

La Marca Espanya: instrumentalització econòmica i política i homogeneïtzació i simplificació cultural

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 04/04/2014 - 10:44 | Última modificació: 04/04/2014 - 11:37



[Joaquim Rius](#) [2] ? [Mariano Martín Zamorano](#) [3] ? [International Journal of Cultural Policy](#) [4]

Els autors, sociòlegs i investigadors de la Universitat de Barcelona, fan en aquest article una anàlisi crítica el projecte Marca Espanya i el presenten com un procés d'instrumentalització econòmica i política dut a terme per grans companyies i que promou una imatge simplificada i homogènia de la cultura a l'Estat espanyol.

Rius Ulldemolins i Martín Zamorano fan referència a que la diplomàcia cultural es considera, cada vegada més, un mitjà a través del qual els estats nació poden instrumentalitzar la seva producció cultural i assolir els seus objectius a través d'una estratègia de poder tou, així com al fet que la cultura ha esdevingut un element molt important a l'hora de situar una marca en un context econòmic globalitzat ja que la cultura pot singularitzar i assignar als productes uns valors particulars. També recorden que tant les polítiques culturals com les polítiques exteriors han fet de la projecció internacional de les indústries culturals un objectiu estratègic i, a la vegada, aquesta estratègia ha transformat els objectius i les xarxes d'aquestes polítiques.

Els autors assenyalen, però, que cal analitzar més en profunditat alguns efectes de les polítiques de marca que han esdevingut evidents i que reclamen més atenció como són una simplificació de la diversitat cultural dels territoris, l'eliminació de característiques no coherents dins de les marques i l'eliminació de la discrepància interna i la participació.

PDF [Spain's nation branding project Marca España and its cultural policy: the economic and political instrumentalization of a homogeneous and simplified cultural image](#) [5]

[Inicia sessió](#) [6] o [registra't](#) [7] per enviar comentaris

Categories: Cooperació i relacions culturals internacionals

Etiquetes: diplomàcia cultural

Etiquetes: diversitat

Etiquetes: Marca Espanya

Etiquetes: instrumentalització de la cultura

- [8]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/02/14/la-marca-espanya-instrumentalitzacio-economica-i-politica>

Enllaços:



- [1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>
- [2] <http://interaccio.diba.cat/members/riusuj>
- [3] <http://interaccio.diba.cat/members/zamoranoma>
- [4] <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286632.2013.877456#.UywRlqh5Nc0>
- [5] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140018.pdf>
- [6] <http://interaccio.diba.cat/>
- [7] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>
- [8] <http://interaccio.diba.cat/node/4739>