LA CONTRIBUCIÓN DEL INSTITUTO CERVANTES A LA PROMOCIÓN EXTERIOR DE LA CULTURA ESPAÑOLA E HISPANOAMERICANA: ¿ACTOR O AGENTE?

Ignacio Herrera de la Muela

Han pasado quince años desde que el Instituto Cervantes comenzó su actividad, un período que nos permite estudiar con suficiente perspectiva la evolución de la institución. Su irrupción en el panorama de la cultura nacional e hispanoamericana, dentro de la diplomacia española de la década de los noventa, se analiza y valora habitualmente en el ámbito de la política exterior, sin tener en cuenta la capacidad de gestión y dotación de recursos del Instituto como organismo público dedicado a la promoción cultural. La tradición de la política de acción cultural española en el exterior, con anhelos panhispanoamericanos, ayuda a comprender presente y pasado de la promoción exterior de la cultura, a entender las prioridades y los primeros intentos para establecer una red y un organismo independiente. Los antecedentes de la promoción cultural en el exterior prueban que se dieron cambios importantes en la orientación de las políticas y acciones del Estado en función de nuevos acontecimientos y circunstancias.

El entramado de la promoción exterior de la cultura española, es decir, el conjunto de todas las entidades que disponen de un presupuesto de acuerdo con un programa para la promoción exterior de la cultura, cuenta desde hace quince años con el funcionamiento del Instituto Cervantes (IC), que aporta una presencia regular y continuada a través de una red de más de cincuenta centros en casi cuarenta países, adecuada a distintos escenarios y con un cauce profesional para las actividades culturales en el exterior. Este entramado no deja de ser un ámbito en el que se confunden los fines y objetivos de la política cultural con los de la ampliación y desarrollo tecnológico y comercial de la cultura y de las industrias culturales en general. Si la mera actividad cultural que propicia cualquier política pública fuese únicamente un medio en el que participan organismos públicos y privados para alcanzar los objetivos de la política exterior, estaríamos ante un escenario nada relevante, pero pasados tres lustros, el Instituto ha llevado a cabo una importante y reconocible labor ofreciendo un servicio exterior de promoción cultural, arrastrando el lastre de la indefinición sobre su cometido a este respecto desde su creación.

Entendemos por cultural el conjunto de actividades profesionales relacionadas con las artes, las ciencias y el pensamiento, a cuyos contenidos, presentados en diversos formatos accede un público general o especializado, extranjero o no, hispanohablante o no, o un público determinado como los alumnos del mismo centro, hispanistas, profesores, etc., convocados por diferentes medios. El exterior es el ámbito geográfico y político donde el Estado decide estratégicamente estar presente, donde es representado por organismos diplomáticos y técnicos y la pro-

moción, en este caso cultural, es el esfuerzo de organizar, en conjunto y de forma ordenada, una acción que dé a conocer y transfiera aspectos y contenidos de la cultura española e hispanoamericana en torno a la enseñanza de la lengua.

Tradicionalmente, a lo largo del último siglo, estas actividades han formado parte de una acción cultural en la que han participado varios ministerios al amparo de las embajadas y, tras la creación del IC, se puede argumentar que hay un antes y un después con respecto al diseño, la planificación, las necesidades y los intereses de las actividades culturales en su conjunto en el exterior. Esta actividad, auspiciada o patrocinada por el IC, tiene una finalidad dentro del conjunto de la política exterior, pero también otra finalidad ineludible hoy por hoy: el apoyo a los actores culturales que promociona. En ese sentido el IC ha generado expectativas que lo sitúan a un nivel de categoría y prestigio de otras entidades europeas que ofrecen un programa de promoción cultural temático, enfocado en la cultura de la sociedad contemporánea, lo que inevitablemente, y en comparación con estos centros puede cuestionar la eficiencia en el ámbito cultural del IC como centro de recursos y plataforma de promoción de la cultura española e hispanoamericana.

A lo largo del periodo 1991-2006, y a tenor de su expansión y ampliación de recursos (no del proporcional aumento de su presupuesto), la oferta en el ámbito cultural se ha especializado: los formatos de cine, conciertos y exposiciones, que transmiten contenidos más aceptados por el público, concurren en el sector comercial, lo que frecuentemente pone al IC en la situación de optar no sólo por organizar la actividad sino también por procurar las condiciones para la promoción de actores culturales españoles e hispanoamericanos en el exterior (distribuidores de cine, agrupaciones musicales, artistas plásticos, fundaciones, etc.) sin entrar en el ámbito de la cooperación. Ante este panorama cabe preguntarse si ha contribuido el IC a despejar el terreno para una futura política cultural en el exterior que integre todo tipo de demandas culturales en el exterior o si, por el contrario, el IC debe limitar su acción institucional y dar paso a otras entidades a ocupar el sitio.

Los antecedentes históricos de la diplomacia cultural, la documentación y el análisis de la programación cultural del IC ofrecen suficiente información para argumentar sobre planteamientos de un debate como punto de partida. Al IC le debe interesar estar alerta a los cambios que se suceden en el ámbito exterior de la cultura, de la forma y receptores reales en la transmisión de contenidos.

El proyecto de Ley y su tramitación parlamentaria evidencian posiciones políticas no aclaratorias sobre la función del IC con respecto a la promoción cultural y, sin em-



Todos los directores que ha tenido el Instituto Cervantes desde su creación posan el día de la toma de posesión de César Antonio Molina. De izquierda a derecha: Santiago de Mora-Figueroa, Marqués de Tamarón; Fernando R. Lafuente; Jon Juaristi; el ministro de Asuntos Exteriores y Cooperación, Miguel Ángel Moratinos; César Antonio Molina; la ministra de Cultura, Carmen Calvo, y Nicolás Sánchez-Albornoz. © Juan Espantaleón.

bargo, los datos sobre resultados de esta actividad en los últimos quince años podrían sugerir una nueva visión al respecto.

El IC aporta al conjunto de la acción cultural del Estado una marca que identifica la propiedad de una lengua internacional para facilitar la comercialización de su enseñanza; a partir de aquí, ¿está obligado a crear una demanda cultural o, dada su limitada capacidad de gestión, eso es una cuestión secundaria?

Antecedentes históricos

El proyecto de promocionar la lengua y la cultura españolas en el mundo tiene su origen hace más de un siglo en la necesidad de mantener, de forma urgente, la enseñanza de la lengua y la cultura españolas en las colonias de emigrantes españoles en el mundo, principalmente en América, y la recuperación de un liderazgo, al menos simbólico, entre la comunidad de Estados de tradición hispanohablante. La colaboración de asociaciones de españoles en el extranjero, emigrantes en su mayoría, fue esencial para el desarrollo de esta política exterior en el primer tercio del siglo xx. El aprovechamiento de estos recursos asociativos de la emigración existentes y los objetivos pro hispanos planteados por los sucesivos gobiernos supondrán una importante limitación tanto de concepto y estrategia como de ámbito geográfico de los intereses culturales de esta incipiente acción cultural, centrada en América Central y del Sur, Norte de África y Filipinas.

A lo largo del siglo xx, Hispanoamérica fue siempre eje y meta de toda acción cultural española, bajo gobiernos liberales, conservadores, republicanos y franquistas. En su mayoría, todos los proyectos proponían institucionalizar una acción con el fin esencial de mejorar la enseñanza de la lengua, el intercambio bibliográfico y científico, y la promoción de un mutuo conocimiento cultural en ambos continentes. Esta promoción se encauzó tradicionalmente a través del libro, el teatro, exposiciones, conferencias, etc., sin definir formatos de contenidos, administrando unos recursos sin planificar una acción determinada o con objetivos más allá de contabilizar el número y tipología de la actividad que justificara la anhelada presencia y el intercambio.[1]

En el primer tercio de siglo surgen iniciativas ambiciosas de distintos ministerios para asegurar una presencia en los ámbitos científicos, artísticos y culturales en general, en todo el mundo. La primera propuesta surge propiciada por el movimiento regeneracionista que lidera 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 pugna por una independencia política y administrativa que garantizara su capacidad de gestión. Por su parte los Ministerios de Estado y de Asuntos Exteriores establecen en 1926 los principios para crear la Junta de Relaciones Culturales (JRC) encargada, entre otras cosas, de coordinar una acción de información y colaboración cultural y científica para desplegarla en países europeos, un dispositivo de la administración pública que, en la II República, llega a adquirir un carácter autónomo, con representantes de ministerios involucrados en la enseñanza y promoción cultural en varios países, con una dotación presupuestaria y capacidad para participar en actos internacionales.[2] Tras la Guerra Civil, el Instituto de Cultura Hispánica[3] asume competencias a instancias del Ministerio de Asuntos Exteriores y, finalmente, en 1945, se crea 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. Durante la transición democrática, el Ministerio de Trabajo impulsa la organización de algunas Casas de España (París, Nueva York, Ginebra, Oslo y Utrecht) 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 Españoles de las Embajadas y otros organismos dependientes del Ministerio de Educación y Ciencia.

Hasta la entrada de España en la Unión Europea, y transcurrida la mayor parte del siglo, las circunstancias políticas y económicas de España no son propicias para un desarrollo económico y cultural que hiciera de la lengua y la cultura española instrumentos de «marca» en el exterior, con posibilidades de trascender a otras culturas. Pero la red de recursos para la enseñanza y actividad cultural en todo el mundo era una realidad en los años ochenta, gracias en parte, al

apoyo de asociaciones vinculadas a la emigración y, en algunos casos, al exilio. Son éstos dos aspectos muy presentes en ciudades donde coincidió la implantación del IC y la «reconversión» al IC de centros adscritos anteriormente a otros organismos. La presencia de sendos colectivos en el exterior fue a veces difícil de compatibilizar con la renovada idea de la marca del Instituto Cervantes. Muchos centros del IC se plantearon entonces el reto de integrar en un nuevo plan de gestión cultural la demanda existente en países como Francia, Alemania, Bélgica e Italia, donde la emigración y el exilio habían sido una referencia alternativa en la percepción de la cultura española.



Fachada de la sede del Instituto Cervantes en Alcalá de Henares.

Fundación y creación

A finales de 1980, la Secretaría General Técnica del entonces Ministerio de Educación y Ciencia promueve la creación del IC. La tarea es delicada y ambiciosa: regular y unificar la enseñanza del español para ser «exportada», 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 refiere: 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.

Conviene revisar los orígenes del IC y repasar cómo se definió durante el proceso de tramitación de la Ley 1991/21 en el Congreso y el Senado; también las posibilidades que se brindaron al IC para contribuir a la promoción de la cultura española e hispanoamericana, y, finalmente, las dificultades existentes para el desarrollo y orientación de la difusión cultural desde los centros del IC, que pueden advertirse en algunas contradicciones sobre la fundación y objetivos de constitución del Instituto.

Los fundamentos legales y normativos a partir de los que se creó el IC generaron un interesante debate en las dos cámaras sobre su capacidad de actuación como agente cultural en el exterior. Se definieron distintos planteamientos de los partidos políticos en ambas cámaras: PSOE, PP, CiU, IU, PNV, que por una parte se tradujeron en demandas nacionalistas, diferencias entre los cometidos de los ministerios implicados, como Educación, Exteriores y Cultura y, por otra, la dualidad de los objetivos: enseñanza de la(s) lengua(s) y promoción de la cultura española. La etapa de creación del IC culmina con la definición de la motivación de la Ley, por la que se plantea que la coherencia y sentido de la acción exterior del Estado requieren instrumentalizar la expansión e influencia de la cultura y lo que es más importante, la difusión del conocimiento de la lengua española. Justificados por la «creciente demanda de la lengua y la cultura de la comunidad hispanohablante» así como «la gradual recuperación de un

papel significativo en el concierto internacional». El Instituto Cervantes 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».[4]

La ley relega a un plano secundario toda definición de lo cultural o la cultura, proponiéndola en todo momento como un apéndice de la enseñanza de la lengua, lo que no evitará problemas en el desarrollo inicial de la gestión cultural del Instituto Cervantes, cuando había que planificar una estrategia para la organización de las actividades culturales y definir qué contenidos de cultura serían «compatibles» con la enseñanza de la lengua, sobre todo teniendo en cuenta que las artes plásticas y conciertos de música, tras el cine, ocupaban un importante lugar en la programación de los centros anteriores al IC.[5] Por otra parte, las direcciones académicas de cada centro debían organizar actividades especializadas para profesores y alumnos exclusivamente, diferenciadas de aquellas propuestas de la dirección cultural orientadas a diversos públicos.[6]

El IC fue actor en la sutil tarea de limar sensibilidades sobre competencias interministeriales, que con el tiempo fueron resolviéndose; cuestiones relativas a un nuevo ámbito que introdujo el Instituto: el de la profesionalización y especialización de una nueva diplomacia pública española.

El Partido Popular[7] llama la atención aludiendo al esfuerzo presupuestario sobre la limitada dimensión conferida al IC, pues la mera enseñanza del castellano es pequeña y propone que el IC sea el único agente o principal responsable de la ejecución de la política cultural en el exterior. La entonces diputada Loyola de Palacio ofrece una pista de lo que no pasaría en un futuro gobierno del Partido Popular:[8] «Con la aprobación de este proyecto de Ley, corremos el riesgo de crear una nueva estructura, que se sumaría a las ya existentes, y lejos de facilitar la necesaria unidad de acción en el exterior, añadiría un contendiente suplementario a las rivalidades entre los Ministerios de Educación, Trabajo, Exteriores y Cultura. Esta perniciosa rivalidad, no resuelta en este texto (el de la Ley), aparece plasmada en el mismo en diversos puntos. El más claro de ellos, concretamente el nombramiento del director, que en la actualidad queda de la siguiente manera: el director será nombrado por el Consejo de Ministros, por iniciativa del Ministerio de Educación y Ciencia, a propuesta conjunta de los Ministros de Exteriores, Educación y Ciencia y Cultura. Iniciativa, propuesta, etcétera; al final, Educación es quien se quiere llevar la parte del león, no nos engañemos. Lo que habría que hacer es ahorrar dinero al contribuyente y concentrar los medios materiales y humanos de que se dispone en una única institución, que bajo la dependencia del Ministerio de Asuntos Exteriores y la participación de los ministerios técnicos correspondientes, contribuya a la realidad de la unidad de la acción cultural del Estado en el exterior. El Instituto Cervantes es un instrumento más de nuestra política exterior. Será esa política exterior la que deba estar destinada a marcar prioridades a la hora de crear o no un centro en tal o cual país o ciudad, y a la hora de potenciar éste o aquél ya existentes».[9]

El debate parlamentario ni aclaró ni concedió la posición de agente principal de promoción exterior de la cultura al IC. El PSOE insiste en definirlo fuera de ese ámbito: «como un instrumento más limitado, para un objetivo trascendental e importante, pero limitado, como instrumento para la enseñanza del idioma»[10] o, también, en esta otra intervención: «Creemos que el IC tiene como objetivo fundamental la enseñanza y la difusión del español y ello conlleva sin ninguna duda actividades culturales y de difusión cultural que están en relación con ese objetivo primordial».[11] Esta llamada a la modestia con respecto a la dimensión cultural y política del IC no queda justificada en ningún momento. En esa intervención, hay apenas una alusión únicamente del Partido Popular: «¿Por qué se limita el proyecto en definitiva a una escuela de idiomas?». Salvador Clotas responde: «no estamos pretendiendo la creación de algún organismo que se dedique a la acción cultural de una manera fundamental...».[12] El portavoz del PP replica: «Para la enseñanza del español únicamente, se bastan las academias, la demanda existe, no hace falta que el Gobierno español, que los ciudadanos españoles paguemos con nuestros impuestos una red de centros únicamente de enseñanza de español, para eso existen las academias particulares».

Curiosamente, el debate sobre las lenguas presenta menos conflictos: ¿por qué español y no castellano? ¿Por qué no las otras lenguas oficiales? Salvador Clotas sostie-

ne que «no existe una demanda de tipo internacional para enseñar otros idiomas españoles». En el Senado, el senador Estrella Pedrola afirma que «el objetivo de la ley es la proyección de la lengua y la cultura, la defensa de un soporte cultural y de una lengua que hoy es la tercera del mundo», «el IC debe centrarse en la proyección y en la defensa de la lengua como objetivo prioritario, para la consecución de este objetivo deberá desarrollar, impulsar y extender el interés por la cultura, en la medida en la que ésta es un soporte esencial de la lengua pero dejando claro que la prioridad esencial es la lengua».[13] La decisión de que sea el español («eso es lo que vende la imagen de marca») y no el castellano en exclusiva, el «producto» del IC responde a criterios empresariales, de negocio, y así lo vuelve a determinar el senador Estrella Pedrola.

Tras la aprobación de su reglamento por Real Decreto de 1998, el IC pasa de ser un ente autónomo dependiente de asignación presupuestaria por el Consejo de Ministros a estar adscrito al organigrama del Ministerio de Asuntos Exteriores, con rango de Dirección General. Su consejo ejecutivo, integrado por representantes de las administraciones implicadas, otorga peso a los ministerios de Educación y de Cultura en la elección del director. Lamentablemente, no existe una percepción de que el idioma esté vinculado a la cultura de la comunicación, a la masiva aparición en el mercado de nuevos soportes y sistemas de transmisión de contenidos relacionados con las artes y con la cultura en general. No se avanza una postura ante el reto de la cultura en la era digital, ni se plantea la formación de expertos en gestión y comunicación cultural en el exterior, cuando la presión de las industrias culturales era más que evidente y las partidas presupuestarias del Ministerio de Cultura para la promoción exterior del cine y la edición eran considerables.

Puesta en marcha. Actor o agente: dificultades y práctica del Instituto Cervantes

La «herencia» que recibe el IC en el momento de su creación no está exenta de pequeños conflictos y susceptibilidades interministeriales. La falta de definición de la acción transformadora de la imagen de España, frente a una tradición reactiva de supervivencia en el ámbito de la cultura y la enseñanza del español, causaron una relativa confusión entre lo que podía entenderse como mecanismos de propaganda, de acción cultural y de diplomacia cultural. En este sentido el IC supondrá en el panorama de la promoción cultural un proyecto nuevo, profesional y autónomo, mediante una red de centros coordinados por una sede central, sin evitar que cada centro llevara a cabo un esfuerzo añadido de adaptación e integración, según las características de cada ciudad o Estado.

Desde su creación, en 1991, y hasta finales de 1992 el IC asume la responsabilidad de gestionar y administrar una interesante lista de 38 centros[14] repartidos por Europa en su mayor parte, África, Norteamérica y Asia. Algunos de ellos estaban apenas «sin estrenar», como era el caso de Yaundé, y ninguno ofrecía las condiciones adecuadas al proyecto renovador de difusión de la lengua y la cultura según el proyecto original,[15] donde un estudio dibujaba un minucioso plan de necesidades técnicas y humanas y de desarrollo para cada centro. La tarea se complicaba al simultanear el proceso de «cervantización» de estos 38 centros con un Plan de Expansión que, en principio, proyectaba la creación de 39 centros más en el periodo 1993-1996 en los cinco continentes, aplicando 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. Mientras tanto, en esos años se habían recibido, en la Dirección General de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores, 29 ofertas de ciudades europeas para abrir un IC, proponiendo incluso borradores de acuerdos para la instalación del centro en las mismas ciudades o asociados a las universidades. Además, había también tres propuestas de ciudades canadienses, ocho de los Estados Unidos, dos de China, y una de la India, Japón, Filipinas, Nigeria y Turquía respectivamente.

Entre 1993 y 1996, aprobado ya un importante plan de inversiones, se suceden las reformas de edificios y cierres de antiguas sedes, siguiendo criterios de jerarquía y segmentación en la calificación de los centros por su ubicación, estado, ciudad, barrio, renta, hispanofilia, así como importancia en la representatividad diplomática. El diseño

de cada centro incluía las necesidades de infraestructura para el desarrollo de actividades culturales, consideradas objetivo prioritario después de la enseñanza del español. Para asegurar un eficaz servicio de documentación, el diseño de bibliotecas y centros de documentación asignaba para cada centro una dotación de fondos en formatos diversos, relacionada con la dimensión del centro y las previsiones del número de usuarios. Se exigía la posibilidad de acceso y uso de medios audiovisuales, así como la existencia de suscripciones a publicaciones periódicas, etc. Los espacios debían ofrecer un servicio eficaz de documentación complementario al estudio de la lengua y la cultura al igual que otros centros europeos de referencia.

Pero no todos los centros obtuvieron la misma calificación técnica; la Dirección de Planificación, con la ayuda de empresas consultoras,[16] configuraron un diseño de infraestructuras necesarias para un tipo de centro cultural, polivalente en la mayoría de los casos, que pudiera realizar convocatorias en diversos formatos: salones de actos o auditorios para proyecciones, conciertos, lecturas, teatro y conferencias, y salas de exposiciones para artes plásticas. La desbordante demanda de actividades culturales en cantidad, horario y tipología, en algunos centros, en contraste con las expectativas, hizo que algunos centros tuvieran una infraestructura o dotación de recursos insuficiente. Hacia 1993 la Dirección de Planificación del IC propone que haya una sede a modo de centro piloto, este centro será el de París, cuyas obras de reforma no terminarían hasta bien entrado el año 1996. Este centro podría albergar actividades culturales en todos los formatos con unas completas instalaciones. Durante los años posteriores, la cuestión que había que resolver, además de una línea de contenidos a seguir, sería el diseño de una programación adecuada a las facilidades y limitaciones, como horarios, personal, públicos, ubicación, mantenimiento y comunicación, y también adecuada a una demanda profesional desde todos los puntos de vista: relación con agentes locales, coordinación con otros centros y entidades, integración en la agenda cultural local, etc.

Pero el IC contaba ya desde 1992 con un plan de recursos, para el que se definieron unos perfiles profesionales de apoyo a la dirección, gestión y diseño de actividades culturales, imbricadas a fines académicos y dirigidas, en principio y exclusivamente, al alumnado y a un público supuestamente hispanófilo. En algunas capitales europeas, como París, la sola idea de promocionar la cultura bajo una nueva insignia, en un espacio exprofeso, generó una importante demanda institucional, pública y privada, para embarcar al IC en diversos proyectos, a veces interesantes, para organizar conjuntamente gran variedad de actividades y asociar al IC en algunos casos mediante colaboración económica, publicitaria o utilización conjunta del espacio, etc. Un fenómeno que llegaba a distorsionar, por una parte, la idea de un programa propio del IC y por otra, la función de las consejerías culturales de las embajadas como único interlocutor para determinados aspectos de la diplomacia cultural.

El IC, por su normativa, no ostenta la exclusividad de la gestión de la difusión cultural y, como organismo público, estaba llamado a colaborar con todas la entidades de la administración española bajo la supervisión de las embajadas. Para ello, en los inicios, se crearon unos consejos asesores con el fin de unificar los criterios de programación cultural. Determinados centros mantienen aún esta dinámica, sobre todo aquellos que cuentan con financiación de la cooperación española. Se puede decir que la primera contribución del IC, una vez organizados y legalizados los centros, establecido el nuevo sistema de cursos de español en la mayoría de sus centros e iniciada su programación de actividades culturales, fue subsanar algunas diferencias con entidades nacionales de objetivos afines y encajar su función dentro de la misión española en el exterior, principalmente mejorando la imagen de España en un ámbito cultural profesional y europeo.

La actividad cultural como contribución

Durante el periodo 1991-2006 han tenido lugar acontecimientos de gran trascendencia en el mundo, en los que España ha estado presente, y todo indica que la imagen de España ha evolucionado positivamente; que la percepción ha variado, tal vez menos de lo deseable, pero de manera suficiente como para creer en diversas formas de diplomacia cultural pública. El desarrollo económico y social ha propiciado no pocos debates dentro y fuera, y la propia



De izquierda a derecha, la Princesa Victoria de Suecia, Francisco Ayala, Carolyn Richmond y los Príncipes de Asturias en la nueva biblioteca Francisco Ayala que se inauguró en el Instituto Cervantes de Estocolmo el mes de abril de 2005. © Hakan Kind.

historia de España ha constituido para el IC un elemento esencial para la promoción de la cultura. Exposiciones de fotografía itinerantes, películas de cine, proyección de documentales y mesas redondas en torno a temas relacionados con la Guerra Civil, la dictadura franquista, el exilio y la República, la transición democrática, Buñuel, Dalí, Lorca. Pero no sólo la obra gráfica y plástica de artistas en el exilio o el proyecto de recuperación de la memoria. El IC ha propiciado la presentación de trabajos de nuevas generaciones de creadores planificando una presencia a veces más eficaz que otras, si por eso entendemos que hayan tenido alguna repercusión que justifique el esfuerzo. Frente a la programación de figuras y actos estelares institucionalizados y acompañados de un gran aparato informativo y de comunicación, el IC se ha enfrentado a la dura realidad de las dificultades que entraña la promoción del arte contemporáneo español en el exterior, arte para el que no hay un plan de promoción específico más allá de los programas de becas para estudios y doctorados. La frustración del IC ha sido y es, a menudo, compartida por los protagonistas. Tal vez no sea el IC el responsable institucional más adecuado para dicho cometido, tal vez, tras quince años, se haga necesario un proyecto y un procedimiento que determine recursos, posibilidades y condiciones, si realmente debe ser un cometido dentro de la promoción de la cultura española en el exterior.

La actividad cultural en el exterior, cualquiera que sea su formato o contenido, está sujeta según el contenido a un criterio que justifica su programación, a un plan de requerimientos técnicos y humanos, a una gestión que asegure la financiación del coste y a un despliegue de información a través de los medios de comunicación que garantice el éxito de la convocatoria de la actividad entre la audiencia elegida. Dejar la actividad en el mero acontecimiento representativo, sin estudiar las posibilidades de su rentabilidad, no necesariamente económica, puede justificarse en países donde la proyección de España no rebasa los términos de una diplomacia cultural. Pero situémonos en una ciudad donde la propuesta va a ser valorada, no sólo por un público, también por los medios de comunicación diarios y los especializados, la ferias comerciales y las entidades organizadoras de certámenes o foros internacionales en cualquiera de las artes, las ciencias o el pensamiento, las posibilidades del IC pueden convertirlo en responsable de la dimensión y publicidad que las actividades lleguen a tener.

El impacto de la enseñanza de español se podría estudiar, por ejemplo, analizando los datos que nos proporciona en perspectiva de estos quince años, sobre el número de profesores que encuentra trabajo en la enseñanza de español o en la industria editorial dedicada al español, el núme-

ro de estanterías que los libros de enseñanza del español y diccionarios ocupan en las librerías, las páginas web que utilizan el español como instrumento de enseñanza o difusión de esa lengua. Otros datos, como el número de hispanohablantes en el mundo, el número de consultas a través del Centro Virtual Cervantes o un balance del número de actividades culturales, serían poco prácticos. Sin embargo, estos últimos, referidos a la actividad cultural, aportan información sobre el esfuerzo de la actividad cultural en sí, su dimensión y tratamiento recibido por el IC en el momento en el que han sido pre-programados.

El IC en sus comienzos diseñó un plan para articular la promoción de la cultura española en el exterior mediante una programación de actividades, vinculado a un servicio de documentación integrado por su red de bibliotecas. En colaboración con otros agentes públicos españoles, aplicó el principio de sumar recursos, introduciendo sistemas de información sobre los países donde llevaba a cabo su labor, aprovechando las experiencias anteriores a su existencia y las oportunidades y propuestas de otros organismos españoles y extranjeros, como la Filmoteca del Ministerio de Asuntos Exteriores, la sala de exposiciones de la Piazza Navona, la Academia de España en Roma, el Colegio de España en la Cité Universitaire de París, etc., así como acuerdos con entidades locales y asociaciones filoespañolas o hispanas, departamentos universitarios, centros de estudios, alcaldías y organismos públicos, etc. Se ordenaron los recursos en una serie de actividades programadas con antelación que daban un margen real para la promoción de la actividad en sí y la posibilidad de amortizar el esfuerzo simplificando los formatos para adaptarse a un circuito de centros del IC.

El mantenimiento y gestión de una red de centros para el desarrollo y buen fin de estas actividades ha consolidado al IC como entidad gestora de recursos culturales para una gran variedad de proyectos, propios y ajenos, y elaboradora, también, de contenidos,[17] no sólo para la mejora de ámbitos en torno a la enseñanza del idioma, sino también para la promoción del patrimonio histórico y, fundamentalmente, para las artes plásticas y escénicas, y del pensamiento contemporáneo. Esto lo demuestran las largas listas de participantes en las programaciones de literatura y filosofía, el abultado número de exposiciones de artistas contemporáneos y entre ellos el porcentaje de artistas vivos y jóvenes, el número de estrenos e interpretaciones de conciertos de música de compositores españoles, entre los que destacan los nuevos o jóvenes, y lo mismo se puede decir en otros sectores como la danza y el teatro, con menor repercusión.

Las conclusiones del análisis estadístico[18] de la actividad cultural correspondientes a los cursos 1998-1999, 1999-2000 y 2000-2001 señalan que las actividades «sueltas», como proyecciones y otras que requieren menor tiempo de preparación, van disminuyendo a medida que se incorporan jefes de Actividades Culturales a los nuevos centros, y que aumenta, en ese periodo, el número de actividades múltiples (ciclos de cine, monográficos, semanas culturales y exposiciones). Las actividades más numerosas y demandadas —podemos entenderlo así— son el cine, la música y las exposiciones. En 2004, la tendencia —según fuentes del propio IC— no varía, siendo el formato «conferencias» sin más el segundo más celebrado, y, en cuanto al público, se mantiene desde entonces hasta hoy en una proporción según la cual el público general supera en un 30 % al de estudiantes, con algo más del 15 %, frente a porcentajes inferiores de alumnos de centros, profesores, hispanistas, etc.

El IC promovió un importante cambio: desde una tradición de actividades eventuales no regulares[19] hasta la introducción de criterios programáticos, aprovechamiento de recursos y de comunicación, optimizando así la calidad y la difusión de cualquier actividad propia o asociada como pueden ser ciclos temáticos o monográficos, efemérides, o asociación a eventos organizados como grandes exposiciones, con primeros museos del mundo como el Prado, el Louvre, el Metropolitan, etc. Como consecuencia de estas y otras empresas de gran envergadura cabía debatir sobre cuáles eran los límites, la eficacia, los criterios y la utilidad de una programación a fin de cuentas tan heterogénea, y la realización de actividades culturales, más allá de entrar en la justificación de la presencia del IC como una referencia nacional en un determinado ámbito o materia.

Pero en muchos casos, y dadas las características de las ciudades donde el IC estaba presente, la repercusión de las actividades eran de escasa o ninguna relevancia para el propio centro, y de nula visibilidad y trascendencia

para los actores de las actividades. En definitiva se cumplía la finalidad de la actividad cultural, pero la inexistencia de objetivos específicos dejaba en el aire cuestiones como hasta dónde se debía llegar con una actividad cultural. Además, a tenor de planteamientos técnicos de gestión, planeaba el temor de que el gasto y el esfuerzo en general no se reflejaban en una mejora de una situación ideal (¿tal vez comparada con otras entidades análogas?). Por ello, el IC debía plantearse entonces si la actividad cultural era un medio dentro del medio y dedicarse exclusivamente a la lengua como único objeto de la promoción de la cultura.

Público general o especializado, cantidad, calidad o rentabilidad a partir de los medios de comunicación, diseño de comunicación o presupuesto de publicidad... En definitiva se planteaba una cuestión esencial: considerando el objetivo principal de promocionar la cultura española e hispanoamericana, ¿qué trasciende de una actividad cultural del IC? Si la actividad propicia gran afluencia de público, se convierte en un acontecimiento aprovechable desde las relaciones públicas y promoción del centro por el boca a boca, y demuestra un poder de convocatoria; si entre un escaso público distinguimos a dos expertos o críticos periodistas que convierten el acto en un acontecimiento a través de los medios de comunicación, la satisfacción puede ser mayor y el objetivo queda igualmente cumplido.

El contenido de las actividades y su tratamiento suscita un debate: una cultura de la memoria, que reivindica la importancia de símbolos del patrimonio literario, artístico e intelectual en general, asegura una propaganda cultural nacional frente a las ambiciones de una cultura contemporánea que, además de darse a conocer, persigue consolidar su presencia en otros foros, culturales o comerciales.

¿Cultura de vivos o cultura de muertos para promocionar en el exterior? La conmemoración de efemérides es un factor a tener en cuenta a la hora de articular la programación cultural. El IC, a través de sus órganos de dirección y gestión cultural y en colaboración con los ministerios implicados, ha ido concibiendo programaciones, combinando contenidos académicos y artísticos con acciones que facilitaban la presencia de representantes españoles en foros profesionales ajenos a una programación del Instituto.[20]

Hasta la consolidación de la programación cultural del IC —según se deduce de los informes de actividad cultural anterior al IC en los centros españoles— la organización irregular y eventual de actividades culturales (proyecciones en formatos domésticos, actividades culturales que aprovechaban la presencia de un artista o conferenciante de paso por la ciudad, etc.) obedecía a una demanda de los centros y embajadas españoles, no de otros agentes locales públicos o privados.

Afortunadamente, la experiencia en estos quince años asegura la existencia de un plan de actividades culturales especializado para cada centro, adaptado a su entorno: actividades dirigidas a personas influyentes en distintas disciplinas del mundo de la cultura, a una audiencia de gente joven, formada, capaz de apreciar contenidos artísticos contemporáneos de España e Hispanoamérica. En general un público interesado en ambas culturas. Muchas de estas actividades tienen, y han tenido, fines concretos; la visibilidad o impacto de determinados actos de carácter representativo, el apoyo a proyectos de promoción de jóvenes creadores, la diversidad cultural española, la promoción de industrias culturales, la difusión de la vanguardia artística o la lectura y literatura en español.

A pesar de las conjeturas que rodearon la tramitación de su ley de creación, el IC constituye en la actualidad un servicio para la difusión cultural en el exterior, un interlocutor de la cultura española e hispanoamericana de referencia en más de 35 países al que le avalan acuerdos y convenios de colaboración y patrocinio con otros estados, entidades análogas, empresas, etc., de la más diversa índole no sólo respecto a los fines primeros del IC, también para asuntos como el reconocimiento de los Diplomas de Español como Lengua Extranjero del IC (DELE) a través de una red de centros asociados en todo el mundo, la venta electrónica de publicaciones oficiales, la colaboración con las Academias de las lenguas vasca y gallega, la organización de premios de traducción al castellano, además de otros acuerdos para participar en proyectos de industrias culturales, como la coedición de clásicos de literatura española con editoriales privadas, la realización de programas de radio y televisión con entidades nacionales hispanoamericanas, la promoción de películas premiadas por la Academia del Cine y las Artes Audiovisuales, etc.

Las fuentes consultadas[21] demuestran que desde 1991 el cine, como actividad cultural es, con diferencia, como

contenido y formato, la actividad más habitual en las programaciones del IC (en torno al 30-35 % del total de las actividades registradas en los cursos desde 1991 hasta 2004). Las proyecciones se diferencian principalmente entre proyecciones de estreno y proyecciones para ciclos temáticos que pueden requerir bien derechos por parte de los propietarios, bien reproducciones de cintas del patrimonio cinematográfico español.

El IC colabora habitualmente con el Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales en los festivales y muestras cinematográficas que éste promueve en las ciudades donde el IC está presente. El ICAA y la Filmoteca Nacional facilitan al IC material para actividades sobre historia, literatura o actualidad que precisan patrimonio cinematográfico, como lo hacen las televisiones públicas españolas. Conocedor de la importancia del sector audiovisual y teniendo en cuenta su experiencia en estos quince años, el IC puede convertirse en un agente, de acción limitada, para la promoción del audiovisual como pieza artística o industria cultural como el cine, el documental, el vídeoarte, etc., y para coordinar los recursos de difusión audiovisual e introducir en este sector actividades que redunden en una más amplia difusión de contenidos culturales.

Con respecto al cine hispanoamericano, al menos en Europa y dadas las reducidas posibilidades de su distribución, el IC puede desempeñar un papel que integre políticas españolas de cooperación y difusión cultural con la de colaboración para su promoción comercial. Hasta ahora el cine hispanoamericano ha ocupado paulatinamente un importante espacio en la programación del IC, gracias a la colaboración de importantes instituciones y organismos locales dedicados a estudios y actividades sobre Latinoamérica,[22] así como las embajadas y delegaciones hispanoamericanas. Los promotores de este cine encuentran en el IC un agente para su difusión y un espacio significativo en su programación. Algunas iniciativas intentan perpetuar la presencia de ciclos de cine en las programaciones del IC, como fue el caso de «La Sudestada» (ciclo de cine argentino, París, 1998-2003) o el programa «Cine en construcción», que, desde la sede central y en colaboración con productoras privadas, el ICAA y el Festival Internacional de Cine de San Sebastián ayudaban a la finalización del montaje definitivo, la producción y promoción de determinadas películas en Europa a través de los centros del IC. Por otra parte, los convenios de colaboración con el Festival Internacional de Cine Iberoamericano de Huelva en España y el aumento de la colaboración con embajadas latinoamericanas auguran futuros proyectos que consolidarán la promoción del cine iberoamericano desde la programación cultural del IC.

Miller y Yúdice,[23] dos teóricos de política cultural, muestran su preocupación por el tratamiento de contenidos artísticos que, transformados y afectados comercialmente, forman parte de un patrimonio cultural a su vez objeto e instrumento de plataformas públicas. Señalan que las relaciones de ciertas industrias culturales o de entretenimiento (cine, música, televisión) con el lucro y la comunicación hacen que muchos planteamientos administrativos, relacionados con la promoción cultural de estas industrias, se planifiquen y ejecuten de manera discontinua y desigual, a través de redes de agentes e instituciones, por lo que su impacto varía considerablemente. En efecto entidades como el Goethe Institut, el British Council o la red francesa de centros e institutos dependientes de la Direction Général de Coopération et Développement Culturel, buscan «su sitio» o la definición de su función en el conjunto de factores y agentes que impulsan la promoción de los respectivos cines nacionales, organizando su esfuerzo mediante citas anuales, independientemente del carácter cultural o comercial del encuentro. En el caso del IC concretamente y en esa dirección, cabe reseñar dos experiencias consolidadas: «Spanish Cinema Now» de Nueva York, una muestra de cine español que celebró en 2005 su XIV edición, organizada por el Instituto Cervantes y la Film Society del Lincoln Center en colaboración con el ICAA, y «Cinespaña», el festival de cine español de Toulouse que organiza el Ayuntamiento de Toulouse en colaboración con entidades francesas y españolas, entre las que destacan el ICAA y el Instituto Cervantes.

Un dato ilustrativo al respecto: en cinco de los países europeos que cuentan con centros del IC se presentaron, durante el curso 2001-2002, 42 ciclos o festivales, con un total de 364 proyecciones de producciones españolas. De éstos, los porcentajes de estrenos frente a retrospectivas variaban mucho, entre el Reino Unido con más del 90 % de proyecciones de estreno y Francia con apenas un 31 %,

países con diferenciada forma de gestionar la cultura; el primero con criterios con tendencia menos institucional y más comercial, buscando la novedad como atractivo de la programación, el segundo con un criterio eminentemente público de conservación y difusión del patrimonio artístico. Esto indica que la trascendencia de una actividad cultural como el cine, y el esfuerzo económico que implica, se presta a interpretaciones muy diversas a la hora de su evaluación.

El British Council promociona un tipo de cine cuya distribución internacional apenas podría hacerse desde el sector privado a través del «New British Cinema». Son títulos seleccionados por el Film Council por su contenido e interés, generalmente de nuevos realizadores, con diversos formatos. Por otra parte, en su condición de agente de cooperación británico, organiza cursos y talleres profesionales en la dirección y producción cinematográfica complementados por programas de ayuda a la creación cinematográfica. De esta forma asegura que los realizadores de futuras producciones audiovisuales encuentren en el Reino Unido ventajas para terminar los rodajes (post-producción, sonido, publicidad, etc.). Es un ejemplo de acción cultural y técnica que combina aspectos del sector para impulsar algunos segmentos de la industria cinematográfica. No es comparable la capacidad de gestión de esta entidad con el IC, pero ilustra claramente que hay aspectos de la difusión y promoción cultural que el IC podría plantearse llevar a cabo en colaboración con el resto de actores de la acción cultural en el exterior. Para ello la política exterior debe redefinir sus prioridades en el ámbito cultural, lo que implicaría un cambio en la definición del cometido cultural del IC.

El IC moviliza una parte importante de sus recursos en el exterior, pero no se ha diseñado para especializar una gestión cultural en las distintas disciplinas. En el caso del cine, que sirve de ejemplo para vislumbrar nuevos horizontes de la gestión cultural, los servicios e institutos culturales de otros Estados tienen asociados representantes de la misma administración o del gremio de distribuidores, para asesorar y colaborar en una programación cultural que incluya cine u otras industrias culturales en sus dos vertientes: la estrictamente cultural (entendiendo por ella un objetivo de difusión no comercial) y la comercial (lucrativa, de la que se distinguen los segmentos de la distribución, como publicidad del estreno, secciones de festivales, venta, etc.).[24] Sin embargo el IC concentra sus esfuerzos en una gestión informativa para agentes locales en calidad de interlocutor con las filmotecas públicas, propietarios de derechos, distribuidoras, etc. En definitiva, atiende a una demanda que no se ajusta a las previsiones del centro sino al gusto de un consumidor, que en este caso son los festivales o muestras de cine, semanas culturales... Se puede



Los Reyes, la Infanta Elena, el presidente del Gobierno y el director del Instituto Cervantes, entre otras autoridades, a su llegada al antiguo Hospital de Santa María la Rica, donde se celebró la reunión anual del Patronato del Instituto Cervantes el mes de octubre de 2005. © Adrián Vázquez.

advertir que de no imponer un criterio propio, una vez demostradas sus capacidades de gestión y convocatoria, el IC puede quedar a merced de una demanda ajena a los intereses y objetivos propuestos.

Por su parte, la difusión del cine a través del servicio bibliotecario mediante vídeos o DVD aumenta imparablemente, convirtiéndose en un servicio eficaz para un público creciente en la mayoría de los centros. Los responsables de compra de títulos de cine de la sede central pasan a ser programadores potenciales, con el catálogo como mejor reclamo, y su criterio se convierte en parte del éxito de consultas que pueda llegar a tener cualquiera de las bibliotecas.

La gestión de la literatura como formato y el libro en general discurre por ambigüedades similares a las referidas sobre el cine. La promoción de una obra y de su autor debe afectar a la proyección comercial de ambos, la cual aumenta si la obra es traducida a otro idioma. Si además es publicada, distribuida y lanzada en general a través de la venta y los medios especializados, la obra literaria formará parte de un patrimonio cultural compartido, el español y el del país donde se publique. La labor del IC podría especializarse en la búsqueda de lectores para seleccionar y traducir obras de autores que no están en los catálogos que manejan las grandes editoriales del sector, y facilitar la difusión de la obra traducida.

La valoración de la contribución del IC a la promoción de la cultura española e hispanoamericana puede completarse si ilustramos comparativamente la trayectoria de las entidades europeas que al mismo tiempo compiten y colaboran con el IC, pues desde su creación, fue constante la referencia al British Council, al Goethe Institut y al sistema francés integrado por la Alliance Française y la red de los Institutos Franceses. En el año 1991 al IC se le transfirieron 38 edificios en 22 países (algunos no llegaron a abrirse como centros por no reunir las condiciones necesarias), el British Council llegaba a 90 países (218 centros), el Goethe Institut a 73 (156 centros) y la red francesa de 41 Institutos y más de 200 sedes de la Alliance Française a más de un centenar de países. En quince años el IC ha aumentado su presencia a 61 ciudades, en Asia y el este de Europa principalmente, una red que no incluye los centros culturales y delegaciones de la Agencia Española de Cooperación Internacional distribuidos por Hispanoamérica, que en conjunto constituyen una red de recursos abierta a iniciativas hispanoamericanas, donde la cultura en español es transnacional y diversa.

Quince años: una evaluación ¿política, cultural, educativa?

Muchos organismos públicos y entidades sin ánimo de lucro, como el IC y otras entidades europeas similares aquí mencionadas, publican exclusivamente la memoria y los resultados de su actividad cultural, sin entrar en el análisis de la repercusión de su actividad, parcial o globalmente. Aportan un registro de la acción desarrollada como herramienta para analizar la recepción de contenidos culturales y cuantificar los porcentajes según la disciplina, el público, la impronta en los medios de comunicación, etc.

Los datos que aporta la última reunión del Patronato del IC comparados con los primeros años noventa hacen evidente la progresión del número de actividades culturales, la trascendencia y el entorno creado en las ciudades donde está presente el IC y la adaptación de las actividades a una demanda del público del sector cultural generalista o especializado, tanto del ámbito artístico como del académico. Se celebraron más de 4.000 actos culturales y se recibieron más de 11 millones de visitas en el Centro Virtual Cervantes. Lo que sugiere la reflexión inmediata sobre la trascendencia de esos más de cuatro mil actos culturales y la naturaleza de los más de once millones de consultas, porque como resultado de la actividad es llamativo, pero para aproximarnos a una valoración real del impacto debemos observar el universo sociocultural —y el económico— en el que se desarrolla esta incesante actividad. En primer lugar, es destacable que la práctica totalidad de organismos públicos con intereses en el exterior haya colaborado en el patrocinio de alguna actividad, académica o cultural, o que los gobiernos autonómicos, así como las universidades públicas de la mayoría de las comunidades autónomas, hayan participado en la programación cultural desde los inicios del IC recurriendo en primera instancia al uso de sus instalaciones. Se encuentra entre los colaboradores una abultada lista de instituciones privadas

tales como empresas y fundaciones relevantes de los sectores cultural, social y editorial, e incluso organismos públicos de algún país hispanohablante como Argentina, que a partir del convenio marco ha propuesto programas de contenidos en las agendas culturales del IC. El entorno cultural institucional, nacional y extranjero, ha depositado su confianza en el Instituto.

La gestión cultural pública hace del resultado de la actividad cultural la primera herramienta para el estudio de su repercusión en los ámbitos en los que se desarrolla y para los destinatarios a los que va dirigida. Ahora, tras quince años de experiencia y andadura en la gestión de actividades culturales para promocionar la cultura española e hispanoamericana, ha llegado el momento de identificar logros y nuevos desafíos, dentro de los fines y nuevos planteamientos de la gestión relacionados con los medios de comunicación y las industrias creativas o culturales, por las que transitan contenidos que utilizan la lengua española.

A menudo se confunden conceptos en la gestión cultural en el exterior que afectan a la recepción de la institución fuera y dentro de España: propaganda, difusión, diplomacia cultural, representatividad, servicio cultural, etc. Aunque nos planteemos en este artículo si el IC está funcionando como un agente o un actor de la cultura, y aunque muchas de sus actividades, la mayoría, correspondan a iniciativas externas, es innegable que el IC es responsable del diseño de una difusión cultural de determinados contenidos para llevar a cabo cuantos programas de promoción cultural se adapten a sus condiciones y capacidad de gestión, estimulada por un conocimiento en profundidad del ámbito cultural, y en ese sentido debe proponer a los gobiernos nuevos enfoques de la política exterior que afecten a la cultura. España posee un importante despliegue de recursos, especializados, sobre los que discurre un importante presupuesto, para el que contribuyen diversos organismos. Si el IC ha *normalizado* la enseñanza del español fomentando la investigación sobre los recursos de la lengua y ha creado una Oficina del Español en la Sociedad de la Información, sería muy positivo que creara un observatorio similar en relación con la actividad cultural en el exterior, para fomentar desde el mismo Instituto el análisis continuado de una relación entre la actividad cultural en general y la que realiza el Instituto, y conocer datos reales sobre el impacto de su actividad con respecto a sus objetivos.

En contra de lo que muchos gestores y políticos han podido pensar, no hay que lamentarse por el hecho de que el IC haya limitado su acción como promotor de la cultura española a una reducida dimensión de recursos y medios en general. En quince años se ha demostrado que la actividad cultural va más allá de un público hispanófilo, que la programación cultural planificada y estratégica puede generar una demanda complementaria a la de la calidad de los cursos de español, que el sector cultural (artes plásticas y escénicas, cine y audiovisual, música y literatura), además de promocionarse, es exportable. La experiencia de estos fructíferos quince años de desarrollo de acción en el exterior, protagonizada —además del IC— por la Agencia Española de Cooperación Internacional, el Instituto de Comercio Exterior, la Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior y otros tantos organismos adscritos a los gobiernos central y autonómicos, sirve para establecer prioridades y líneas de actuación para el IC y adecuarlas con rigor no sólo a sus fines y naturaleza sino también a las necesidades causadas por la demanda de actividades culturales en todo el mundo. El IC ha propuesto un cauce mediante una red y un formato para unos recursos de promoción y difusión cultural, no impone contenidos, aunque los que le competen principalmente son los relacionados con la lengua. A la vista está que su actividad cubre otros ámbitos culturales diferentes.

La actividad cultural del IC, en quince años, ha ayudado a identificar con precisión los públicos y a determinar cuándo puede responder a una demanda y cuándo puede crearla, según los niveles profesionales a los que atienda su programación y su acción en general. Ha sido inevitable, sin tener fijado el objetivo, que el IC sea agente e interlocutor para músicos, agrupaciones teatrales, festivales, ferias, autores, editoriales, distribuidoras, embajadas hispanoamericanas, etc. Mientras otra entidad no asuma ese cometido profesionalmente y de forma estratégica, la promoción de la cultura estará abocada bien a la participación limitada del IC, bien a una «irregular difusión», como apuntaban Miller y Yúdice. El Centro Virtual Cervantes, como instrumento de difusión e información cultural, con sus

más de 11 millones de consultas, podría convertirse en el gran instrumento de una agencia cultural del Instituto Cervantes, respetando la pluralidad nacional como lo ha hecho el IC desde sus comienzos, pero aunando recursos y mejorando la calidad de la gestión y de sus contenidos. El español tiene un gran potencial en el ciberespacio pero todavía no es un idioma significativo, otros idiomas menos extendidos geográfica y demográficamente tienen una presencia superior, aportan más publicaciones para la divulgación de todas las materias posibles. Es un desafío que pone de manifiesto la necesidad de una nueva visión para el futuro desarrollo de la actividad cultural en el exterior, la que realiza el IC y todos los organismos implicados.

Unificar criterios y compartirlos con otros organismos estatales, centrales, autónomos o autonómicos, éste ha sido y sigue siendo un reto para la primera entidad pública del Estado, el IC, que diseña un plan de recursos y programación de contenidos culturales, y que afronta la pluralidad e internacionalidad cultural española sometiéndose a preguntas parlamentarias con regularidad, pero que, en definitiva, cuenta con un presupuesto similar al del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

La trascendencia de la cultura es difícil de evaluar, más allá de una visión en conjunto de la sociedad, y los indicadores socioeconómicos pueden apuntar ideas para saber si se hacen las cosas mejor o peor, pero si no se especifican los objetivos a corto y medio plazo, como se hace con empresas como la enseñanza de la lengua, será difícil modificar la inercia de mantener la actividad cultural en los límites del resultado.

El Instituto Cervantes, en su corta andadura, ha tenido que crear un dispositivo cultural controvertido y discutible —como lo son todos los existentes dentro y fuera de España—, logrado con un importante esfuerzo: inmediatamente desde su creación se establecen pautas para organizar el cauce de una programación cultural, satisfacer una demanda no similar a la de la enseñanza y sin embargo con una trascendencia apabullante, el efecto *boomerang* de invertir en infraestructuras, en imagen y, en definitiva, de ofrecerse al mundo como una cultura de diálogo genera más demanda de la que pudo esperarse, y tal vez no se dieron los recursos necesarios para no quedarse a medio camino.

No debemos olvidar que la naturaleza de las entidades culturales destinadas a ejecutar la promoción exterior es política, y que la vida de este tipo de entidades no está caracterizada por la estabilidad sino por la transición permanente de gobiernos, que a su vez deciden dónde y cómo estar presentes en el exterior. Los intereses y esfuerzos por realizar la propaganda de una determinada imagen del Estado no deben identificarse con los realizables para hacer de la cultura nacional un reclamo internacional. La acción cultural alcanza sus objetivos en plazos no inmediatos, con una planificación estratégica y racional de actuaciones, adecuada a sus recursos, y por eso los criterios del sector privado para la evaluación de sus resultados, aun tratándose de una actividad pública, considerada de interés general, pueden ser una forma de argumentar la eficacia y la eficiencia de una acción cultural en el exterior. ■

NOTAS

1. Conviene recordar que el British Council se crea en 1934 principalmente para competir con el sistema propagandístico de la Alemania nazi. Francia, Italia y Alemania ya impulsaron a finales del siglo XIX sistemas de promoción de sus culturas a través del intercambio cultural (*La propagande culturelle britannique en Espagne pendant la Seconde Guerre Mondiale: Ambition et action du British Council (1939-1946)* Jean-François Berdah. Université de Toulouse II).

2. Lorenzo Delgado G. Escalonilla, «Imperio de papel. Acción cultural y política exterior durante el primer franquismo», en *Biblioteca de Historia*, CSIC, Madrid, 1992.

3. Lorenzo Delgado G. Escalonilla, «Diplomacia franquista y política cultural hacia Ibero América (1939-1953)», en *Monografías* 6, CSIC, Centro de Estudios Históricos, Madrid, 1988.

4. Exposición de motivos, Ley 7/1991 del 21 de marzo.

5. Nota interna. Actividades culturales en centros adscritos a la DGRCC 1988-1989. Archivo del IC.

6. Sirva de ejemplo un seminario de lenguas o morfología lingüís-

tica, un ciclo monográfico para alumnos pensado para el aprendizaje, un seminario de cine en las aulas, etc.

7. 20 de diciembre de 1990, debate en el pleno del Congreso sobre el dictamen de la comisión sobre el proyecto de ley del IC. Intervención de Loyola de Palacio.

8. Entre 1998 y 2002 se crean entre otras, la Fundación Carolina, la Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior, la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, etc.

9. Una propuesta de enmienda del PP consistió en incluir a la Dirección General de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores en el Consejo de Administración, lo que es rechazado en la votación del 20 de diciembre de 1990, aunque el Reglamento del IC aprobado por Real Decreto 1526/1999 de 1 de octubre sí lo incluirá.

10. Salvador Clotas, en sesión parlamentaria.

11. Salvador Clotas, sesión del 11 de diciembre.

12. La crisis económica, la Guerra del Golfo, las celebraciones de 1992, ¿hay dinero para emprender un proyecto similar en proporción al British Council o al Goethe Institut?

13. Pleno del Senado, 28 de febrero de 1991.

14. Archivo del IC. De esa lista los centros de Cebú, Liverpool, Oslo, Copenhague, Ginebra y Yaundé fueron clausurados.

15. Archivo del IC. Los informes de cada centro se presentan para aplicar el proceso de «cervantización», en el que la red de centros se agrupa en cuatro categorías según la calidad de gestión, nivel de equipamiento e infraestructura, oferta local académico-cultural, etc.

16. Se trata de diversas consultoras que, entre 1992 y 1993, analizaron, para el arranque de la entidad, un plan estratégico del IC en función del patrimonio heredado, los recursos aportados por la plataforma interministerial y un calendario de expansión a cinco años vista.

17. Como contenido desarrollado y presentado en diversos formatos por toda la red de centros del Instituto Cervantes, sirva de ejemplo el proyecto «Buñuel: es peligroso asomarse al interior» para la celebración del centenario de su nacimiento en 2000 y 2001.

18. Yolanda Hernández Pin, «Análisis de la actividad cultural del IC», a partir del programa Cultuweb, herramienta utilizada para obtener datos de todos los centros con relación a las actividades culturales, mayo de 2002.

19. Las programaciones de los Centros Culturales españoles en el exterior dependían en gran medida de la coordinación de la Dirección General de Relaciones Culturales hasta el año 1989-1990. En algunos centros, sobre todo los del norte de África, se contaba además con ayudas procedentes de la AECI.

20. Ferias internacionales de arte contemporáneo, bienales de fotografía, escultura, etc. Festivales de cine y audiovisual con participación de españoles, concursos de interpretación y composición musical, homenajes y actos de representación de artistas y pensadores españoles, y un largo etcétera de posibilidades para la difusión de la cultura española en el exterior.

21. «Análisis de la actividad cultural del IC», Yolanda Hernández Pin, Dirección de Cultura del IC.

22. Unión Latina, Istituto Italolatinoamericano, Maison de l'Amerique Latine, Iberoamericanische Institut, etc.

23. T. Miller y G. Yúdice, *Política cultural*, Gedisa, Barcelona, 2004.

24. Francia propone en los noventa la figura del agente audiovisual, un representante público asociado a la misión cultural de las embajadas, de la industria y cultura cinematográfica en el exterior, que coordina las políticas y oportunidades de promoción del cine y el patrimonio audiovisual en el exterior, de los ministerios de Cultura (Centre Nacional du Cinema) y Exteriores (Direction Général de Coopération Internationale et Développement).

Ignacio Herrera de la Muela es director general de la Real Maestranza de Caballería de Ronda. Ha sido director de la Fundación Olivar de Castillejo de Madrid entre 1993 y 2000.

ANEXO
ACTIVIDAD CULTURAL DEL INSTITUTO CERVANTES (1996-2005)

Actividades totales

Gráfico 1. Actividades totales (1995-2000)

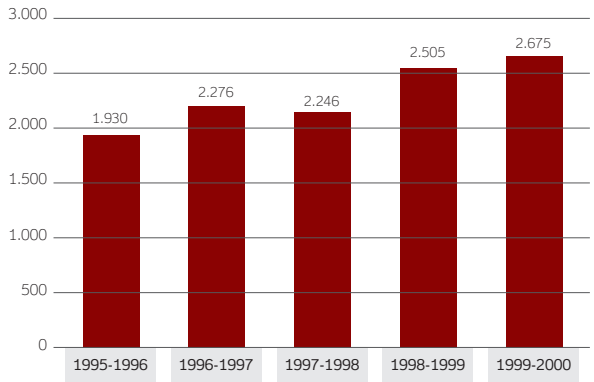
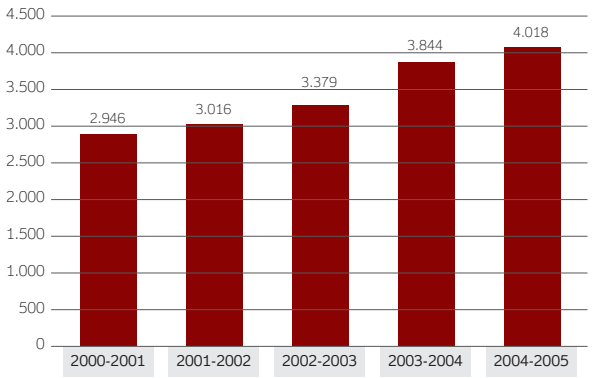


Gráfico 2. Actividades totales (2000-2005)



Exposiciones

Gráfico 3. Exposiciones (1996-2000)

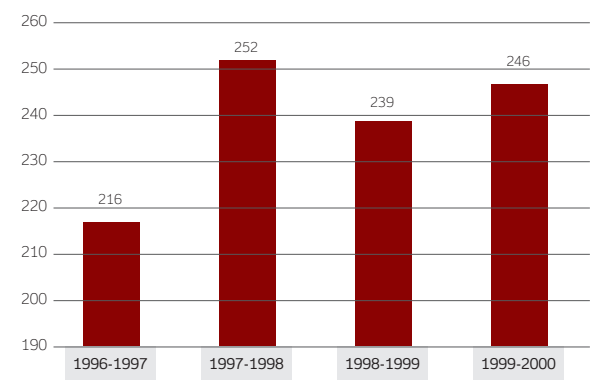
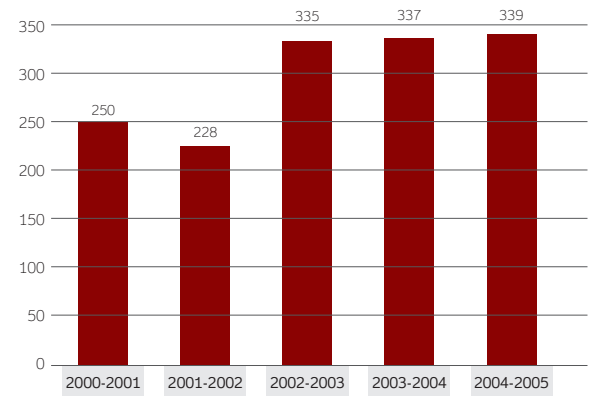


Gráfico 4. Exposiciones (2000-2005)



Participantes

Gráfico 5. Participantes (1996-2000)

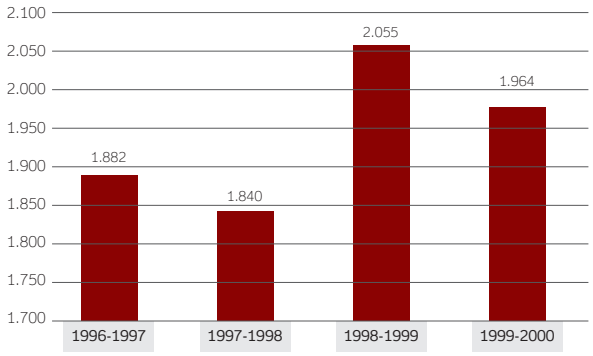
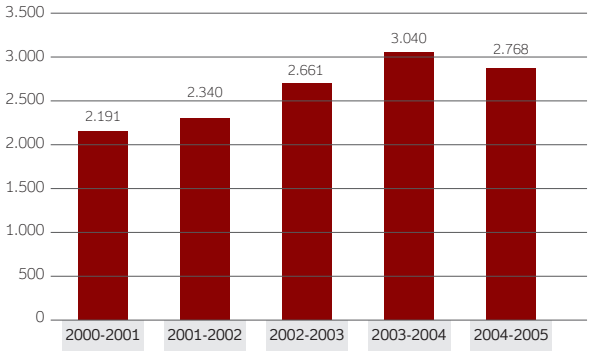


Gráfico 6. Participantes (2000-2005)



Presencia de escritores

Gráfico 7. Presencia de escritores (1996-2000)

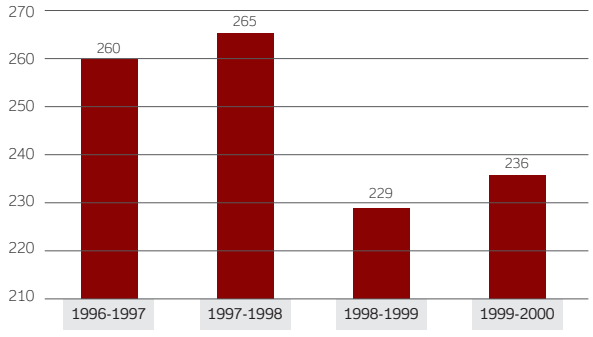
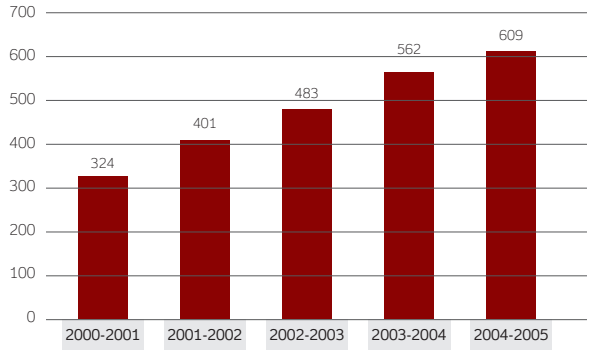


Gráfico 8. Presencia de escritores (2000-2005)



Entidades colaboradoras

Gráfico 9. Entidades colaboradoras (1996-2000)

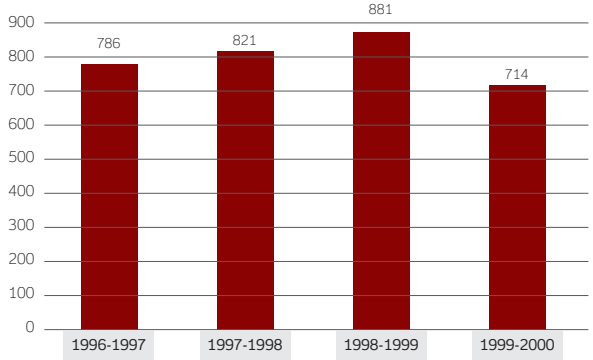
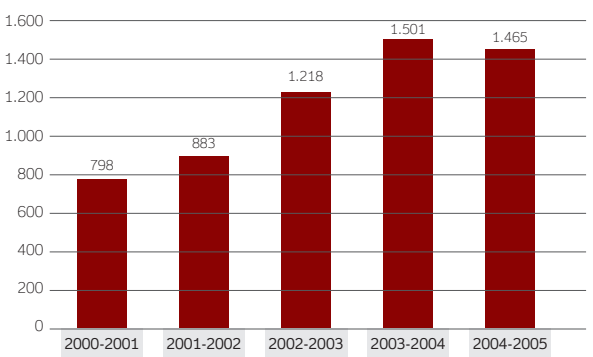


Gráfico 10. Entidades colaboradoras (2000-2005)



Conciertos

Gráfico 11. Conciertos (1996-2000)

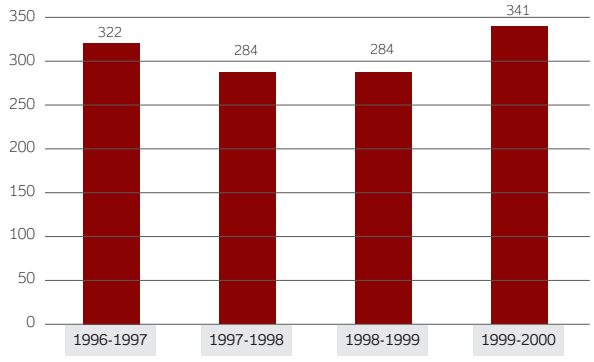
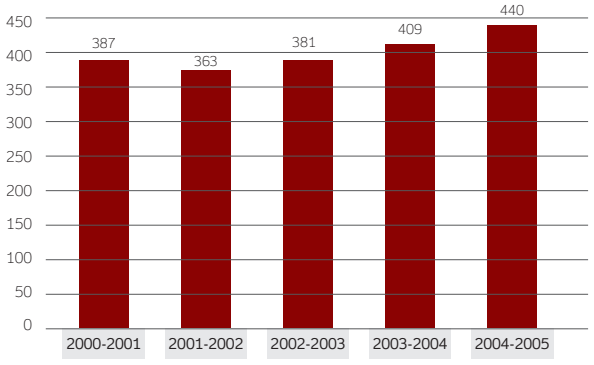


Gráfico 12. Conciertos (2000-2005)



Ciclos de cine

Gráfico 13. Ciclos de cine (1996-2000)

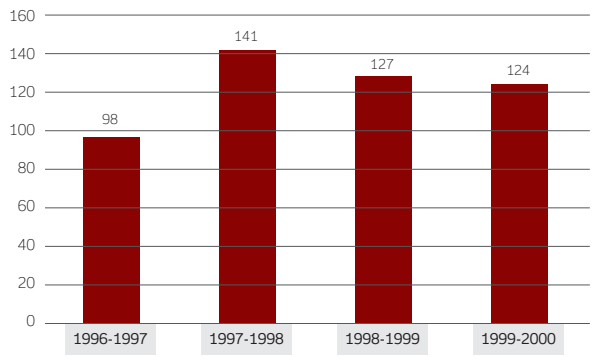
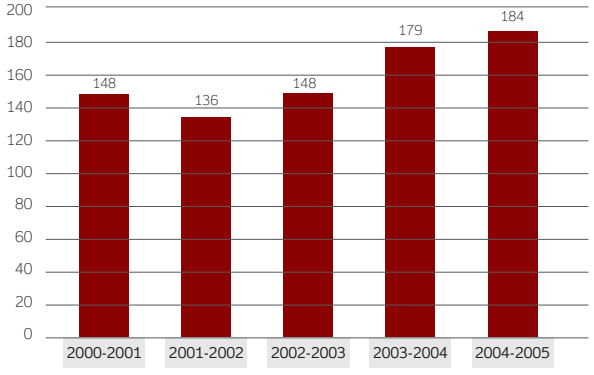


Gráfico 14. Ciclos de cine (2000-2005)



Artes plásticas y arquitectura

Gráfico 15. Artes plásticas y arquitectura (1996-2000)

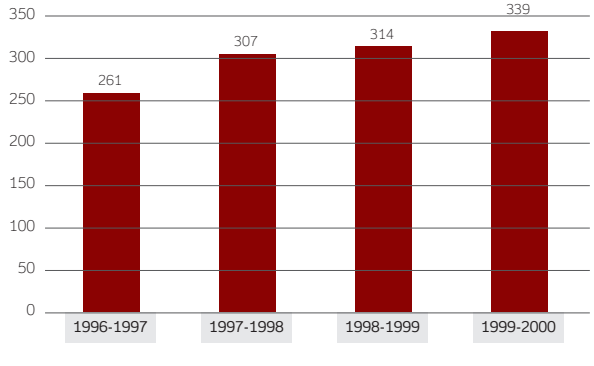
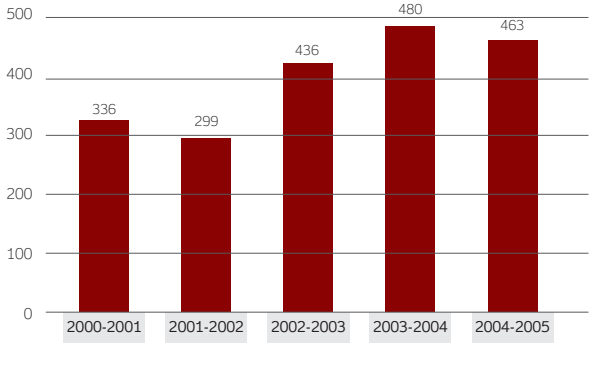


Gráfico 16. Artes plásticas y arquitectura (2000-2005)



Ciencia y tecnología

Gráfico 17. Ciencia y tecnología (1996-2000)

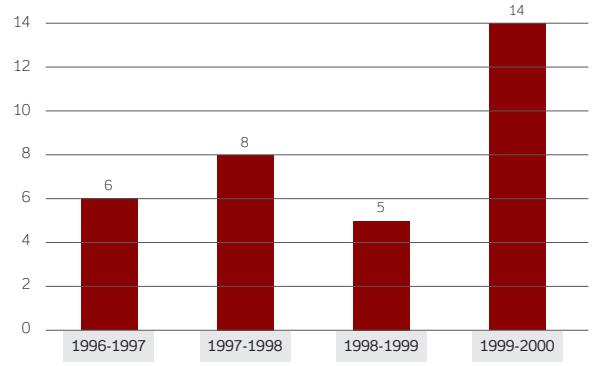
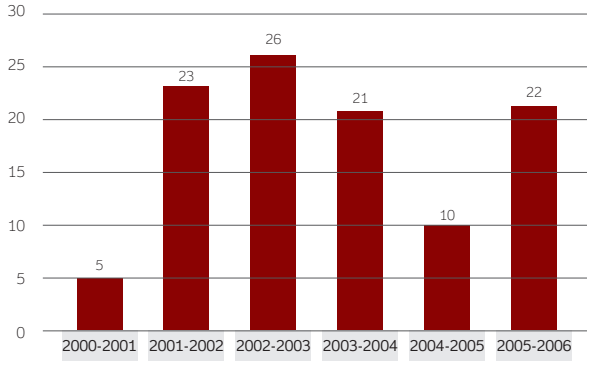


Gráfico 18. Ciencia y tecnología (2000-2006)



Cine y audiovisuales

Gráfico 19. Cine y audiovisuales (1996-2000)

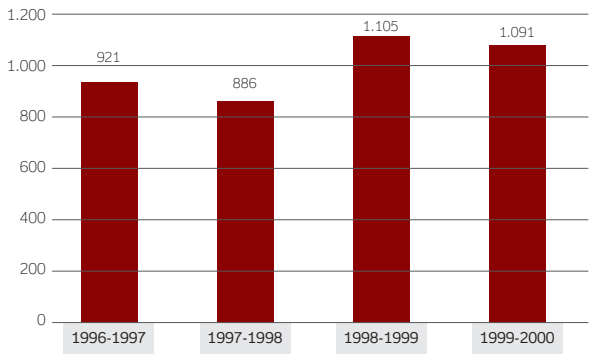
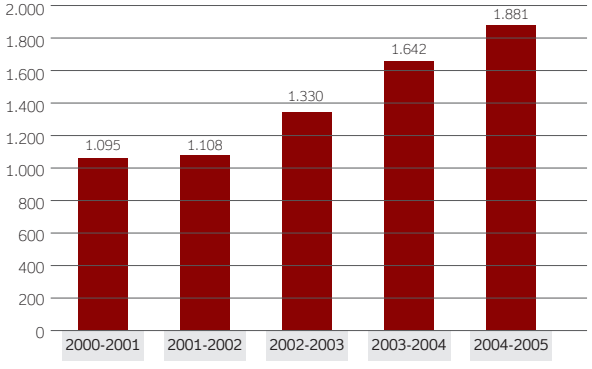


Gráfico 20. Cine y audiovisuales (2000-2005)



Literatura y pensamiento

Gráfico 21. Literatura y pensamiento (1996-2000)

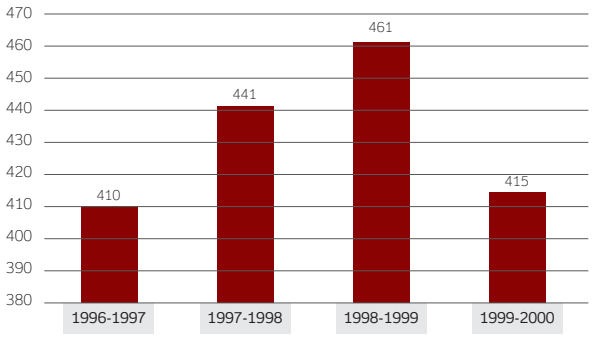
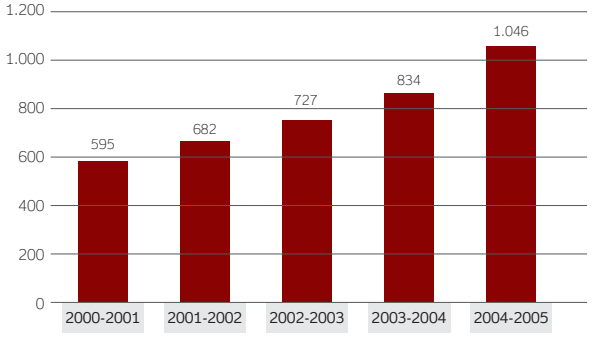


Gráfico 22. Literatura y pensamiento (2000-2005)



Música y artes escénicas

Gráfico 23. Música y artes escénicas (1996-2000)

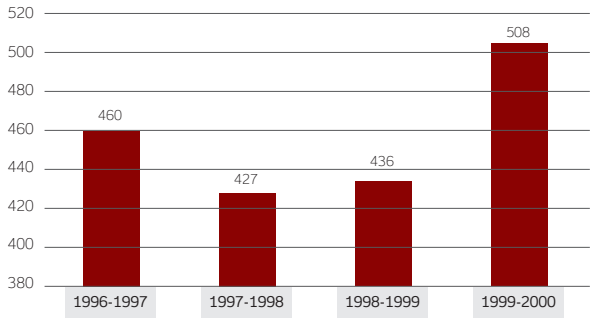
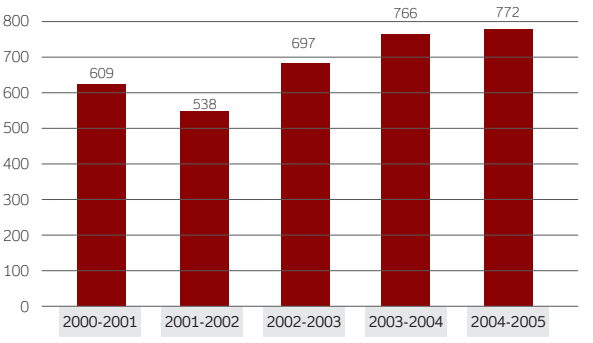


Gráfico 24. Música y artes escénicas (2000-2005)



Ciencias sociales

Gráfico 25. Ciencias sociales (1996-2000)

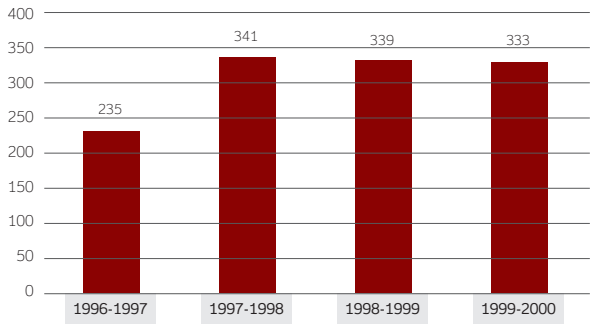
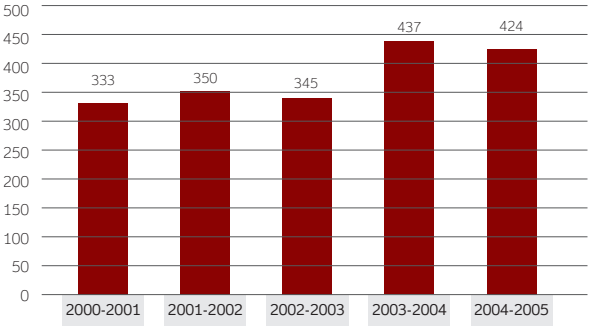


Gráfico 26. Ciencias sociales (2000-2005)



Comparativa por disciplinas

Gráfico 27. Comparativa por disciplinas

