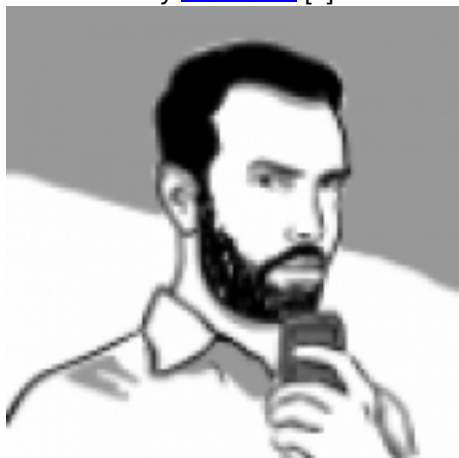


Es la calidad, estúpido!

Published by [Interacció](#) [1] on 06/10/2014 - 09:06 | Last modification: 05/02/2026 - 14:03

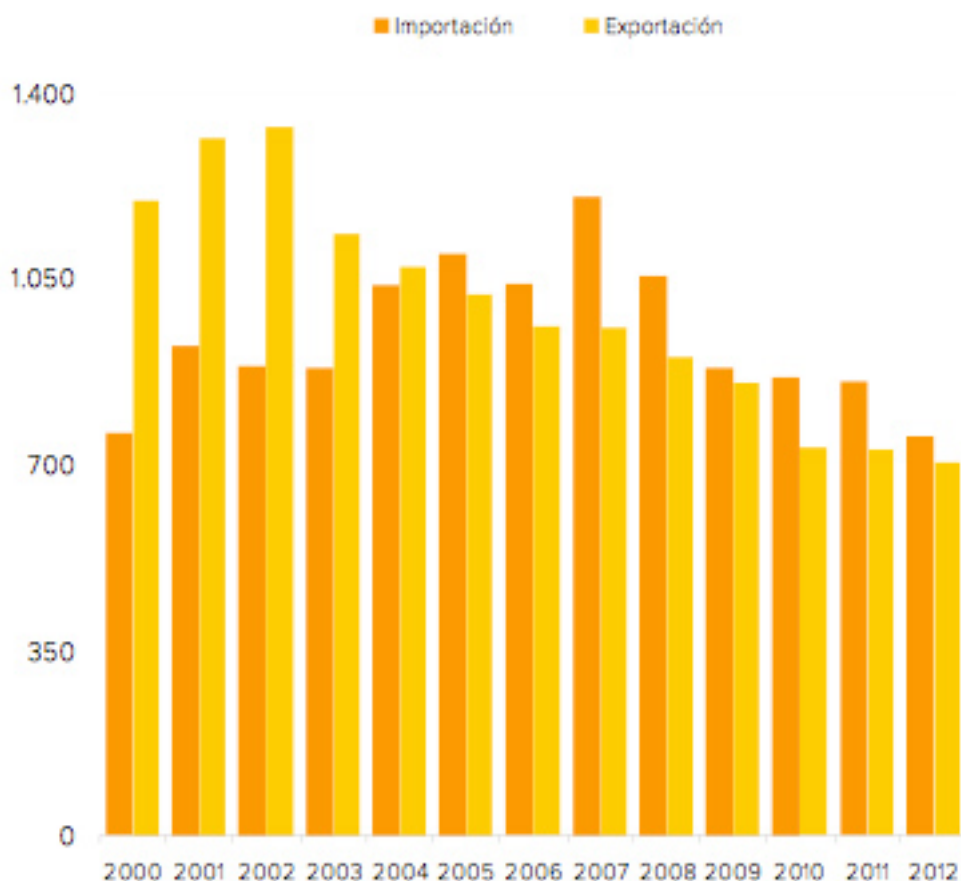


[David Márquez Martín de la Leona](#) [2] | [Zeitgeist](#) [3]

En los últimos meses he estado involucrado en algunos programas de internacionalización de las artes escénicas, como el Mov-s y el IPAM. En estos dispositivos habilitados y acogidos por diferentes instituciones públicas he podido constatar y discutir el discurso más o menos consensuado sobre lo que hoy día es la práctica de la internacionalización.

Las instituciones políticas responsables de políticas culturales han hecho de las prácticas denominadas de “internacionalización” uno de sus ejes estratégicos y han comenzado a articular acciones (que no claras y decididas políticas públicas) para estimularla entre los agentes culturales. Éstos últimos, el sector cultural, ha comprado el discurso de lo internacional por atractivo y positivo. En estos últimos tiempos de repliegue de la financiación pública y privada de la cultura, escuchar que hay algunas posibles fuentes de financiación ahí fuera, aunque sea en Marte, es algo que todo el mundo escucha con atención.

Sin embargo la realidad es muy tozuda y no siempre se cambia a base de narrativa. Más bien, es al contrario, es la realidad la que cambia la narrativa. Recientemente he argumentado por qué las instituciones públicas cometen una impostura a la hora de fabricar y divulgar estos relatos. Hay mucho que analizar y alegar todavía al respecto. Pero sobre todo, lo que necesitamos es evaluación y datos. Desde aquí vengo aportando los datos de la propia Secretaría de Estado de Cultura sobre comercio exterior de bienes culturales, que ahora actualizados con los datos de 2012 sigue dibujando la misma tendencia: cada vez vendemos y compramos menos cultura en el extranjero. Y aunque el fenómeno no es exclusivo de España, sino que es un fenómeno más bien vinculado a la grave crisis de las industrias culturales, aquellas que producían contenidos culturales en soportes materiales, sí que es un dato a tener en cuenta a la hora de analizar nuestra capacidad de vender cultura fuera.



Millones de Euros. Fuente: [Anuario de estadísticas culturales 2013 publicado por la Secretaría de Estado de Cultura](#) [4].

Internacionalización cultural, en definitiva, puede significar muchas cosas. No sólo la ampliación de mercados en el extranjero, sino muchas otras prácticas como la búsqueda de financiación de proyectos (p.e. dentro del programa de cultura de la Comisión Europea: Creative Europe)... Pero todas las prácticas y estímulos institucionales tienen un destinatario último: los agentes culturales. Y por resumirlo de alguna manera más icónica, el mensaje que lanzan las administraciones es un “mueve el culo” que si lo haces bien, lo mismo te ayudamos.

Llegiu tot l'article a [Zeitgeist](#) [5]

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

Tags: Europa Creativa

Tags: subvencions

Tags: internacionalització

- [8]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/CIDOC/%20blogs/2014/10/06/es-calidad-estupido-David-M%C3%A1rquez-Mart%C3%ADn-de-la-Leona>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <http://interaccio.diba.cat/members/marquezmd>

[3] <http://etilem.wordpress.com/>

[4] http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2013/graficos/g_comercio6-2013.pdf



[5] <http://etilem.wordpress.com/2014/10/01/es-la-calidad-estupido/>

[6] <http://interaccio.diba.cat/>

[7] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[8] <https://interaccio.diba.cat/node/5346>