan antiguo como la propia diplomacia. Todos los sistemas políticos han utilizado la cultura y el arte para mostrarse al exterior e, incluso en algún caso, para imponerse. Lo que diferencia la diplomacia cultural de antes y la actual es su objeto de trabajo: ante una realidad actual mucho más compleja la diplomacia cultural debe ocuparse de muchos más asuntos y más variados. Por ejemplo, la diplomacia cultural puede encargarse de parte de la promoción exterior de un país; o bien puede utilizarse como parte de la política de cooperación internacional.

El antecedente más claro para entender lo que hoy en día es la diplomacia cultural lo encontramos en el *soft power* de Joseph Nye. En su obra *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (1990), y posteriormente en *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004), Nye definió el *soft power* como la capacidad de un Estado de conseguir sus objetivos no a través de amenazas y recompensas económicas, sino a través de la atracción y la persuasión hacia las políticas, la cultura o los ideales del país. El autor analiza los límites que la fuerza militar de los Estados Unidos tiene en relación a sus aliados o potencias menores y cómo el poder blando puede ayudar a superar ciertas barreras. Así pues, el *soft power* puede entenderse también a través de la contraposición al *hard power*, la habilidad coercitiva que utiliza la diplomacia tradicional.

La diplomacia cultural también debe entenderse como una práctica muy vinculada a la diplomacia pública. Tal y como la definió el autor noruego Erik Rudeng, la diplomacia pública es aquel conjunto de acciones mediante las cuales los gobiernos se dirigen directamente a la población de otro país. La diplomacia tradicional puede ser descrita como las relaciones que se establecen entre instituciones al más alto nivel; en cambio, la diplomacia pública se encarga de cómo un país se comunica con la ciudadanía de otros Estados. Es por ello que la diplomacia pública basa su fuerza en la atracción.

El aumento del peso que la diplomacia pública está experimentando sobre el conjunto de las relaciones internacionales plantea un escenario mundial diferente.

Así mismo, la reflexión sobre la diplomacia cultural no puede sustraerse de un debate de fondo sobre el concepto de cultura. En el siglo XXI la cultura ya no se entiende de forma unívoca. El concepto actual de cultura se basa en la complejidad y la pluralidad, en el sentido que en las

sociedades actuales no hay una única forma de vivir y de entender el hecho cultural. Es por ello que hay que hacer referencia a las expresiones culturales, a las identidades múltiples, en definitiva a las culturas. Este concepto mutante, diverso, complejo es con el que debe trabajar hoy en día la diplomacia cultural.

2. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

La diplomacia cultural puede entenderse como una parte de la diplomacia pública. Esta última se distingue de la diplomacia tradicional por los agentes que intervienen en ella (no solamente los organismos oficiales), por los destinatarios (la población en general de otros países) y los recursos de que dispone (la comunicación, la información, la cultura, la educación...).

La principal cuestión a remarcar cuando hablamos de diplomacia pública es el destinatario de las acciones que se ponen en marcha. A diferencia de la diplomacia tradicional, la diplomacia pública tiene como objetivo alcanzar un público amplio, la opinión pública extranjera, que debe persuadir con mensajes claros. La diplomacia pública no se dirige, por lo tanto, a las instituciones gubernamentales de otro país, sino que a través de ámbitos diversos quiere llegar a influir en un conjunto amplio de personas.

Así pues, la diplomacia cultural puede definirse como el conjunto de relaciones que sitúan los valores y los recursos culturales como los elementos centrales para difundir las expresiones culturales de una sociedad o para levantar puentes de diálogo entre personas y pueblos distintos.

La emergencia de la diplomacia cultural también se ha asociado al desarrollo de la paradiplomacia o la gobernanza multinivel. La paradiplomacia se define como el conjunto de acciones que desarrollan las administraciones no estatales en el ámbito de la diplomacia. Y la gobernanza multinivel se da cuando los distintos niveles de gobierno, desde la administración local a los distintos ministerios o departamentos, intervienen en menor o mayor medida en la esfera internacional.

En el contexto internacional, debido a los cambios sucedidos en la relación de fuerzas desde la Guerra Fría, la diplomacia pública ha ido ganando terreno y, a la par, lo ha hecho la diplomacia cultural. Así, en muchos ámbitos se considera que la diplomacia cultural es fundamental hoy en día. Si bien es cierto que por el hecho de existir cualquier expresión cultural ya es importante, también lo es que será más fuerte cuanto más reconocimiento tenga por parte de otros. En este contexto, la diplomacia cultural ayuda a ubicar en el mundo, a hacerse más presentes a aquellas culturas de dimensión más pequeña.

Así, se perfilan dos grandes estrategias para situarse culturalmente en el mundo:

- *La clásica*, la que históricamente han adoptado los Estados más grandes y con más recursos.
- *La más actual*, basada en aprovechar la conectividad internacional.

Tradicionalmente los Estados han invertido muchos recursos en la promoción del hecho cultural a través del despliegue de los institutos de cultura de promoción exterior (el *British Council*, el *Institut Français*, el *Instituto Cervantes*...), dedicados principalmente al estudio de los idiomas y a la difusión de las distintas expresiones culturales. En todos los casos la estrategia política ha consistido en el despliegue de una red de grandes instituciones sobre los distintos territorios en los que se ha querido incidir. En contraposición, la alternativa actual para los territorios pequeños es aprovechar los recursos existentes y, utilizando sus organizaciones culturales como plataformas de lanzamiento, situarse en el mundo. Se trata de aprovechar acontecimientos con reconocimiento internacional (por ejemplo un festival de cine, una institución museística...) para explicarse y proyectarse hacia el exterior.

En estos espacios el dinamismo de ciertas ciudades juega un papel determinante ya que pueden utilizarse como agentes catalizadores. Las ciudades, por su dimensión, por su capacidad de adaptarse a los cambios, son estructuras ligeras y, en este sentido, más adecuadas para dar respuesta a ciertas necesidades de proyección.

Con todo, los expertos señalan que los beneficios del desarrollo de una buena diplomacia cultural son múltiples y en muchas direcciones. En primer lugar, hacia el fortalecimiento de la cohesión interna —ante más reconocimiento, mayores niveles de respeto y estima por parte de sus gentes—. En segundo lugar, el protagonismo que pueda tomar la diplomacia cultural juega a favor del fortalecimiento de la diversidad global, así como la construcción y el mantenimiento de opciones alternativas a los canales oficiales.

Si bien la diplomacia cultural tiene sus límites, se está convirtiendo en una de las principales herramientas a disposición de la diplomacia pública para cambiar percepciones, romper prejuicios y plantear visiones sobre lo propio diferentes. Los objetivos de la diplomacia cultural son a largo plazo, lo que a menudo le resta visibilidad y requiere de un apoyo público prolongado no fácil de conseguir. Sin embargo, es a través de ella que es posible hacerse un hueco en un mercado altamente competitivo.

3. UNA MIRADA PRÁCTICA

La traducción práctica de la diplomacia cultural puede variar en función de las prioridades que se planteen. Para una cultura pequeña las ventajas de desplegar una estrategia de diplomacia cultural son varias.

La diplomacia de nicho

Una de las estrategias que propone *Petit Bozzo* (2008) es aplicar lo que él llama la «diplomacia de nicho». Para potencias diplomáticas periféricas recomienda concentrar los recursos y los esfuerzos en sectores en los que se pueda obtener un rédito importante. Esto, trasladado al caso de la diplomacia cultural, consistiría en escoger un ámbito de la cultura vasca, quizás alguno que ya tenga algún tipo de reconocimiento internacional, y centrar los esfuerzos en promocionarlo. En este sentido, todas las expresiones culturales son susceptibles de ser utilizadas (las artes, las exposiciones, los programas, los festivales, etc.).

Las expresiones culturales propias en diálogo con las demás

En el proceso de explicar al exterior las expresiones culturales propias debe emprenderse un ejercicio de ponerlas en diálogo con las demás. Éstas resultan atractivas cuando dan respuesta a una serie de inquietudes globales, a unos valores comunes que las hacen comprensibles a los ojos de los demás. Es en este sentido que la diplomacia cultural pone en funcionamiento un proceso de exportación-importación casi simultáneo. No se trata sólo de situar en otros mercados los recursos culturales propios, sino también de atraer agentes, instituciones, creadores extranjeros para que entren en contacto con estos recursos y los conozcan, los interioricen, los pongan en diálogo con los suyos y, finalmente, los exporten a su manera. Favorecer este proceso de doble dirección es esencial para posicionarse dentro de las dinámicas culturales actuales.

La concertación multinivel

Una de las características básicas de la diplomacia cultural es la estructura multinivel que plantea. Los poderes locales tienen cada vez más protagonismo internacional (por ejemplo, en el

ámbito de la cultura la adopción de la Agenda 21 de la Cultura por parte del organismo Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (CGLU); las instituciones culturales (museos, teatros, centros de creación...) se sitúan en redes globales de forma autónoma, los creadores se mueven libremente en un mercado claramente globalizado; etc. Ante este panorama, el planteamiento de una estrategia diplomática diseñada y ejecutada desde un único núcleo central parece no tener sentido. Es por ello que los expertos subrayan la necesidad de más allá de coordinar los distintos departamentos de un mismo gobierno, incorporar los otros niveles administrativos (local, foral) y las instituciones privadas o los creadores con más proyección.

Sin duda, en diplomacia cultural el papel de embajadores extraoficiales que desempeñan distintas personas, organizaciones e instituciones culturales es tan importante como el que pueda ejercer el organismo oficial especialmente dedicado para ello. La capacidad de establecer puentes de diálogo, de influir en la opinión pública extranjera, de mantener relaciones de diplomacia al más alto nivel por parte de todos estos otros agentes es un potencial que no debe menospreciarse en ningún caso.

La construcción de una marca dinámica

Como ya ha quedado apuntado, la «diplomacia de nicho» plantea la concentración de esfuerzos en un ámbito muy concreto. Una postura similar es la que se propone el concepto del *nation branding* que varios autores han postulado como una de las concreciones de la diplomacia cultural. Debe crearse una marca que contenga el «alma» de las expresiones culturales propias.

Pero ¿qué contenidos culturales deben formar parte de esta marca? Las expresiones que se exportan deben contener algún rasgo claramente identificable, si bien es cierto que no es fácil encontrar este rasgo sin caer en tópicos o visiones excesivamente estereotipadas. Efectivamente, los iconos culturales gozan de un elevado reconocimiento pero tienen como principal inconveniente su carácter estático. La marca debe estar basada en el dinamismo, proponer miradas innovadoras hacia la tradición y sustentarse en la calidad y el prestigio. Todos ellos son ingredientes complejos, pero es a través de una mirada compleja que puede conseguirse una imagen sugerente.

4. REFERENCIAS

General

1. **Bound, K. et al. (2007)**, *Cultural diplomacy*, London: Demos.
2. **Fuentes La Roche, C. (2008)**, *Globalización de marcas culturales: ¿neocolonialismo cultural o inversión en creatividad?*, Madrid: Real Instituto Elcano.
3. **Lenczowski, J. (2007)**, *Cultural diplomacy, political influence and integrated strategy*, Washington: The Institut of World Politics.
4. **Marco, E. y Otero, J. (2010)**, *Colaboración público-privada en la acción cultural exterior*, Madrid: Real Instituto Elcano.
5. **Petit Bozzo, M. (2008)**, *La convenció sobre la Protecció i la Promoció de la Diversitat de les Expressions Culturals de la UNESCO i les polítiques de promoció de la diversitat cultural. El cas de Catalunya i la paradiplomàcia cultural*, Tesis doctoral, Barcelona: Universidad Ramon Llull.
6. **Minguella, F. (2010)**, *El mecenazgo cultural internacional de las empresas*, Madrid: Real Instituto Elcano.
7. **Nye, J. (1990)**, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New York: Basic books.
8. **Nye, J. (2004)**, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
9. **VVAA (2007)**, *L'arme de la culture: les stratégies de la diplomatie culturelle non gouvernementale*, Paris: L'Harmattan.

Países y regiones

1. **Giacomino, C.A. (2009)**, *Cuestión de imagen: la diplomacia cultural en el siglo XXI*, Buenos Aires: Biblos.
2. **Hurkmans, B. (2008)**, *A la conquista del mundo: apuntes sobre la diplomacia cultural holandesa*, Madrid: Real Instituto Elcano.
3. **Informe final del Seminario Internacional, La diplomacia cultural. Reflexiones y propuestas desde Cataluña, 2009.**
4. **La Porte, T. (2006)**, *La diplomacia cultural americana: una apuesta por el recurso al poder blando*, Madrid: Real Instituto Elcano.
5. **Marco, E. (2008)**, *Una mirada al sistema británico de relaciones culturales internacionales: acción cultural exterior y diplomacia pública*, Madrid: Real Instituto Elcano.
6. **Martinell, A. (2006)**, *Hacia una nueva política cultural exterior*, Madrid: Real Instituto Elcano.
7. **Rodríguez Barba, F. (2008)**, *La diplomacia cultural de México*, Madrid: Real Instituto Elcano.
8. **Viñuales, I. (2010)**, *Diplomacia cultural: experiencias argentinas*, Madrid: Real Instituto Elcano.