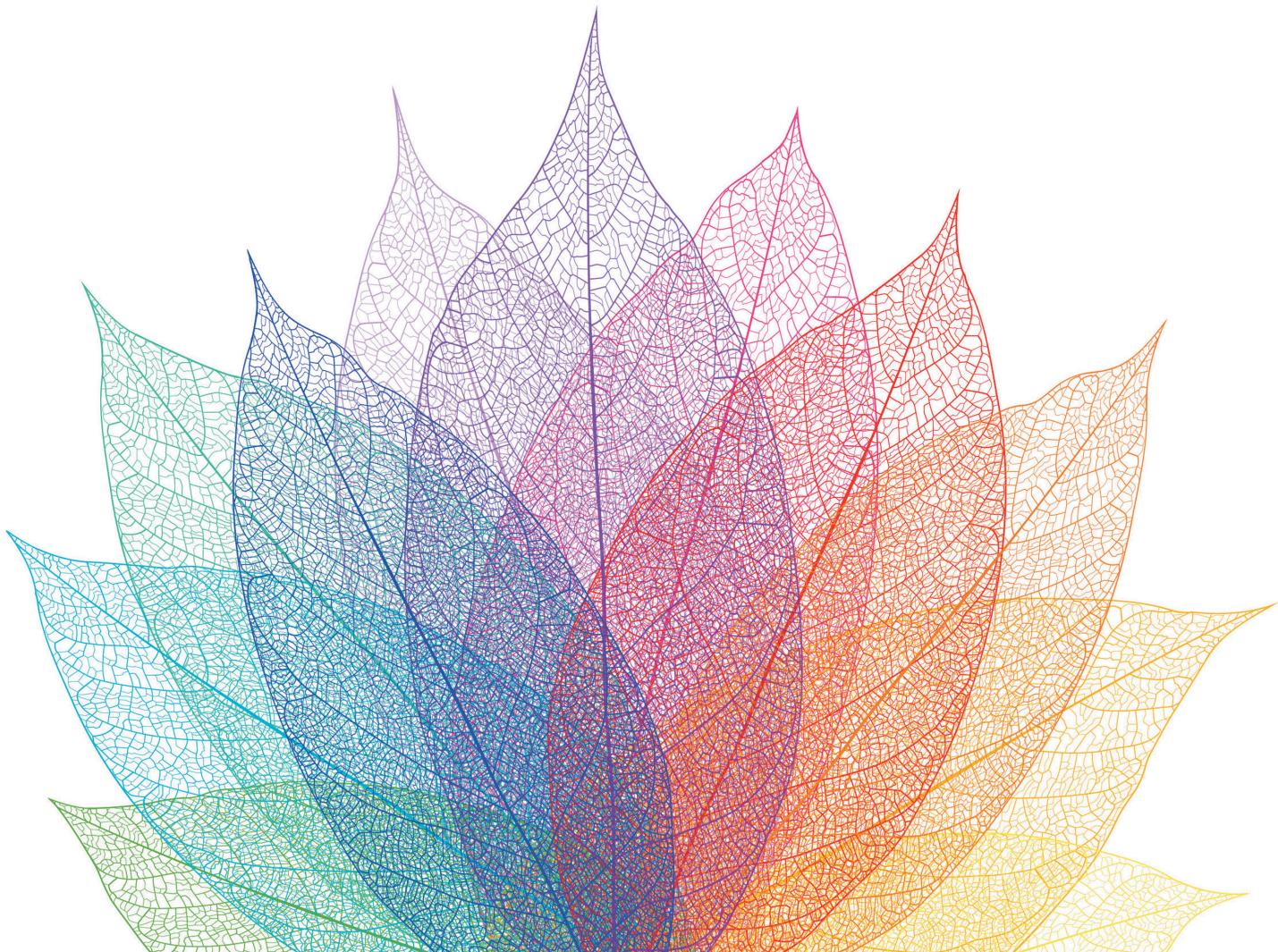


Informe sobre

EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2020

LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR DE ESPAÑA ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA UN NUEVO ENFOQUE



INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA
LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR DE ESPAÑA
ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA UN NUEVO ENFOQUE [ICE-2020]

INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA

LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR DE ESPAÑA ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA UN NUEVO ENFOQUE [ICE-2020]

Dirección:
Inmaculada Ballesteros

Coordinación y edición:
Enrique Bustamante

Autores:

| | |
|---------------------------------|------------------------------|
| Aláez, Irene | Ballesteros, Inmaculada |
| Bustamante, Enrique | Caerols, Raquel |
| Cascajosa, Concepción | Corredor Lanas, Patricia |
| Fernández de León, Jorge | Fernández Leost, José Andrés |
| López Garrido, Diego | Manfredi, Juan Luis |
| Martín Zamorano, Mariano | Martinell, Alfons |
| Querol, M. ^a Ángeles | Rubio Aróstegui, Arturo |

Observatorio de Cultura y Comunicación
FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

MADRID
2020

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

La Fundación Alternativas no se identifica necesariamente con los textos que encarga y edita, cuya responsabilidad incumbe exclusivamente a sus autores.

© Los autores

© Fundación Alternativas

Realización e impresión: Lúa Ediciones 3.0

www.luaediciones.com

ISBN: 978-84-122331-1-7

Depósito legal: M-23895-2020

ÍNDICE

- 9 **Presentación.**
Diego López Garrido e Inma Ballesteros
- 11 **Introducción. Entre dos crisis (2011-2020). Naufragios y esperanzas culturales para el futuro próximo**
Enrique Bustamante
- 27 **Acción cultural exterior: diplomacia cultural o política cultural exterior**
Irene Aláez Vasconcellos
- 43 **Nuevos actores de la diplomacia cultural: ciudades, sociedad civil, RRSS y entorno digital**
Mariano Martín Zamorano
- 57 **Industrias culturales y creativas; los contenidos culturales en la red como agentes de cooperación cultural**
Juan Luis Manfredi Sánchez
- 69 **España en el marco de la estrategia europea de cooperación cultural**
José Andrés Fernández Leost
- 79 **Panorámica de la acción cultural exterior de España: retos y propuestas**
Alfons Martinell Sempere

- 91 **La sostenibilidad del pasado: por una nueva estrategia de protección del patrimonio arqueológico**
María Ángeles Querol
- 101 **La cultura y el desarrollo territorial. Retos y oportunidades para el mundo rural**
Jorge Fernández León
- 115 **La incorporación de la cultura y las artes al *curriculum* educativo: una tarea pendiente y urgente**
Raquel Caerols Mateo
- 127 **Producción y distribución de ficción audiovisual en España: entre los operadores tradicionales y la emergencia de los servicios de vídeo bajo demanda**
Concepción Cascajosa Virino
- 141 **La coordinación institucional, y el valor del patrimonio escénico en la globalización: retos de la política cultural en el sector escénico**
Juan Arturo Rubio Arostegui
- 151 **El estado de la cultura en España (2020): dos encuestas, dos fotografías complementarias sobre la situación de la cultura**
Patricia Corredor Lanas
- 189 **Consejo asesor**
- 191 **Equipo de investigación**

PRESENTACIÓN

Diego López Garrido
Inma Ballesteros

Si todos los sectores se están viendo afectados por la pandemia, la cultura ha sido, es y será uno de los que más ha sufrido sus consecuencias. Las actividades culturales necesitan estar en contacto con su público, y el cierre de los cines, teatros, salas de concierto, y actividades culturales en general ha provocado un cisma entre creadores y audiencias. Como no podía ser de otra manera, se buscaron fórmulas para surgir en un nuevo contexto con otras herramientas que se convirtieron en aliados para superar los días más difíciles de la crisis sanitaria. Hoy, terminando el mes de julio, parece que todo quedó atrás pero no tenemos claro hasta cuándo tendremos que mantener las nuevas normas y, lo más importante, cuándo recuperaremos la vida como la habíamos aprendido.

En este escenario, la cooperación cultural ha tenido que frenar miles de actividades mientras el virus avanzaba por el mundo y las fronteras físicas se iban cerrando. Simultáneamente, el espacio digital se inundaba de contenidos culturales y favorecía encuentros inusuales que han permitido experimentar nuevas formas de contar historias, disfrutar la música y mantener el contacto con el público, pieza fundamental de la acción cultural. Estos experimentos han hecho visibles las fortalezas y debilidades de un sector en plena transfor-

mación, baluarte de la innovación, en esta nueva realidad que seguimos creando.

Podemos decir sin ambages que el entorno digital está colonizado por los contenidos culturales. Según Eurostat¹, más del 70% de las conexiones a la red se producen para consumir contenidos culturales. Sin embargo esta presencia no está siendo reconocida ni siquiera por el propio sector, que en muchas ocasiones desaprovecha el enorme potencial que tiene para hacer valer su papel en la nueva economía. Este es sin duda uno de los grandes retos a afrontar, fortaleciendo capacidades tecnológicas entre los creadores y gestores, entendiendo el funcionamiento de los nuevos modelos de negocio y proponiendo nuevas fórmulas de cooperación cultural que garanticen la diversidad de los contenidos culturales en el entorno digital.

Por otro lado, la capacidad del sector cultural de establecer conexiones con otras disciplinas debe ser impulsada por los poderes públicos en el diseño de estrategias de cooperación para desarrollo económico y territorial. Necesitamos foros y espacios de conexión intersectorial para

1. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_use_of_ICT_for_cultural_purposes

impulsar la innovación, que es una pieza inherente a la creación cultural en todos sus ámbitos.

Entre las cuestiones que nos hemos visto obligados a repensar está la relación con las audiencias. El público siempre ha sido un elemento clave en cualquier proyecto cultural. Su papel siempre ha sido activo y ha condicionado el desarrollo de cualquier acción. Las condiciones provocadas por la pandemia nos obligan a reformular los modos de contacto y de interacción con los que se encuentran al otro lado del escenario. En este sentido, el medio digital es un universo a explorar y viene cargado de posibilidades que tendremos que ir descubriendo. En el nuevo marco de la cooperación cultural, tendremos que plantear propuestas que permitan la convivencia de acciones online y offline e interconectar ambas.

En España, la cooperación cultural ha sido un elemento clave de la acción exterior, aunque haya habido diferentes maneras de entenderla. Con la crisis de 2008, los recortes dejaron un panorama devastador, que, no obstante, siguió generando redes en ámbitos menos formales. Toda la experiencia y recorrido de los profesionales de la cultura que desempeñan su labor en la cooperación internacional ha generado una cadena de valor que es uno de las grandes fortalezas a las que debemos acudir. Lejos de los programas institucionales y de los grandes eventos han seguido germinando proyectos, quizás menos ambiciosos, que han construido un tejido híbrido y en apariencia etéreo, pero que forma parte de nuestro ecosistema cultural. Esta es una de las cuestiones que queremos defender en este informe y que pensamos que seguirá evolucionando en el marco de la nueva normalidad. Redes informales de profesionales que se buscan y se encuentran para poner en marcha ideas y propuestas que aparecerán espontáneamente en el entorno digital o en cualquier espacio. Con el apoyo de la sociedad civil, convertida en audiencia activa que favorece la producción cultural en el ejercicio de sus derechos culturales.

Nuestra experiencia nos dice que los proyectos de cooperación cultural no trabajan para alimentar fines individuales. Son iniciativas que alimentan un objetivo mayor que trasciende el aplauso del público y de la crítica. Aportan valor a la acción exterior porque conectan a las personas, y construyen redes basadas en la confianza y los valores compartidos. Los intangibles son el verdadero valor de la cooperación cultural pues la cultura tiene que ver con las personas, por eso la acción cultural tiene que dirigirse a las personas.

Desde el 21 de julio de este año, se han abierto unas nuevas perspectivas para la cooperación cultural en el exterior. El Fondo Europeo de Recuperación presenta ante nosotros la posibilidad de una financiación muy poderosa para las industrias culturales y creativas proyectadas al exterior. La cultura necesita una inyección, no solo de dinero, sino de política en estado puro. Esta es una oportunidad para llevar a cabo las transformaciones que se proponen en este informe y que se exponen en la profunda introducción de Enrique Bustamante, su coordinador.

España deberá presentar a la Comisión Europea un proyecto ambicioso y de largo alcance de estrategia española y europea para la acción cultural en el exterior. Y ello en el contexto de la crisis de la pandemia, y teniendo muy en cuenta la opinión pública, que en el presente informe se analiza mediante una extensa encuesta.

El *Informe sobre el estado de la cultura en España 2020* quiere ayudar a construir ese gran plan sobre la acción cultural exterior que nuestro país y nuestra industria necesitan.

Agradecemos la colaboración en este proyecto al Instituto Cervantes, a Acción Cultural Española AC/E y a AECID, que se sumaron a la voluntad de repensar el modelo de cooperación cultural exterior para la nueva realidad en que nos encontramos.

INTRODUCCIÓN ENTRE DOS CRISIS (2011-2020). NAUFRAGIOS Y ESPERANZAS CULTURALES PARA EL FUTURO PRÓXIMO

Enrique Bustamante

La muerte de Luis Eduardo Aute en pleno asenso de la epidemia de la COVID-19, con su significación emblemática de más de cinco décadas para la música y la canción, pero también para la pintura o la poesía o el cine, y para toda una visión de la capacidad creadora, independiente y crítica, pareció concentrar un jalón simbólico del desmoronamiento de la cultura española durante la cuarentena en todas sus dimensiones. Pero Aute fue también la demostración ilustrada de un creador “indisciplinado”, que entraba en crisis, se reinventaba y renacía periódicamente, que condensaba tantos registros y matices que nadie podía dejar de apreciarle en uno u otro de sus momentos artísticos, en una u otra de sus manifestaciones creativas.

La/s cultura/s españolas parecen seguir una similar dinámica de crisis y resurrección, de impulso artístico y desplome económico desde la transición democrática. E incluso de paradójicos destinos a contracorriente de las expectativas políticas, como ocurrió precisamente en esos finales de los años setenta, cuando a despecho del papel señalado de las

artes en la reivindicación de la democracia, la cultura fue ignorada en los Pactos de la Moncloa –tan rememorados en estos tiempos–, y tratada en algunos sectores, como el cine, con un neoliberalismo ciego que a punto estuvo de acabar con nuestra industria.

La crisis cultural provocada por la pandemia constituye de nuevo una de estas paradojas históricas. Porque cuando, en marzo pasado cerrábamos la edición y preparábamos la presentación pública del ICE 2020, muchos analistas coincidíamos en resaltar las esperanzas e ilusiones de una situación que, aunque marcada todavía por las secuelas restantes de la crisis y el austericidio de la “gran crisis”, podía alimentar un espíritu positivo ante la llegada de un Gobierno progresista que enarbola la bandera de la cultura con una decisión que no se veía desde 2004.

La encuesta a los agentes culturales que tradicionalmente realizamos desde hace una década destacaba precisamente también en el ICE de 2019 este sentimiento en su mejora relativa

de valoraciones de la diversidad de la cultura española, aunque siguiera penalizando a las políticas públicas a todos los niveles administrativos y suspendiendo la proyección y estrategias culturales en el exterior en todas sus dimensiones. Entre el Gobierno de Rodríguez Zapatero y el inicio del Gobierno de coalición dirigido por Pedro Sánchez se tejía –con todos los matices diferenciales– un hilo conductor de apreciación por la cultura y de voluntad por apoyar su diversidad, que los años de los Gobiernos de Mariano Rajoy habían borrado de la memoria.

La cuarentena frente al virus rompió abrupta y dolorosamente ese clima de ilusiones, porque el aislamiento atacaba frontalmente al corazón de la vida simbólica de la sociedad. La creatividad enclaustrada se podía desarrollar e incluso brillar ocasionalmente en las redes –con el plus de generosidad de ofertas gratuitas de muchos creadores y empresas–, pero la cadena de valor añadido, económica, pero también social y simbólica, se colapsaba sobre todo en la distribución y la difusión, penalizando tanto más a las actividades y subsectores culturales cuanto más colectivo y social era su consumo: teatros, conciertos, cines, museos, librerías...

En el caso español, el desplome cultural recaía sobre una herida todavía sangrante, porque la cultura española se estaba recuperando lentamente en los últimos años, tras lo que calificábamos en nuestro ICE, 2019 de una “década perdida”, por la falta de avances en todos los indicadores económicos y sociales. Con cuatro décimas menos del PIB que en 2009, una pérdida de facturación de 4000 ME respecto a 2008, 16.000 empleos culturales menos y una congelación de los avances por la igualdad de género, quedaba terreno por recuperar.

Sobre esos miembros debilitados, llegó la epidemia y el estado de alarma y, al igual que ocurrió con la crisis general, sanitaria y económica, sucedió con la crisis cultural, porque la mayoría de los Gobiernos reaccionó tarde ante la evidencia del desmoronamiento, pese a es-

timaciones de pérdidas de más de un tercio de la facturación cultural del ejercicio. En medio de un mar de reivindicaciones y peticiones de ayuda por cada sector económico, la cultura fue postergada una vez más y solo se consideró con retraso cuando las reivindicaciones de sus múltiples sectores amenazaron con un cisma simbólico, especialmente grave para un Gobierno que se proclamaba progresista, pero también para la mayoría de los Gobiernos autonómicos y de grandes ciudades de las más diversas ideologías, en donde las ayudas a la cultura o a alguna de sus actividades llegó tarde y en cantidades insuficientes.

Las reacciones del tejido asociativo y empresarial de la cultura fueron en general prudentes y positivas. Llamamientos a considerar oficialmente a la cultura como un “bien de primera necesidad” o como un “sector estratégico”, invocaciones urgentes de premios nacionales de cultura y artes que consideraban que “el actual modelo” “puede diluir las responsabilidades [...] en todos los niveles administrativos”, reclamando por ello “una actuación conjunta de todas las Administraciones” sobre un sector “frágil y desprotegido”, basada en los principios de “coordinación, cooperación y colaboración interadministrativa”. Ciertamente, las actividades económicas culturales quedaban cubiertas en teoría por las medidas generales adoptadas frente al colapso financiero, pero la especificidad de muchas de sus necesidades, sobre todo de su trabajo precario e irregular, dejaban a la cultura fuera de muchas de las coberturas implementadas.

A principios de abril, los Ministerios de Cultura y Hacienda anuncian un plan de medidas urgentes a corto plazo, incluyendo la rebaja del IVA cultural para la venta *online* en el libro y la prensa digital, y un futuro plan de reactivación. Pero las medidas efectivas aplicadas solo llegaron a partir de la reunión conjunta del Consejo de Cultura, que reunía a la Administración estatal, a las CC. AA. y a la FEMP en un acuer-

do formal “para la reconstrucción y reimpulso de la cultura en todos los ámbitos”. Se lanzan por fin así las primeras medidas consecuentes del Gobierno central (76,4 ME iniciales) y en el ámbito autonómico y local, dirigidas básicamente a aplicar las ayudas a las especificidades del sector cultural en materia de ERTE y ayudas a los trabajadores artísticos, y a inyectar liquidez y financiación a empresas y productoras culturales, abocadas a la asfixia económica.

Pero la cultura ha sido también, irremediablemente, el terreno privilegiado para un aluvión de críticas y alegaciones populistas y, no pocas veces, demagógicas, de parte de quienes en el reciente pasado la ignoraron o incluso castigaron con saña. Así ha ocurrido con políticos destacados de partidos y Gobiernos locales como el de Madrid que contemplaron impasibles la sucesión de “viernes negros” de los Gobiernos de Rajoy sobre la cultura: subidas del IVA de hasta 13 puntos, recortes presupuestarios acumulados, hundimiento de la “obra social” de las cajas de ahorro, promesas reiteradamente incumplidas sobre la ley de mecenazgo, desplome de la proyección exterior en todas sus modalidades. Cuando dos comunidades autónomas gobernadas por el PP- Ciudadanos con el apoyo de Vox, intentan aprovechan la desescalada del estado de alarma para desarmar la protección del patrimonio arqueológico y estimular la especulación inmobiliaria, con el pretexto de agilizar la recuperación económica, resulta inevitable pensar que la “nueva normalidad” anunciada se parece demasiado a la que ya vivimos reiteradamente en el pasado.

Las quejas y críticas han puesto también una vez más de relieve la peligrosidad de las confusiones y tergiversaciones que han venido rodeando al mundo de la cultura en los últimos tiempos. Por ejemplo, las reivindicaciones airadas del mundo económico del toreo, de la cocina o el turismo que legítimamente podían reclamarse de su actividad económica para pedir ayudas, pero seguían en cambio intentando

acogerse a la legitimidad de la cultura e incluso absurdamente de las “industrias culturales”. O las abusivas reclamaciones de algunos artistas y empresarios que invocaban un derecho de autor eterno (supuestamente para fomentar la creatividad de los creadores setenta años después de su muerte) ignorando no solo el contrato social histórico que ha rodeado en Europa al derecho de propiedad intelectual sino el riesgo de caer en un *copyright* que expropia sistemáticamente ese derecho a favor del capital y las *majors*.

Y, sin embargo, más allá de la necesaria prolongación de medidas de apoyo excepcional a la cultura hasta el final de las secuelas económicas diferenciales de la epidemia sobre sus actividades, es preciso comenzar a pensar en el día después, en un gran plan de reactivación capaz por fin de crear un tejido cultural sostenible por su función y su rentabilidad social, además de económica.

Tal iniciativa encaja con los objetivos del Gobierno de coalición nacido tras la moción de censura y el interino mantenido tras las dos elecciones generales, que había dado ya al menos indicios de un cambio de actitud hacia la cultura: reinstauración del Ministerio de Cultura, conato de aumento del presupuesto cultural estatal en casi un 10%; creación del Observatorio de Igualdad de Género en Cultura, con un plan de trabajo concreto para 2019 y estudios previstos por sectores; recuperación del Plan de Acción Exterior (PACE) por los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación y Cultura (confirmado por los ministros José Guirao y José Borrell, con una nueva dotación de 155 ME), todo un gesto elocuente de inspiración para potenciar la acción cultural exterior, frenando la tradicional competencia y colusión entre ambas carteras que Moratinos y González Sinde firmaron en 2009 y que había quedado arrumbado en 2012 con la llegada de Mariano Rajoy.

Pero sobre todo y en esa línea, preferimos recordar los compromisos de la coalición pro-

gresista entre ambos partidos citados en el documento “Un acuerdo de Gobierno para España. Acuerdos de gobierno para toda la legislatura” (diciembre de 2019), en donde se desglosan propuestas que los ICE y el Observatorio han ido reiterando desde 2011 a 2019:

- En el capítulo 6 (cultura y deportes), se recoge así que “impulsaremos un pacto de Estado por la cultura”, aumentando “de manera progresiva el presupuesto para la cultura en los presupuestos generales del Estado”.
- En diversos apartados de ese tema, se promete actuar en terrenos concretos destacados: “completar el desarrollo del estatuto del artista”, crear la oficina de derechos de autoría, el apoyo a “creaciones artísticas y culturales en lenguas cooficiales y propias”, un “pacto por la lectura”, un “plan de acción sobre igualdad en el ámbito cultural”, que conecta en el capítulo 7 con el “cierre de la brecha de género en el área STEM” y con “medidas para la España vaciada” en el acceso digital.
- En el apartado 6.4 se afirma que “defenderemos un modelo de RTVE plural, independiente, pública, transparente y de calidad, que se convierta en un polo de producción orientado al fomento y difusión de la cultura española”.
- En el capítulo 11 se aborda el papel exterior de España en el terreno de la cooperación, como una “España europea abierta al mundo”: incrementando la ayuda al desarrollo hasta llegar al 0,5% del PIB, fortalecer la AECID y reformar la ley de cooperación española en el exterior, reforzando las relaciones con África, la UE y América Latina y el Caribe.

Este nuevo Plan de políticas culturales tiene que partir insoslayablemente y en primer lugar de las debilidades mayores constatadas en

la situación de la/s cultura/as españolas, que podemos resumir así:

I. DEBILIDADES PERSISTENTES DE LA CULTURA EN ESPAÑA: INICIOS DE 2020

1. Gasto privado insuficiente

En primer lugar, como cifra económica emblemática del peso de la cultura en la economía española está su facturación total, que ascendió en 2018 (últimas cifras del Ministerio de Cultura) a 12.714,3 millones de euros, con un ligero retroceso respecto a los 14.099 ME de 2017 (16.963 ME en 2008). Lo que significó un 2,4% del PIB en 2018, un 3,2% incluyendo la propiedad intelectual (2,8 y 3,5% respectivamente en 2008) (Ministerio de Cultura. Análisis estadístico cultural, 2019).

En la debilidad general mantenida por esta economía influye en buena medida el escaso gasto de los españoles en bienes y servicios culturales, hundido por la crisis. Así, en 2018 el gasto por hogar, fue de 682,5 euros de media al año (718,3 en 2017) –y ello a pesar de que esta contabilidad del Ministerio de Cultura incluye en tal capítulo los servicios móviles y de relación con Internet–, que suponen un 22,5% del gasto total.

En cuanto al gasto medio por individuo en ese rubro alcanzó los 274,6 euros al año, con ligeros retrocesos respecto a 2016 (307 euros) e incluso 2017 (288,6 euros) sin aproximarse siquiera al nivel máximo de 2008 (372 euros).

2. Gasto público desplomado

El otro factor que determina decisivamente la situación de la cultura española, y que condiciona de paso sus hipotecas de desigualdad de oferta por territorios, es el del gasto público cultural, es decir, el compromiso de las diversas autoridades y niveles estatales con ese seg-

mento imprescindible del estado de bienestar que determina a su vez correlaciones elementales de cohesión y redistribución social. De esta forma, el gasto público “líquido”¹ en cultura ascendió en 2017 (última cifra conjunta disponible) a 5.092 ME (7.090 ME en 2008). Pero su composición desagregada es más reveladora aun: el Estado central gastó en el citado ejercicio 678 ME (1135 en 2009), las Comunidades Autónomas 1144 ME (2046 en 2009) y la Administración Local 3270 ME (3837 en 2009). Por lo que concluímos en nuestro ICE, 2019 dedicado precisamente a las políticas culturales locales, que el nivel administrativo próximo a los ciudadanos (diputaciones y cabildos incluidos) había sido la última barrera de resistencia frente al desplome de las políticas públicas culturales durante casi una década. Y en cierta forma, continúa jugando ese papel (un 0,28% del PIB frente al 0,16% del gasto sumado del Estado central y las CC. AA.) pese al intento frustrado de incrementar ese presupuesto estatal central en 2019.

3. Desigualdades de acceso

Sobre estas inequidades de oferta disponible, es obligado referirse a las variables socioeconómicas que determinan graves desigualdades de consumo cultural entre la población española acrecentadas por la crisis: tamaño del hábitat, nivel de estudios, estado civil y tipo de hogar influyen ciertamente en ese nivel de gasto cultural, pero los parámetros más significativos siguen siendo la situación laboral y el consiguiente nivel de ingresos: a más de 3.000 euros al mes se dedican a la cultura 382,7 euros /año, a menos de 1000 euros apenas 168,1 euros. Lo que implica que, en medio de un serio agravamiento de la precariedad laboral y de la desigualdad socioeconómica, se ha agigantado

asimismo la desigualdad de acceso a la cultura de pago, que redunda y agrava la fractura general. Los desequilibrios culturales frenan así todavía más el funcionamiento, ya francamente deteriorado, del ascensor social.

4. Debilidades intra- e intersectoriales

Sin embargo, en muchos sectores culturales, como la música grabada y digital, el cine y el audiovisual o incluso el libro, no basta con contabilizar su cifra de negocios porque solo una parte de esas cantidades irriga realmente a la economía cultural española. Aunque ese análisis pormenorizado, que pocas fuentes estadísticas y menos estudios periódicos resaltan hoy, escapa a los fines y dimensiones de este texto, puede mencionarse como botón de muestra al cine en España, cuya facturación en 2019 ascendió a 624,1 ME, recuperando casi los niveles de 2010 (662,3 ME), después de años de caídas reiteradas y algunas parciales recuperaciones desde 2015. Pero también hay que destacar que el cine español apenas alcanza al 15% de ese negocio total, muy lejos del 20% que se ha considerado como suelo máximo de resistencia, incluso en un año de producciones firmadas por las dos estrellas clásicas, Almodóvar y Amenábar, mientras el grueso de la taquilla se concentra en las *majors* de Hollywood y, en el cine español en muy pocos filmes soportados por las cadenas televisivas. Ejemplarmente, tenemos aquí problemas de mercado que determinan desequilibrios en la identidad, la creatividad y la diversidad de una industria cultural emblemática.

5. Precariedad y desequilibrios en la producción y el empleo

En el plano mercantil, ese tejido económico cultural estuvo movido por 122.673 empresas culturales en los diversos sectores (112.643 en 2008) que supusieron un 3,7% del total de entidades empresariales españolas., generando

1. Gasto líquido: “obligaciones reconocidas por las distintas Administraciones públicas”.

en 2018 (último año contemplado) 690.300 puestos de trabajo, un 3,6% del total español (706.300 en 2008).

La prevalencia de las PYME y los autónomos es evidente cuando se constata que apenas el 7,2% de las entidades empresariales cuenta con más de seis asalariados y solo el 0,6% con más de cincuenta empleados (IDEM), pero ese dato que concluiría su atomización productiva en otra industria cualquiera es en la cultura un factor positivo de su diversidad creativa. Si no fuera porque en la última década el trabajo temporal por plazo u obra se ha convertido en una regla general, incrementando la precariedad masiva de los creadores y los trabajos auxiliares de la cultura, incluyendo muchos falsos autónomos, y desplomando los salarios y la posibilidad de vivir de su trabajo, pese a la proporción muy elevada de estudios superiores, un 69,3% frente al 42,9% general. Y porque el trabajo creativo está siendo generalmente peor remunerado todavía por las plataformas *on line*, a despecho de su fuerte ahorro de costes en distribución.

Peligrosa es también la endémica concentración empresarial en Madrid y Cataluña (42,1% del total) que se convierte en una mayoría del 64,9% si se agrega Andalucía y la Comunidad valenciana, dejando escaso margen para el resto de las comunidades. Porque encubre una desertificación de la economía y de la oferta –y de su capacidad de difusión– de buena parte de la/s cultura/s españolas.

Y la igualdad sigue siendo una grave asignatura pendiente de la cultura española en términos de género, ya que el 54,5% estaban ocupados por hombres (420.100) frente a los 270.200 de mujeres (45,5%). Un desequilibrio fuerte en el porcentaje sobre el empleo total (un 4% de los hombres frente al 3,1% de las mujeres) que apenas se ha alterado en una década (un 0,62% más de mujeres en la cultura) pese a las proclamaciones mantenidas a favor de la igualdad.

6. Digitalización insuficiente y desequilibrada

Otro campo significativo del estado de la cultura española es su transformación digital, vital para su supervivencia y potenciación en un mundo cada vez más regido por la oferta y el consumo en los dispositivos y redes digitales, un terreno que ya solo cuenta con la medición de la entidad autónoma Red.es y de su ONTSI (Observatorio de Sociedad de la Información), vinculados al Ministerio de Industria². En sus últimos informes del sector TIC y de los contenidos digitales en España (concepto que abarca a las industrias culturales en sentido estricto, pero también a industrias creativas como la publicidad) se desarrolla un cierto optimismo sobre la progresiva digitalización de este ámbito, estimada ya en un 54% (2017), pero también se confiesa sus retrasos y su desigual evolución según los sectores.

Así, en 2018 y sobre 35.100 empresas de sociedad de la información, 10.035 se dedicaban a los “contenidos digitales”, con un crecimiento constante desde 2013 (9471 en 2013). Aunque la cifra de negocios de este último apartado tenía menor peso relativo, con 23.250 ME, respecto al total de SI (115.154 ME), su crecimiento era mayor (+ 8.7% frente al general de + 5%), pero esta evolución se invertía en el empleo, con 109.281 puestos (un aumento del 3,3%) frente al general de SI (+7,3%).

En todo caso, la parte del león de este negocio digital se cifraba en las actividades de cine, radio y televisión digital, con un 34,6% del total, y actividades de programación y emisión con un 29,7%. Mientras que los restantes sectores culturales digitales aparecían con pesos menores: la publicidad *online* (11,4%), las ediciones y publicaciones de libros y prensa (11%), los videojuegos (6,2%)...

2. ONTSI (2019): *Informe anual del sector de los contenidos digitales en España, 2019*. Disponible en: <https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/2020-01/InformeSectorContenidosDigitales2019.pdf>

El gran agujero negro de estos avances en los seis últimos años es la desigualdad flagrante en términos de género, con un 64,7% de hombres y solo un 35,3% de mujeres empleadas, enormemente preocupante en su proyección futura y que se agudizaba en el “techo de cristal” en la carrera directiva: un 2,8% de mujeres frente al 11,4% de hombres.

II. UN PACTO SOCIAL, BASADO EN LA SOCIEDAD CIVIL

Hay que rememorarlo, sin rencor pero como ejercicio de higiene democrática básica: como en la sanidad pública, como en la educación o la investigación, en la cultura los lodos actuales vienen de aquellos barros, de la sucesión de “viernes negros” en la etapa Rajoy, de consejos de ministros que, sin compasión alguna, sin comunicación ni consenso ni con la oposición ni con el sector, y sin justificación plausible por su escaso impacto en el déficit, fueron agravando la crisis en el sector cultural: subidas brutales del IVA, recortes presupuestarios acumulados, censuras partidistas, promesas incumplidas (ley de mecenazgo), castigos que en la cultura venían acompañados de aromas de vendetta ideológica...

Ahora, con vistas a la salida anhelada del encierro y la clausura de la cultura pública no podemos limitarnos pues a reclamar el retorno a una “edad de oro” que nunca existió en España, sino que hay que recuperar las reivindicaciones de algunos analistas que desde hace años clamamos por unas nuevas políticas públicas culturales que nazcan, de un auténtico pacto de la sociedad civil en torno a su/s cultura/s, nucleado por la búsqueda de la diversidad y el pluralismo, por la convicción de que la cultura (y la comunicación) juegan un papel clave en todo el desarrollo de una sociedad (económico, social, ecológico) (Bustamante, 2014). Las sistemáticas bajas puntuaciones que reciben en nuestras encuestas las políticas públicas a

todos sus niveles son un reflejo más de que las políticas culturales del pasado respondían a un modelo de cultura y de sociedad desgastado y agotado.

Pero las políticas públicas sistemáticas son esenciales en la cultura, a condición de abandonar todo despotismo ilustrado, toda estructura burocrática, fácilmente capturable por los lobbies y las estrellas mediáticas, para fundamentarse, como propugnan con rotundidad los últimos informes de la Unesco (*Re/pensar las políticas culturales*, 2015, 2018), en la consulta y la participación del rico tejido asociativo existente en torno a la cultura (usuarios, creadores, de género, entidades sectoriales y territoriales, productores...); y en la aplicación sistemática y transparente de indicadores y evaluaciones sistemáticas que verifiquen sus efectos directos e inducidos en el tiempo.

Es difícil imaginar un cercano “pacto de Estado” en la cultura entre todos los grandes partidos políticos, que parece hoy inverosímil con los antecedentes cercanos de muchos políticos de la oposición de derechas, y desde afirmaciones tan brutales como las reiteradas por líderes de Vox (“España puede vivir sin sus titiriteros”) o las del todavía entonces portavoz de Ciudadanos, Marcos de Quinto (“Sanedrín de activistas bien pagaos, dóciles con el poder”) solo ofensivas para sus autores. Pero, en la estela del recuperado Consejo de Cultura, es realista exigir un gran pacto social que consensue y defina un plan de recuperación coordinado y mancomunado entre todos los niveles del Estado español.

Dicho de otra forma, la cultura no puede vivir eternamente al filo del precipicio, en una simple situación reactiva a las crisis que se vayan sucediendo, a las catástrofes económicas o sanitarias, al albur de políticos e ideologías sin conciencia de su trascendencia, con cada vez menos músculo industrial y económico para resistir.

Por ello, y atendiendo a los principales desequilibrios reseñados anteriormente, nos atrevemos a sistematizar algunas líneas esenciales de esta actuación para el inmediato futuro:

- *La primera amenaza a la diversidad cultural es la desigualdad simbólica profunda que se ha instalado y normalizado en la sociedad española, porque como analizábamos con datos precisos en nuestros informes, casi la mitad de la población española adulta no puede acceder a ninguna cultura (ni comunicación) de pago o tienen que dedicar cantidades irrisorias a ella, por razones de precariedad, de escasez de ingresos. Una conclusión reiterada en encuestas o informes territoriales recientes en Barcelona o Andalucía, y que constituye un grave peligro en términos democráticos, aumentando la “desafección” ciudadana que los informes de democracia de la FA vienen detectando.
- Este riesgo exige poner el foco futuro en el acceso equitativo a la cultura tanto social como territorial (incluyendo a la España vaciada... de oferta cultural). El gesto de muchos creadores y empresas de ofrecer creaciones gratuitas en tiempos de confinamiento es un símbolo valioso de esta situación, y debe corresponderse con campañas periódicas próximas de promoción del consumo y del gasto cultural para continuar “fabricando” públicos. Pero, a futuro, los balances de programas como Vale Cultura en Brasil o Argentina nos ofrecen experiencias importantes para llegar a la población excluida y coadyuvar a una economía sostenible de la cultura.
- La otra gran falla de igualdad cultural es evidentemente la de género, cuya consecución progresiva iniciada en 2007 se frenó abruptamente a partir de 2012, y que exige ahora un plan firme, legislativo y económico, con especial atención a la cultura digital. Pero la observación sistemática debería extenderse especialmente al consumo cultural, para impedir situaciones discriminatorias de acceso a la cultura y de “desigualdad digital” (formación, habilidades, usos, valor añadido en la comunicación *online*).
- Efectivamente, la crisis vírica ha venido a recalcar, por si hiciera falta, que el futuro de una buena parte de la cultura y la comunicación es insoslayablemente digital, lo que exige un auténtico plan de impulso a la digitalización de las industrias culturales. La espontánea y desigual transición digital de nuestros sectores culturales (fuerte en el audiovisual, débil en el libro, por ejemplo) no puede ser mantenida sin graves riesgos.
- El faro de la diversidad implica también una regulación y una política de derechos de autor que asegure la concurrencia y transparencia de las sociedades de autor en todos los sectores, y que al tiempo que proteja la remuneración de los creadores, deje de polarizar la remuneración de la autoría entre unas pocas estrellas multimillonarias y una masa de creadores mal pagados o “benévolos” que no pueden vivir de su trabajo artístico. La situación de los *amateurs*, cada vez más numerosos y vitales como cantera de la creatividad, debe ser contemplada en ese dibujo integral que debe declinar y aplicar íntegramente el estatuto del artista.
- La lucha contra los oligopolios mediáticos y las gigantes digitales globales exige una regulación *antitrust* que proteja los derechos de los creadores (hoy esquilados en muchas plataformas) y a los usuarios. En positivo, es preciso un tratamiento fiscal equitativo con la economía tradicional, que permita allegar recursos para sostener un plan de apoyo especial a las industrias culturales y a las plataformas.

- mas nacionales o europeas, incluyendo el servicio público de comunicación.
- Las políticas fiscales tienen un indudable protagonismo en este ámbito: en positivo, IVA culturales superreducidos que deberían irse homogeneizando a la baja entre actividades culturales y traspasando al entorno *online*; en negativo, obligaciones fiscales equitativas para las grandes plataformas *online*, con regulación de sus cuotas de inversión cultural e independiente, y de sostenimiento del servicio público. Porque las donaciones excepcionales son de agradecer, pero en un estado de derecho, las obligaciones y deberes deben tener una formulación legal, vigilada por autoridades independientes.
 - La primacía imprescindible del gasto público en las políticas culturales, alimentado por las fuentes anteriores y otras posibles como la lotería nacional, no excluye la oportunidad y urgencia de una legislación actualizada que potencie el mecenazgo específico de la cultura, con atención especial al micromecenazgo, siempre de forma fiscalmente equitativa y transparente y con orientaciones públicas sobre las actividades y territorios estratégicos o especialmente vulnerables.
 - Si hay un consenso actual en el mundo cultural es que la acción cultural española en el exterior, arruinada con la crisis, constituye un terreno urgente y fundamental para la proyección de la cultura española, para la cooperación internacional y para la diplomacia cultural y la imagen de nuestro país en el mundo. Una estrategia coordinada y coherente es esencial en este campo como concluyen numerosos expertos acreditados en este ICE 2020.

En fin, se trata de pensar y debatir, de reconstruir una auténtica estrategia de apoyo a

la/s cultura/s española/s, huyendo de esa endémica y endiablada dinámica de acción-reacción que algunos han manipulado frecuentemente para calificar a la cultura como un sector de saltimbanquis mendicantes; Para legitimar los planes y recursos públicos por las demandas y las necesidades sociales, de los usuarios y de los agentes culturales, en un diálogo fecundo que debe mandar por encima de cualquier otra consideración política y económica.

Para comenzar, en cuanto sea posible, se podría y debería abordar la elaboración de un auténtico libro blanco de la cultura, sobre la base de consultas sistemáticas a las asociaciones de ciudadanos y actores culturales, de la convocatoria de unos “estados generales de la cultura/s española/s”, como base para el debate y la elaboración de nuevas políticas públicas.

III. LA ACCIÓN CULTURAL DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR

Respecto al último ámbito citado en esta relación, en el primer ICE de 2011, dedicado a la proyección global de la cultura española, ya señalábamos que uno de nuestros campos de estudio preferentes era el de la cooperación cultural internacional de nuestro país, precisamente porque partíamos de una concepción global e interdependiente de la diversidad; Y destacábamos los ámbitos de Europa, América Latina y el Norte de África como prioritarios, por múltiples razones históricas y actuales, para esa tarea ineludible. En los sucesivos informes, esa temática ha ido siendo desarrollada por diversos expertos, y el ICE de 2018 dedicó su cuaderno central a “España y el espacio cultural iberoamericano”, con contribuciones de autores de primera fila como Néstor García Canclini, Guillermo Orozco, Francisco Rui Cádima, Martín Becerra, Ana Mae Barbosa o Guillermo Mastrini.

Ahora, el OCC decidió establecer la acción cultural española como problemática urgente después de la crisis, en tanto tarea vital del

nuevo Gobierno y asignatura pendiente de nuestros agentes y sectores culturales como evidenciaban reiteradamente nuestras encuestas. Y, tras las secuelas de la pandemia y de sus demostradas consecuencias (globalización financiera y epidémica, nacionalización de los recursos, penalización de las desigualdades internacionales e internas) esa actuación se revela como más importante que nunca en la cultura. Una realidad que nuestros autores se han esforzado en aquilar.

Por una parte, la diplomacia cultural simbólica, -artística, cultural, intelectual- entre naciones y países cobra cada vez más fuerza en un mundo marcado por una globalización desordenada y, al mismo tiempo, por el choque entre nacionalismos exacerbados que alimentan el aislacionismo y los conflictos regionales imprevisibles. Y se presenta hoy como la vía esencial de la diplomacia pública, como la única alternativa a las relaciones de fuerza y poder, crecientemente al margen de las leyes internacionales consuetudinarias, que hoy renacen en la arena internacional con perjuicio masivo para la lucha contra la desigualdad y la pobreza (Sadikki, 2009; Montoya, 2012). En esas circunstancias, la diplomacia cultural puesta de moda en las relaciones internacionales es perfectamente legítima y válida y está siendo objeto de cada vez más estudios y reflexiones académicas y políticas. A condición de matizar mucho sus objetivos, actores y herramientas y de incardinarlos en una visión global de diversidad. Porque, como hemos sostenido en las anteriores ediciones del ICE, la cultura es un pilar vital de los objetivos del desarrollo sostenible del 2030 que, sin ella como herramienta y como perspectiva transversal de todas las políticas, está condenada a fracasar.

En esa línea, la diplomacia cultural requerida hoy por ese ambiente internacional incierto está lejos de la visión clásica de instrumento unilateral y propagandístico de los Estados-nación o de su labor promocional para la mera

exportación de productos culturales; Y, por supuesto, de una concepción omnipresente de relaciones públicas mercantiles que tiende a viciar de partida todo entendimiento entre comunidades inteligentes. Por ello hemos preferido hablar de acción cultural exterior, que engloba a todas las declinaciones citadas.

En primer lugar, esa acción requiere una posición de diálogo intercultural entre los pueblos y sus identidades, con respeto a las culturas de los otros, y no solo una visión instrumental de los propios recursos culturales nacionales. Además, debe integrarse en el seno de la más amplia cooperación horizontal y multilateral en procura de una diversidad cultural que solo puede ser global. En una época de rebasamiento y erosión del monopolio de los Estados por abajo (poderes locales, entidades del tercer sector, sociedad civil) y por arriba, (por integraciones regionales como la Unión Europea, u organismos multilaterales), la diplomacia y la acción cultural conjunta de una nación tiene que ser concebida como fruto de la integración de múltiples actores nacionales e internacionales, estatales y subestatales, públicos y privados (Fernández Leost, 2015). Finalmente, debe dirigirse al conjunto de las poblaciones foráneas y no solo a las élites y, como ocurre siempre en el mundo de la cultura, tiene por ello que ser planificada y sostenida en el medio-largo plazo, sin esperar resultados inmediatos incompatibles con el tempo lento de la difusión y empoderamiento de los bienes simbólicos en las sociedades plurales actuales.

Puesto que la diplomacia y la acción exterior cultural que la integra se basan necesariamente en la comunicación social, o dicho más simplemente, son “política comunicacional exterior” (Manfredi, 2011; Badillo, 2014), la consecución de ese cruzado mágico no era fácil en un mundo clásico caracterizado por vías de comunicación escasas entre naciones y pueblos, sometidas muchas veces a la voluble colaboración de los Estados extranjeros y de sus resortes mediáticos.

cos. Pero hoy las redes digitales y los dispositivos y aplicaciones que potencian su expansión y ubicuidad permiten un nivel de universalización del acceso a los contenidos simbólicos y de porosidad de su recepción que, bien administrados, pueden resolver satisfactoriamente esos obstáculos. A condición naturalmente de no planificarse en contradicción flagrante con sus propios principios éticos, y de no compadecerse con la diplomacia “dura” de la amenaza militar o el chantaje político y comercial que hoy siguen desgraciadamente en vigor.

La historia de la acción cultural exterior de algunas naciones emergentes, analizada ya en ocasiones por la investigación especializada, enseña las dificultades de encontrar esa aleación compleja. Bien sea por el efecto de las crisis económicas periódicas o por el giro brusco de las prioridades nacionales, o incluso por el choque entre sus esfuerzos de “poder blando” y los impulsos autoritarios de sus países; como Brasil o México, como Turquía, la India o China (Rodríguez Echevarría, 2015; Saute Torregini, Chagas y Ruiz, 2018), que muestran en su diplomacia exterior tantos éxitos fulgurantes como ruinas tempranas; y que dilapidan los esfuerzos exteiiores de largos periodos cuando se revelan las distancias entre sus proyecciones culturales y sus intereses nacionales, entre sus liderazgos regionales y sus aspiraciones de dominación. Los Estados Unidos de Donald Trump pueden ser así evaluados desde la óptica de un brusco y masivo despilfarro del capital acumulado durante décadas, con un deterioro acelerado de los esfuerzos de la diplomacia cultural de ese país para presentar una imagen amable al mundo basada en su creatividad y su potencia cultural.

Sin ir tan lejos, la acción cultural española ha gozado de periodos de modernización y lanzamiento, como en los años ochenta o la segunda mitad de los noventa (de la Riva, 2012), y etapas de regresión y deterioro como en los años de plomo de la gran crisis del siglo XXI que, desde 2010 a 2018, deterioraron la ayuda al de-

sarrollo en general (Oxfam/Intermón, 2019) y en particular la cooperación cultural exterior hasta niveles mínimos (Badillo, 2014). Más allá de los efectos puntuales de las crisis financieras, lo que destacan muchos analistas es la falta de una auténtica política de Estado en ese campo, la zigzagueante sucesión de planes e instituciones, la descoordinación sistemática entre una multitud de organismos y los diversos niveles estatales y subestatales de actuación pública, la ausencia de una estrategia consistente mantenida en el tiempo, de un modelo moderno de la diplomacia cultural y la cooperación cultural capaz de hacer frente a los desafíos del mundo actual (Badillo, 2014; Martín Zamorano, Rius-Uldemolins, 2016, Lamo de Espinosa, Badillo, 2017; Menéndez Reyes, 2018; Álvarez, 2019).

Pero, además, los retos de futuro en este ámbito para el Estado español, sus lenguas y culturas diversas se hacen más difíciles, pero también más necesarios que nunca, en su contexto internacional actual. En las vecinas África y Asia, por sus imbricaciones con la inmigración y sus exigencias de cooperación al desarrollo; Con América Latina, porque la recuperación tras la crisis de la labor en pro de ese “espacio cultural iberoamericano” (en coordinación imprescindible con el portugués y, por tanto, económica e ideológicamente, con Brasil y Portugal) se ve hoy condicionado por la irrupción de China y Rusia en ese continente y por una oleada de gobiernos neoliberales que se distancian del apoyo a la cultura (Álvarez, 2019b). La proyección y cooperación con esa cantera de creatividad que constituyen los 50 millones de habitantes de origen hispano en los Estados Unidos se ha hecho a su vez más ardua en un ambiente de exaltación de la cultura y privilegios anglo, que margina tanto al español como a sus creaciones artísticas.

Pero a la vez, la acción cultural española internacional se integra y se potencia en el seno de la de la Unión Europea que si en 2004 prácticamente apenas existía e ignoraba a Latinoamé-

rica, comienza a despegar con la creación de European National Institutes for Culture (EUNIC) en 2006, en la comunicación sobre la “Agenda Europea para la cultura en un mundo que se globaliza” (COM, 2007), la puesta en marcha del Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE) desde 2010, y especialmente la “acción preparatoria”, amplia consulta instada por el parlamento europeo en 2014 que desembocará en (Rodríguez Ponga y Sánchez Moreno, 2017). Con intervenciones puntuales y aisladas, a falta de una estrategia global y por regiones, los esfuerzos europeos no siempre tuvieron éxito como muestran los programas de cooperación audiovisual con el Mercosur, que presumían un inexistente modelo industrial semejante al europeo y un apoyo de los Estados afectados que se echó en falta en poco tiempo (Vlassis, 2016).

En particular, la puesta de largo de esta cooperación en el plano cultural comienza formalmente con la comunicación de 2016 “Hacia una estrategia de la UE para las relaciones internacionales culturales”³, que buscaba hacer de la UE un fuerte actor global, promoviendo la diversidad cultural y los derechos humanos, con una acción centrada en tres ejes principales: apoyar la cultura como un instrumento para el desarrollo social y económico sostenible; promover la cultura y el diálogo intercultural para unas relaciones de paz entre comunidades; y reforzar la cooperación sobre el patrimonio cultural.

Esta misión, integrada en la Vicepresidencia de la Unión para asuntos exteriores y de seguridad (PESC), cuyo responsable máximo en la nueva Comisión de Bruselas es ahora Josep Borrell, abarca a los países candidatos, a los vecinos de la UE, a 47 países en desarrollo e incluye al Sur de Asia, África y Latinoamérica y el Caribe, un ámbito regional especialmente importante para España en donde subsisten múltiples

asignaturas pendientes como muestran estudios recientes (Bonet y Schargorodosky, 2019).

El objetivo central de este ICE 2020 es analizar y reflexionar sobre este panorama, aportando soluciones y alternativas fundamentadas en el estudio de la realidad. Y para ello ha concitado la colaboración de expertos académicos y profesionales acreditados en el ámbito de la cultura y diplomacia cultural.

IV. APORTACIONES DEL ICE 2020: DE LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR A LA FICCIÓN SERIAL

El ICE, 2020 ha colocado el foco en la acción cultural exterior de España, con un dossier realizado coordinadamente entre cinco autores, todos ellos acreditados expertos en este ámbito y con una amplia obra anterior de investigación. El conjunto de estos textos compone una mirada rica y llena de iniciativas y propuestas sobre el presente y el futuro de nuestra proyección cultural internacional. Todos ellos han hecho un esfuerzo añadido de actualización al contexto y el impacto de la pandemia viral y económica de los últimos meses.

El cuaderno inicial sobre esta temática está compuesto por:

- Irene Aláez (Universidad Complutense) disecciona los conceptos diversos empleados en este campo, para analizar la multiplicidad de sus actores, especialmente la constelación de organizaciones de la administración pública, y sus déficits de coordinación efectiva. Concluye la imperiosa necesidad de un marco de trabajo conjunto y una hoja de ruta común.
- Mariano Martín Zamorano (Universidad de Barcelona) examina la evolución del paradigma de la diplomacia cultural y su transformación por la multiplicidad de actores y las mutaciones de la comunicación digital. Sobresale el pa-

3. Joint Communication to the European Parliament & the Council. Towards and Eu Strategies for International cultural relations”. Bruselas, 8-6-2016. JOIN(2016) 29 FINAL.

pel de las grandes ciudades en esa línea, y el uso de las redes sociales, Twitter especialmente) por las instituciones públicas volcadas hacia el exterior.

- Juan Luis Manfredi (Universidad de Castilla-La Mancha) aborda el papel de los contenidos culturales e informativos en la red como agentes de la cooperación cultural. Las industrias culturales y creativas, incluidos en ellas los medios públicos de comunicación, encuentran ahí una función acrecentada en medio de la internacionalización y en el seno del ecosistema global que componen los medios digitales.
- José Andrés Fernández Leost (Universidad Complutense) estudia la acción cultural española en el nuevo escenario de las estrategias y las agendas culturales exteriores de la Unión Europea que, aunque con notable retraso, se despliega en los últimos años con fuerza. Nuestra acción cultural exterior y las instituciones que se ocupan de ella como el Instituto Cervantes, pueden encontrar en ese marco notables refuerzos y sinergias.
- Finalmente, Alfons Martinell (Universidad de Girona), plantea una doble visión panorámica de la acción cultural exterior española, desde su agitada evolución histórica y en la sucesión de instituciones, programas y acciones que la han caracterizado en democracia. Se concluye la necesidad de revitalizarla y de adecuarla a los cambios notables de la sociedad española y de la arena internacional, y la urgencia de la toma de decisiones al respecto.

La segunda parte de este ICE 2020 aborda, como ya es tradicional, diversos sectores y perspectivas importantes y actuales de la cultura española, que van desde la preservación de la cultura clásica, de la formación artística de los jóvenes hasta los planes de fomento de

las artes escénicas y los desarrollos audiovisuales más recientes por el empuje del vídeo *Over The Top*. También aquí, nuestros colaboradores han intentado analizar y prever las consecuencias de la crisis vírica sobre sus ámbitos y problemáticas respectivas.

- María Ángeles Querol (Universidad Complutense) se plantea la conceptualización del patrimonio arqueológico y la historia de su gestión hasta llegar a una concepción preventiva del planeamiento urbano. Especialmente, esa sostenibilidad de la recuperación y la preservación del pasado afecta a los entornos rurales y sus recursos limitados.
- Jorge Fernández León (Fundación Municipal de Cultura, Gijón) analiza la situación y el papel de la cultura en el mundo rural, como complemento enriquecedor del dossier del ICE 2019 sobre las políticas culturales locales. En medio de la desertificación también cultural de la “España vaciada”, sobresalen iniciativas y proyectos de gran valor en la recuperación y el desarrollo integral de esas comunidades.
- Raquel Caerols (Universidad Antonio de Nebrija) pasa revista a la educación artística y, en general, a la inserción de la cultura en el *curriculum* educativo de nuestros jóvenes. La larga sucesión de leyes y planes educativos en España ha sometido así a la formación artística a un vaivén de avances y retrocesos, de cambios bruscos no siempre fundamentados ni de resultados felices, aunque los proyectos gubernamentales actuales sustentan una cierta ilusión de mejoras.
- Concepción Cascajosa (Universidad Carlos III) estudia la situación actual de la producción y distribución de la ficción audiovisual en España, desde los descensos de la cuota de taquilla del cine español en su propio mercado de salas

y la polarización extrema de sus éxitos y fracasos, hasta la revitalización de la ficción serial tanto en las cadenas clásicas televisivas como especialmente en el vídeo *on demand* y en la televisión OTT. Un relanzamiento que sin embargo ofrece luces y sombras y apela a una nueva regulación del audiovisual español.

- Arturo Rubio (Universidad de Nebrija) analiza la situación de las artes escénicas españolas desde nuevas perspectivas como el papel de los amateurs, el cierre de teatros o la crisis de las grandes ciudades como Barcelona en un entorno global. Sobre la base del agotamiento de

las políticas culturales públicas en este sector, desgrana propuestas novedosas.

- Patricia Corredor (Universidad Rey Juan Carlos) concluye del sondeo a un centenar de agentes culturales españoles una nota media del 5,1 para la situación actual de nuestra cultura. Dos preguntas de actualidad sobre la acción cultural española dan suspensos fuertes, en conjunción con algunas de las peores calificaciones concentradas en la proyección exterior de nuestras culturas. El papel de las NTIC y la diversidad en la creación y en el consumo acumulan las mejores puntuaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, J. (2019a): *Hacia un nuevo paradigma para la diplomacia cultural*, Real Instituto Elcano. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari8-2019-alvarezvalencia-hacia-paradigma-diplomacia-cultural-espanola
- ÁLVAREZ, J. (2019b): *Diplomacias culturales en español*, Instituto Europeo de Estudios Internacionales. Disponible en: <https://www.fsanmillan.es/sites/default/files/page/docs/informe-diplomacia-cultural-enero-2019.pdf>
- BADILLO, Á. (2014): *Las políticas públicas de acción cultural exterior de España*, Real Instituto Elcano. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/403edb0044639570ad11bde307648e49/EEE19-badillo-politicas-publicas-accion-cultural-exterior-espana+.pdf?MOD=AJPER_ES&CACHEID=403edb0044639570ad11bde307648e49
- BONET, L. y SCHARGODOROSKY, H. (eds.) (2019). *Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe*, Barcelona, Quaderns Gescénics. Disponible en: <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2019/09/Bonet-Scharginodorsky-eds.-2019-Retos-de-las-relaciones-culturales-entre-la-Unión-Europea-y-América-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- BUSTAMANTE, E. (2013): *La cultura en tiempos de crisis. Fuentes financieras y políticas públicas*, Documento de trabajo 12/1983, Madrid, Fundación Alternativas. Disponible en: https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/cultura_documentos_archivos/6b530de3cae4649920364a44841532c5.pdf
- DE LA RIVA, F. (2012). «En defensa de una diplomacia cultural para España», *Política exterior*, n.º 147, mayo. Disponible en: <https://www.politicaexterior.com/articulos/politica-exterior/en-defensa-de-una-diplomacia-cultural-para-espana/>
- FERNÁNDEZ ALBERTOS, J. (2018): «El impacto de la desigualdad en la democracia», en A. Penadés (coord.), *Informe sobre la democracia en España 2018*, Fundación Alternativas. Disponible en: https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/11f785ff903729011834234b4aca3e12.pdf

- FERNÁNDEZ LEOST, J. A. (2015): «Diplomacia cultural y relaciones público-privadas», *AFDUAM*, n.º 19. Disponible en: https://repositorio.uam.es/xmlui/bitstream/handle/10486/676299/AFDUAM_19_1_20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lamo de Espinosa, E. y Badillo, Á. (2017): *El Instituto Cervantes y la diplomacia cultural en España: Una reflexión sobre el modelo*, Real instituto Elcano. Disponible en: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/e0f53c81-30af-4cc9-93d3-b7b22e0d84e2/LamoDeEspinosa-Badillo-Instituto-Cervantes-diplomacia-cultural-Espana-reflexion.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=e0f53c81-30af-4cc9-93d3-b7b22e0d84e2>
- MANFREDI, J. (2011): «Hacia una teoría comunicativa de la diplomacia pública», *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV, n.º 3. Disponible en: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/27282>
- MENÉNDEZ REYES, M. E. (2018). «Diplomacia cultural: aparición del concepto y apuntes sobre el modelo de diplomacia cultural en España», *Culturas*, vol. 5, n.º 2. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/329658741_Diplomacia_cultural_aproximacion_al_concepto_y_apuntes_sobre_el_modelo_de_diplomacia_cultural_en_Espana/link/5c13e964a6fdcc494ff50a8f/download
- MONTOYA, S. (2012): «La redefinición de la diplomacia cultural en el mundo contemporáneo», *OASIS*, n.º 17, noviembre, pp. 165-202. Disponible en: <https://revistas.uxexternado.edu.co/index.php/oasis/article/view/3670/3770>
- OXFAM/INTERMÓN (2019). *La realidad de la ayuda 2019. De la década perdida a la agenda 2030*, Madrid. Disponible en: http://www.realidadayuda.org/Informe_RDA_2019_FINAL_270619.pdf
- RODRÍGUEZ ECHEVARRÍA, M. R., TAWIT KURI, M. (2015): «La diplomacia cultural de México y Turquía como instrumento de poder regional», *Cahier des Amériques Latines*, n.º 80. Disponible en: <https://journals.openedition.org/cal/4136>
- RODRÍGUEZ PONGA, R. Y SÁNCHEZ MORENO, E. (2017): «La cultura en las relaciones internacionales de la UE», *Estudios de Política Exterior*, n.º 179. Disponible en: https://www.politicaexterior.com/articulos/politica-exterior/la-cultura-en-las-relaciones-exterieores-de-la-ue/La_cultura_en_las_relaciones_internacionales_de_la UE
- SADDIKI, S. (2009): «El papel de la diplomacia cultural en las relaciones “internacionales”», *CIDOB*, n.º 88. Disponible en: https://www.cidob.org/es/articulos/revista_cidob_d_afers_internacionales/88/el_papel_de_la_diplomacia_cultural_en_las_relaciones_internacionales
- SAUTE TORREGINI, C., CHAGAS, C. Y RUIZ, C. (2018): «La diplomacia cultural en la política exterior brasileña. Un análisis comparado de dos momentos de transición matricial», *Foro Internacional*, vol. 58, n.º 1, México. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X201800100089&lng=es&nrm=iso&tlang=es La diplomacia cultural en la política exterior brasileña”.
- UNIÓN EUROPEA (2016): *Joint Communication to the European Parliament & the Council. Towards and Eu Strategies for International Cultural Relations*, Bruselas, 8 de junio de 2016. JOIN(2016) 29 FINAL.
- VЛАСИС, А. (2016): «Organizaciones regionales y diversidad cultural: La diplomacia de la Unión Europea con el Mercosur: entre la sombra de Hollywood y la acción gubernamental», *CIC*, n.º 21. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/312949806_Organizaciones_regionales_y_diversidad_cultural_la_diplomacia_de_la_Union_Europea_con_el_Mercosur_entre_la_sombra_de_Hollywood_y_la_accion_intergubernamental

ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR: DIPLOMACIA CULTURAL O POLÍTICA CULTURAL EXTERIOR

Irene Aláez Vasconcellos

El presente artículo reflexiona sobre el uso de la cultura al servicio de la diplomacia exterior, como un medio para lograr objetivos económicos o políticos y no como un fin en sí mismo. A lo largo del texto, se presentan las cuestiones que exigen la necesidad de una política cultural exterior que apoye firmemente la internacionalización de los creadores y consolide las redes de producción y distribución. Se proponen, también, algunas ideas que pueden mejorar la situación actual y conducir hacia una política exterior común y consensuada que mejore la imagen de la cultura española en el exterior. Las consecuencias del COVID 19 acentúan estas exigencias.

Palabras clave: diplomacia cultural, acción cultural exterior, política cultural, internacionalización cultural, acción cultural exterior.

I. INTRODUCCIÓN: CONCEPTOS EN LIZA

En marzo de 2020 llega a España una gran pandemia de alcance mundial. Nos encontramos ante una situación compleja con retos globales, que requiere de soluciones globales, para lo que habrá que pensar en nuevas fórmulas de gobernanza global. Para ello, desde instancias multilaterales como Unesco, Consejo de Europa, Unión Europea, deberá abrirse a esa sociedad y ser permeable a nuevas voces, consensuando sus nuevos mandatos. La historia nos demuestra cómo de las grandes crisis se sale si estamos juntos, si bien deberá reconfigurarse el papel de los Estados. Más aún cuando se trate de espacios de movilidad, pues debemos ser conscientes de que este virus ha viajado en avión de un país a otro.

Durante estos meses, las instituciones han intentado dar respuesta de protección del ecosistema cultural al tiempo que acercar la cultura a los hogares, donde el derecho a participar en la vida cultural se ha desarrollado de forma individual. Muchas de las decisiones han pasado por apostar por la digitalización de contenidos para facilitar el acceso, aunque no debemos olvidar a aquellas personas que no acceden debido a la brecha digital.

Las decisiones de hoy serán el resultado de situaciones futuras, por lo que habrá que trabajar desde ya, con el apoyo de expertos y científicos de las diferentes áreas con visiones distintas, en pensar los escenarios posibles, las medidas necesarias y las consecuencias.

Todavía están abiertas las heridas de la crisis económica de 2008, de la que se empezaba a asomar tímidamente una pequeña recuperación, pero dejando una sociedad con grandes índices de desigualdad, que va a ser la que más sufra también esta crisis y, con escasa capacidad de resiliencia. Como ya se viene apuntando desde Naciones Unidas, en los informes del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, se reconoce que durante períodos de graves crisis económicas se producen recortes económicos, pero se advierte también de que esas medidas deberán ir acompañadas previamente de un informe de impacto, pues hasta la fecha no se ha realizado con ese criterio. Además, la Experta relatora de los derechos culturales plantea la necesidad del mantenimiento del ecosistema cultural como garantía de derechos.

Recordemos el valor social de la cultura que, más allá de su dimensión económica, tiene una capacidad de transformación social, de cohesión, autoestima y pertenencia a la comunidad que nos pueden ayudar a pensar en cómo reconstruir una sociedad más justa mediante valores. Precisamente la Agenda 2030, aunque no recoja la cultura explícitamente, tiene como principal objetivo el servir para la transformación social de forma sostenible, esto es sin comprometer las generaciones futuras, y por tanto con clara vigencia actual. La cooperación cultural puede jugar un papel esencial en esos valores comunes y en la construcción de sociedades más justas de ámbito global, sobre la base de que existe una clara interdependencia con el planeta, entre individuos y entre los diversos territorios.

Como hemos observado, los cambios que se están produciendo en la sociedad globalizada y en la nueva sociedad de la información, tanto el cambio de paradigmas o procesos de producción, como la movilidad de las personas, creadores e investigadores que actúan en el ámbito internacional, condicionan las relacio-

nes internacionales en general y las relaciones culturales en particular.

En un momento de permeabilidad de las fronteras y de existencia de múltiples canales de comunicación, las instituciones que intervienen deben propiciar y favorecer esa movilidad de los creadores portadores de identidades y adaptarse a la transformación de las fronteras –físicas y virtuales– y de los centros de decisión mundial (Cubeles, 2001).

La internacionalización de la cultura pasa por el mercado y fundamentalmente por la creación y consolidación de redes de producción y distribución. Para ello deberán elaborarse políticas culturales innovadoras y flexibles e ingrávidas que se adapten al proceso de mundialización de las industrias culturales y establezcan nuevas relaciones entre el sector público y el privado para su posicionamiento en este nuevo mercado-red-internacional.

La Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural del 2001¹ y la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales del 2005² señalan que “las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados, a través de industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial”. Además de respetar sus obligaciones internacionales, cada Estado debe definir su política cultural y aplicarla utilizando los medios de acción más adecuados, ya se trate de modalidades prácticas de apoyo o de marcos reglamentarios apropiados.

1. Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural (2001).

2. Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. París, 20 de octubre de 2005.

Desde mediados del siglo XX, la diplomacia se ha ido transformando. La diplomacia clásica, a la que Gullion (1965) llamó diplomacia pública, se basaba en el principio de relación entre las élites dirigentes de los diferentes países. Posteriormente, Leonard (2009) precisó que las relaciones internacionales debían dejar de ser un artificio elitista al servicio de la alta política para convertirse en un instrumento regulador del tráfico de mercancías y de servicios nacionales en el resto de territorios, lo que suponía que pudiera ser ejercida por técnicos y profesionales y que tuviera como destino a los habitantes de los estados-mercado (Granados, citando a Leonard, 2009).

En 1986, Mitchell ya diferencia entre las relaciones culturales y la diplomacia cultural, pues mientras las primeras son descriptivas y se refieren a la iniciativa privada y a la pública, la segunda busca presentar una imagen favorable. Fernández Leost (2015), sin embargo, utiliza de forma indistinta conceptos como “diplomacia cultural”, “acción cultural exterior” y “política cultural exterior”.

La diplomacia cultural ha evolucionado hasta convertirse en la herramienta estratégica de los Estados para proyectar valores, expresiones y significados culturales e imágenes con vistas a garantizar una efectiva inserción en el orden internacional. Este concepto, está vinculado al *soft power* definido por Nye (1990). Según el autor, es la capacidad de obtener lo que se quiere seduciendo y persuadiendo a los demás para que adopten nuestros objetivos. Frente al modo tradicional de hacer política internacional, a través de una estrategia asentada en lo político, económico y militar exclusivamente, habría otro modo que pasaría por el intercambio de ideas, el conocimiento mutuo y la permanente transferencia de elementos culturales (Bound, Briggs, Holden y Jones, 2007). Si bien, en los últimos años podemos estar asistiendo a un declive del *soft power* y a la emergencia del *sharp power*, como señala Álvarez Valencia (2019),

los argumentos acuñados por Nye a partir del concepto de *soft power* han generado un paradigma de gran alcance mediático y académico.

En ese contexto, la diplomacia cultural se refiere a la fuente de poder que los gobiernos ponen en acción mediante el recurso de la cultura (y también a los valores que priman en la política interior y al modelo que se defiende en la política exterior) para ganar prestigio y obtener la confianza de los demás en las relaciones internacionales (Álvarez, 2019).

Como se señala en Informe sobre la Acción Cultural de España en el Exterior (2009), ya se ha superado la idea de que la diplomacia cultural dependa solo de los Gobiernos (Granados, 2009). “[...] la diplomacia pública deberá discurrir sobre raíles no solo estatales o gubernamentales, sino también sobre la acción libre y espontánea de las respectivas sociedades civiles, ya que muchos de los problemas persistirán si seguimos identificando el término público con estatal y gubernamental”. En ese sentido, el Cultural Diplomacy inglés afirma: “we are all diplomats now”.

En el ámbito europeo, las opiniones vertidas en los foros organizados al respecto como More Europe: External Cultural Relations, apuntan la idea de que la diplomacia clásica no responde a las necesidades actuales. La inexistencia de un discurso cultural europeo, la exclusión en los debates sobre la Europa cultural de aquellos que no hablan inglés, o la falta de interés por parte de los líderes políticos en la cultura, siendo el sector de las industrias culturales mayor que el de la industria química de toda Europa, conlleva que se cuestione la selección que realizan los diversos Estados sobre la cultura que quieren mostrar al mundo. En este sentido, Fréderic Martel (2012) cuestiona quienes deben llevar a cabo las funciones³.

3. More Europe: *External Cultural Relations Report: Beyond markets: culture and creative industries in the EU's external re-*

Si entendemos la acción cultural como el conjunto de procedimientos que involucra recursos humanos y materiales para poner en práctica los objetivos de una política cultural, la acción cultural recurre a agentes culturales previamente preparados y toma en cuenta públicos determinados, procurando establecer un puente entre este público y una obra de cultura o arte. La acción cultural puede abarcar todas las fases del sistema de producción cultural (producción, distribución, cambio y uso o consumo) (Coelho, 2009).

Ante este nuevo contexto global de transformación, se considera de gran relevancia realizar una reflexión sobre la política cultural exterior, sobre las organizaciones e instituciones de las que depende y sobre las políticas culturales en el marco internacional.

II. ELEMENTOS CRÍTICOS DEL MODELO ESPAÑOL

Las representaciones diplomáticas españolas deberían proporcionar la información y apoyos necesarios para facilitar la circulación de los agentes culturales, poniendo los servicios de apoyo diplomático y consular a su servicio tal y como si se tratase de actividad propia. Recientemente se han remitido nuevas instrucciones a las consejerías culturales de las embajadas en las que se indica el cambio de papel de la figura de “consejero cultural” que pasan de ser “programadores” a agentes o facilitadores. Esto supone un reconocimiento de la necesidad de actualización para adaptarse a las necesidades de creadores. El gran desafío ahora es conjugar la libertad de creación con los intereses y contextos políticos del país en cuestión.

Históricamente, la carrera diplomática tenía las competencias de Educación, Economía, Políticas, Consulares etc., pero con el paso del tiempo

lations. Debate del 19 de septiembre de 2012 en Ámsterdam.

han ido pasando a los ministerios sectoriales, los cuales han creado sus propias consejerías. Exteriores ha mantenido las funciones diplomáticas, consulares, de cooperación, así como las de naturaleza política y representación⁴.

En lo que se refiere a las competencias culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, es la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) la que ejerce las competencias en esta materia por delegación del Ministerio desde el año 2000⁵.

El artículo 149 de la propia Constitución Española de 1978 determina como competencias exclusivas del Estado las relaciones internacionales, la defensa del patrimonio cultural, artístico y monumental español contra la exportación y la expoliación; museos, bibliotecas y archivos de titularidad estatal, sin perjuicio de su gestión por parte de las comunidades autónomas (CC. AA.).

En lo que se refiere a las relaciones internacionales, el Tribunal Constitucional (en adelante, TC) se ha visto obligado a definirlas y darles un contorno más preciso. La sentencia 165/1994, tuvo que distinguir entre las relaciones internacionales y las actividades de proyección o relevancia internacional, estas últimas susceptibles de ser ejercidas por las CC. AA. Así, como relaciones internacionales de competencia exclusiva del Estado, se identifican las que implican la posibilidad de concertar tratados, las que inciden en la política exterior del Estado y las que generan responsabilidades internacionales.

Respecto a esa reserva del Estado, en lo que define como núcleo duro, es importante des-

4. Artículo 45 de la Ley 2/2014, de 25 de marzo, de la acción y el servicio exterior del Estado.

5. Ello se hizo mediante la inclusión de la disposición adicional tercera en la Ley de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Ley 23/1998, de 7 de julio.

tacar que ya existen materias que el TC considera que están fuera y por lo tanto pueden ser llevadas a cabo por otros organismos y CC. AA., como es el caso de la cooperación internacional. El TC estimó por sentencia de 1994, que esta no formaba parte del núcleo duro de la política exterior. Así, en la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo, se reconoce la multitud de actores que participan de la misma junto a las diversas administraciones públicas, al tiempo que consagra en su Artículo 3, como principio, que “la política de cooperación internacional para el desarrollo es parte de la acción exterior del Estado y se basa en el principio de unidad de acción del Estado en el exterior”. Aquí si se produce una coordinación de los actores, tanto en la negociación y elaboración de la política de cooperación, el Plan Director de la Cooperación Española con vigencia de cuatro años, como en la estructura de seguimiento.

Quizá este podría ser un buen modelo de coordinación, pues existe una política negociada por Estado, CC. AA. y sociedad civil que se coordina *ad intra* y debería coordinarse *ad extra*, a tenor del citado principio de unidad de acción en exterior. También se lleva a cabo de forma similar en otros espacios como en las políticas de innovación, se negocia una misma hoja de ruta y es ejecutada conjuntamente entre Estado y CC. AA. Esa misma coherencia ha sido la recomendada para la ejecución de las políticas públicas en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la generación de alianzas.

Respecto al ámbito cultural, el grado de competencia que en último término corresponde al Estado y a las CC. AA. deberá ser delimitado por la interpretación que de aquella realiza el Tribunal Constitucional teniendo en cuenta que, como se ha reconocido, la materia posee un inevitable grado de indeterminación que exige ser clarificado caso por caso (Sentencia 125/1984).

En 1978, la Constitución Española (art.149) trasfiere las competencias a las CC. AA., por lo que no existe una política cultural estatal, pero el Gobierno central se reserva por la atribución esencial la misma. Se trata este de un aspecto esencial del tema que abordamos, pues si la cultura es una competencia asumida por la mayoría de las CC. AA., a través de sus respectivos estatutos de autonomía y el Estado, a través del artículo 149.2 de la CE de forma residual mantiene esa atribución, resulta evidente que si este proyecta la cultura al exterior, lo haga a través de los espacios y productores de cultura del territorio, por lo que se hace necesaria la actuación conjunta entre los órganos del Estado encargados de la proyección internacional y las estructuras autonómicas y locales. Y quizás atender a lo que algunos han descrito como “geometría euclíadiana, según la cual dos líneas paralelas por mucho que se prolongan nunca llegan a un punto de convergencia”. En este sentido, Esteve (1986) concluye “se trataría no tanto de situar una línea divisoria, sino de encontrar un punto más próximo a la idea de capacidad que de competencia”.

Tampoco debemos obviar que, según las estadísticas del Ministerio de Cultura, el 90% del gasto público destinado a cultura en el Estado español procede del ámbito local, y que, por ejemplo, los centros de creación de gestión municipal son los principales actores de la producción cultural⁶.

Por lo que, si nos situamos en esa proyección internacional, el Gobierno central, las CC. AA. y las ciudades en un contexto internacional parece lógico que aparezca un escenario de descoordinación. Autores como Martín y Ulldemolins (2015) trazan una nueva imagen en la que se dibuja un escenario federal, si bien parece que no ha concluido con una segunda

6. <http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/gasto-publico/resultados-gasto-publico.html>

fase de coordinación o concierto entre las CC. AA. y el Estado.

En el modelo español encontramos diversos agentes que intervienen en el exterior y, como veremos a continuación, cada uno de ellos tiene su estructura, prioridades, transversales, su personal, o su propio presupuesto. Por ello existe descoordinación, fragmentación de la imagen de España, solapamiento de funciones, duplicidad de acciones, aumento del gasto público... lo que es visible tanto en España como en el exterior.

Esta situación ha llevado a diversos intentos de coordinación desde los años noventa. Ejemplos son la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Culturales, creada en 1997, como órgano delegado del Gobierno para la coordinación e impulso de la política cultural. O la mesa de coordinación, creada en 2004, a partir de una metodología de trabajo que favoreciese las sinergias entre actores. Posteriormente se suscribió un convenio entre el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y el Ministerio de Cultura, de fecha 19 de noviembre de 2009, por el que se establece una Estrategia Reforzada para la Promoción de la Cultura Española en el Exterior, por el que se crea una Comisión de Trabajo Conjunta, que inicia el Plan de Acción Cultural. El pasado año se aprobó el Plan de Acción Cultural Exterior, un plan que ya se presentó hace años para simbolizar la tregua entre los Ministerios de Cultura y de Exteriores por tan deseada competencia, y que se ha recuperado hace un año, si bien se trata de un Plan que hasta el momento no ha desarrollado su ejecución ni desplegado sus efectos, pues debía concretar estrategias sectoriales y regionales (García, 2011). En 2019 los Ministerios de Asuntos Exteriores y de Cultura presentaran por primera vez y de manera conjunta la previsión y planificación de las acciones de sus Ministerios (Ruiz, 2019).

En las tendencias observadas en el análisis comparado de políticas culturales exteriores

de la UE, se observa que gran parte de los Estados atribuyen la dirección y coordinación de las políticas culturales exteriores a sus respectivos Ministerios de Asuntos Exteriores, muchos de ellos con organismos autónomos e instituciones dependientes de dichos ministerios y del Ministerio de Cultura. Existen instituciones de difusión de la lengua y la cultura como el Goethe Institute, con presupuesto del Ministerio de Asuntos Exteriores pero dependiente del Ministerio de Educación alemán y con una autonomía destacable, o el Bristish Council, que aglutina a la vez los centros educativos y potencia la internacionalización de sus eventos nacionales e industrias.

Respecto al Estado francés, que resulta la gran potencia cultural, hay que señalar que en el año 2009 planteó una reforma de su sistema de acción cultural exterior, reforzando el papel del Ministerio de Asuntos Exteriores a través de Culture France, con el fin de evitar la dispersión y tomando como referente en el modelo del Instituto Cervantes, al considerarlo como el gran instrumento de la diplomacia cultural. Recientemente todo se concentra desde la Direction générale de la mondialisation, de la culture, de l'enseignement et du développement international⁷.

Otros países de lenguas “minoritarias” se han centrado en una fuerte presencia de sus culturas y, en muchos casos, para ello han creado agencias con instrumentos ágiles de apoyo a sus creadores para favorecer el intercambio, residencias, movilidad, producción de proyectos en centros internacionales. Véase el caso de la finlandesa Finish Funds for International Exchange (FRAME), la Suiza ProHelvetia, IAS-PIS (Suecia), El Foro Cultural de Austria o las holandesas Mondrian Foundation y SICA (Ser-

7. <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/missions-et-organisation-62169/organigramme-de-l-administration-centrale/article/direction-generale-de-la-mondialisation-de-la-culture-de-l-enseignement-et-du>

vice Center for International Cultural Activities). Existen otras especializadas en música como Music Export Denmark o algunas que engloban turismo, comercio exterior como Sweeden.s.

III. LAS MÚLTIPLES INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

Una constelación de organizaciones públicas se dedica al tema desde el Gobierno central (gráfico 1 y tabla 1).

Según el Real Decreto 632/1987, de 8 de mayo, la organización de la Administración del Estado en el exterior se traduce en las funciones asignadas de fomento de las relaciones amistosas y desarrollo de las relaciones eco-

nómicas, culturales y científicas. (art 12.e). En el caso de traspasar las competencias al Ministerio de Cultura, el propio texto recoge “las Agregadurías y Consejerías sectoriales mantendrán su actual dependencia funcional de los Ministerios con competencia sectorial a lo que corresponde su organización interna y dotación presupuestaria, así como su inspección técnica y control, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 8 y de las competencias que corresponden al Ministerio para las Administraciones Públicas en materia organizativa. La Administración del Estado puede establecer instituciones y servicios en el extranjero, sin carácter representativo, para el desarrollo de sus actividades sectoriales. Correspondrá autorizar su establecimiento al Consejo de Ministros, previo informe del Ministerio de Asuntos Exteriores”.

Gráfico 1. INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

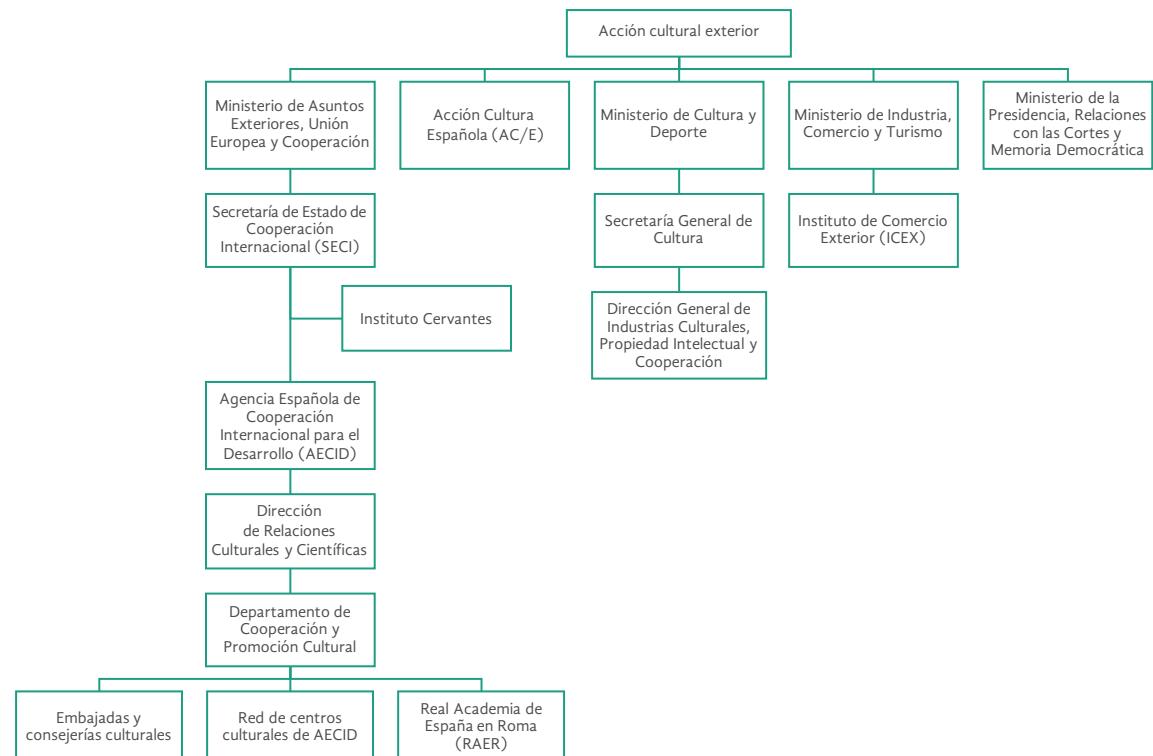


Tabla 1. INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

| | Competencias | Facultades de la SECI |
|--|--|--|
| Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y de Cooperación | Dirección de la política exterior y de la de cooperación internacional para el desarrollo, de conformidad con las directrices del Gobierno y en aplicación del principio de unidad de acción en el exterior | <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar, gestionar y ejecutar las políticas públicas de cooperación cultural para el desarrollo • La gestión de los servicios culturales de la AECID • La cooperación en el ámbito de la capacitación de capital humano. • La cooperación universitaria y científica al desarrollo ya se llevaban a cabo desde los años veinte, pero se tiene constancia del programa estable desde 1940 • Las relaciones y convenios internacionales en el ámbito cultural y Científico, como en 1953 la entrada de España en Unesco • Diplomacia Científica, Tecnológica y de Innovación (DCTI). |
| Organismos adscritos a la SECI | Competencias | Configuración |
| Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID) | <ul style="list-style-type: none"> • La planificación y evaluación de las relaciones exteriores de España en el ámbito de la cultura, la ciencia, la tecnología y el medio ambiente, con otros países y con organismos internacionales • La coordinación de las relaciones exteriores de España con los diferentes departamentos ministeriales y otras Administraciones y entidades públicas y privadas, en los ámbitos mencionados • La preparación, negociación y propuesta de acuerdos y convenios internacionales, la organización de las comisiones mixtas que los desarrollan en el ámbito de sus competencias y la gestión de las acciones derivadas de ellos • El aseguramiento y coordinación de la presencia institucional de España en los organismos internacionales de carácter cultural o científico | <ul style="list-style-type: none"> • 13 centros culturales constituidos como Unidades de Cooperación en el Exterior • 6 centros asociados con participación local y presencia en 16 países (15 latinoamericanos más Guinea Ecuatorial) • 1.000.000 de visitantes anuales |
| Instituto Cervantes Creado por Ley (Ley 7/1991 de creación del Instituto Cervantes y regulado bajo el Real Decreto 1526/1999, de 1 de octubre) | <ul style="list-style-type: none"> • Promover universalmente la enseñanza; el estudio y el uso del español y fomentar cuantas medidas y acción contribuyan a la difusión y la mejora de la calidad de estas actividades • Contribuir a la difusión de la cultura en el exterior en coordinación con los demás órganos competentes de la Administración del Estado • En sus actividades, el Instituto Cervantes atenderá fundamentalmente al patrimonio lingüístico y cultural que es común a los países y los pueblos de la comunidad hispanohablante | <ul style="list-style-type: none"> • 86 centros • 45 países por los cinco continentes • 2 sedes en España, la sede central de Madrid y la sede de Alcalá de Henares |
| Real Academia en Roma Creada en 1873 | Contribuir a la formación artística y humanística de creadores, restauradores e investigadores, con la finalidad derivada de lograr una mayor presencia cultural española en Italia, un mejor entendimiento de las culturas de ambos países y una mayor vinculación cultural entre Europa e Iberoamérica | Es una institución de la Administración General del Estado en el exterior Dependiente funcional y orgánicamente del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, a través de la SECI- Dirección de Relaciones Culturales y Científicas integrada en AECID, a la que corresponde su superior dirección y se regula por sus disposiciones específicas |

| | | |
|---|---|---|
| Ministerio de Cultura y Deporte | <p>Promoción, protección y difusión del patrimonio histórico español, de los museos estatales y de las artes, del libro, la lectura y la creación literaria, de las actividades cinematográficas y audiovisuales y de los libros y bibliotecas estatales, así como la promoción y difusión de la cultura en español. El impulso de las acciones de cooperación cultural y, en coordinación con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, de las relaciones internacionales en materia de cultura, como la presencia en el Consejo de Ministros de la Unión Europea, Unesco, etc.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Conferencia sectorial y grupos de trabajo-COMICA. Consejo Estatal de las Artes Escénicas y de la Música o el Consejo de Patrimonio Instrumentos como las ayudas a la traducción, las becas Hispanex o las Culturex en Representaciones en el exterior o en Centros Internacionales como Pompidou o Jeau du Paume de París, National Gallery de Washington o Tate Modern de Londres <p>ICAA: mantiene relaciones institucionales tanto en un plano multilateral –con el Consejo de Europa, la Unión Europea y la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica– Además de la participación en órganos de decisión de instituciones europeas e internacionales como Europa Creativa, Eurimages, el Consejo Ejecutivo del Observatorio Europeo del Sector Audiovisual, la Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica (CACI), Ibermedia, European Film Promotion, o la European Film Agency Directors (EFAD)</p> |
| Acción Cultural Exterior (ACE) (En su consejo de administración, representantes del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y de Cooperación y del Ministerio de Cultura y Deportes y Hacienda) | <ul style="list-style-type: none"> Promocionar y difundir las diversas realidades culturales de España dentro y fuera de nuestras fronteras Articular los proyectos de las diferentes CC. AA. e instituciones culturales en todo el territorio nacional Promover proyectos que impliquen a creadores, científicos e industrias culturales y creativas en el exterior siguiendo las directrices geográficas del Plan de Acción Cultural en el Exterior (PACE) | <ul style="list-style-type: none"> Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE): movilidad/visitantes Organización de actividades culturales y coproducción internacional, conmemoraciones Exposiciones internacionales |
| ICEX (Adscrito a la Secretaría de Estado de Comercio Exterior dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) Real Decreto 6/1982 como Instituto Nacional de Fomento de la Exportación (INFE), adoptó su actual denominación en 1987 | <ul style="list-style-type: none"> Incrementar la base de empresas que se inician en la internacionalización, vía exportación o inversión Facilitar a las empresas el máximo aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores, impulsando los nuevos factores de competitividad empresarial Mejorar el conocimiento e imagen en el exterior de los bienes y servicios españoles Impulsar la cooperación institucional para la internacionalización con los organismos de promoción exterior de las CC. AA., las asociaciones sectoriales, el Consejo Superior de Cámaras y las Cámaras de Comercio, los distintos órganos de la Administración General del Estado y otras instituciones | <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Moda, Hábitat, e Industrias Culturales y una Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027 Sounds From Spain: ICEX -INAEM, AIE, SGAE, ARTE, -PROMUSICAE -UFI Icex Influencer Icext Next |

| | |
|-------------------------|---|
| Otros organismos | <p>Fundación Carolina: que promueve las relaciones culturales y la cooperación educativa y científica entre España y el resto de la Comunidad Iberoamericana.</p> <p>La red de casas (Casa América, Asia, África, Árabe, Sefarad-Israel y Mediterráneo) como instrumento de diplomacia pública en cuyas programaciones se incluyen actividades de carácter cultural, científico y económico</p> |
|-------------------------|---|

En relación a la coordinación territorial con las CC. AA., aunque desde el Ministerio se realiza un trabajo de comunicación continuado, esto no se traduce en programas conjuntos de trabajo. Además, la Conferencia Sectorial no resulta el espacio más efectivo, ni se reúne con frecuencia, solo dos veces al año. El 10 de julio de 2017, se aprobó un nuevo Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Conferencia Sectorial de Cultura, para adaptarlo a la Ley 40/2015, que incluye el cambio de denominación de la Comisión Sectorial. Existen grupos de trabajo creados para abordar cuestiones específicas, por lo que podría constituirse una sobre política cultural exterior, tal y como se ha configurado la Conferencia interterritorial de cinematografía y audiovisual-COMICA.

El pasado mes de mayo se llevó a cabo una reestructuración del Ministerio de Cultura, cuya Subdirección General de Cooperación cultural desaparece en tanto que sus competencias pasan a integrarse en la Subdirección General de Promoción de las Industrias culturales⁸.

Por otro lado, en el marco de acción del Ministerio de Asuntos Exteriores, durante el periodo de pandemia desde la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas se ha lanzado para todas las Embajadas y Centros

Culturales el “Programa Ventana” que pretende dar visibilidad de forma virtual a instituciones y creadores nacionales, creando un repositorio de contenidos. Además, se han realizado propuestas formativas en formato webinar y otras en colaboración con PlataformaC. Otra de las fórmulas de colaboración ha sido apoyando iniciativas como Frena la Curva, especialmente en la región centroamericana y, se han repartido más de 5000 kits culturales en Honduras.

En el caso de la Sociedad estatal ACE, también ha optado por la digitalización de contenidos de forma que sus exposiciones se están produciendo con herramientas de realidad virtual. Si bien lo más destacable es el apoyo al sector más vulnerable de la producción cinematográfica, mediante una convocatoria de financiación por valor de un millón de euros en colaboración con la plataforma Netflix, la Academia del Cine y el ICAA. Otras convocatorias del Programa PICE también han incorporado modificaciones para poder desarrollar programas de visitantes mediante encuentros virtuales.

Respecto a los grandes acontecimientos internacionales, como son la Expo 2020 de Dubái y la Feria del Libro de Fráncfort, han sufrido modificaciones en las fechas programadas, retrasándose a 2021 la fecha de inauguración de la Expo Universal y a 2022 la presencia de España como país invitado en la Feria de Fráncfort.

8. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-4860

IV. CONTENIDOS DE LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

Desde hace un tiempo, se plantea si España está presente en los circuitos internacionales bajo la pregunta de si existe el arte español fuera. Diferentes actores al frente de instituciones culturales españolas y comisarios argumentaron motivos por los que la presencia de artistas españoles en el exterior no es del todo fuerte: España tiene grandes eventos, pero **hay un gran déficit de reconocimiento internacional del artista español, aunque sí existe una amplia presencia de comisarios españoles que están trabajando fuera de España (Espejo, 2011)**. El problema también está en casa y se insta a las autoridades a presentar buenos proyectos en los eventos internacionales, pues el pabellón español rara vez está en las mejores críticas. España se ha situado fuera de la corriente latina adoptada por las grandes instituciones americanas –como el MoMA– y de la europea, como sí lo han hecho Bélgica y Reino Unido. **Se considera que la búsqueda del reconocimiento internacional está, de antemano, condenada al fracaso porque es siempre académica y acomodaticia** y las soluciones pasan por reforzar la debilidad estructural.

La cultura española que se conoce no responde a su contemporaneidad, sino que sigue reforzando la presencia de artistas como Murillo, Velázquez, Zurbarán... (Pulido, 2018) aunque conviven con casos aislados como el fenómeno de Rosalía o Almodóvar-Banderas, que pueden responder al refuerzo de la imagen más tradicional ya construida durante años junto con el etiquetado de ese producto latino, como en su día se hizo con la literatura hispanoamericana (Muñoz, 2019). El proceso de transformación que ha vivido nuestro país en los últimos 30 años ha cambiado radicalmente el perfil de España. El propio texto del PACE recoge que “la acción cultural exterior permitirá proyectar una imagen de España acorde con la realidad”. Sin embargo, la imagen que se tie-

ne de la sociedad española en algunos lugares responde más a estereotipos del pasado, pues es un hecho conocido que a veces las imágenes tardan más en cambiar que la realidad que las sustenta. Por lo que podríamos apuntar que la apuesta por la creación contemporánea, por su carga simbólica, supondría la actualización de la imagen país a su propia contemporaneidad sin abandonar la tradición.

Desde hace varios años han surgido voces críticas sobre las formas de relación en el marco de la cooperación cultural, debe destacarse el papel de la gestión cultural que apuntan Inch (2014), Pao de la Vega (2020) o Yúdice (2012) desde los países en los que se actúa, o cómo desde las redes internacionales se proponen nuevas formas de gobernanza en la triangulación, situando en el centro de la toma de decisiones a los socios del sur.

V. PROPUESTAS: CONSTRUIR ESPACIOS COMPLEMENTARIOS

El análisis que se ha planteado pretende situar la ambivalencia de dos modelos contrapuestos: el de la diplomacia cultural y el de la política cultural exterior, que pueden llegar a ser complementarios, pues si bien no parece que vaya a abandonarse esa diplomacia cultural, en la que la cultura se encuentra como un elemento de la política exterior, si se avanzara hacia una política cultural exterior que atendiera a lo que ocurre en los espacios internacionales de creación, se conseguiría mejorar la presencia de los creadores en ámbito internacional.

Algunas propuestas:

1. **Evaluuar la acción cultural exterior que se desarrolla en la actualidad** para conocer los verdaderos resultados y así poder establecer nuevos objetivos. Para ello es preciso conocer los recursos que se destinan, ya sean organizativos, económicos, los pro-

- gramas de los diferentes agentes implicados, etc.
- 2. Iniciar un diálogo y establecer un marco de trabajo conjunto.** Debemos señalar que la política cultural exterior, que hasta la fecha no dispone de ese marco, pues no se ha elaborado una política cultural específica, negociada con los diferentes agentes; para ello deberán acortarse las distancias entre la creación y los agentes que la configuran con los de la administración, estableciendo las prioridades geográficas, detectando las necesidades reales y los instrumentos más eficaces.
 - 3. Trabajar sobre una hoja de ruta común en la que se definan y afloren las prioridades de cada uno de los sectores,** y se imbriquen otras estrategias para determinar la participación en aquellos eventos de mayor interés, los procedimientos y criterios de selección de comisarios, proyectos, acciones, así como en la selección de los puestos de dirección de las instituciones, atendiendo así a las buenas prácticas invocadas por los profesionales y la sociedad civil. No se trata de copiar modelos extranjeros, sino de diseñar uno propio a raíz del conocimiento. A partir de ahí se podrá dibujar una hoja de ruta común con la distribución de recursos necesaria, reforzando aquellos puntos geográficos que lo precisen, tanto con profesionales en los diversos ámbitos como con agendas a largo plazo.
 - 4. Favorecer el tránsito por parte del Estado a los gestores, creadores y producciones** de la red de centros de creación y producción para generar alianzas con otros espacios internacionales. Al frente de esos centros se encuentran profesionales con conocimientos específicos y criterios válidos para programar las diferentes actividades que posteriormente pueden ser exportadas a otros centros extranjeros. Además, mediante el trabajo conjunto, se lograría la presencia de los profesionales en redes internacionales (tanto redes europeas como IETM, On The move, We are More, como en las redes profesionales como IKT).
 - 5. Facilitar la información de las oportunidades laborales de ámbito internacional y abrir los concursos de las grandes instituciones españolas al talento exterior,** para ello deberá dotarse de independencia y no estar sujetas a los cambios políticos ni a sus tiempos.
- En relación a la profesionalización, se vislumbra que aquellos espacios dirigidos por profesionales especializados, obtienen mejores resultados por lo que se propone que se refuerzen los puestos de dirección y gestión por personal cualificado para ello con conocimientos y experiencia en la materia, así como una actualización en los cuerpos del Estado pues intervienen funcionariado de la carrera diplomática, economistas del estado o técnicos comerciales, o los cuerpos facultativos de conservadores de museos, archivos y bibliotecas. Además de contar con la colaboración para el análisis de contexto de profesionales locales.
- Tal y como se ha comentado anteriormente, se observa que los países en los que la lengua no es la manifestación cultural central, cuentan con agencias especializadas ágiles, que sirven de apoyo a esa movilidad internacional de sus creadores, por lo que se propone:

6. **Especializar a Acción Cultural Española/ACE** como agencia cultural con agilidad y flexibilidad. Esta, podría asumir la gestión de eventos internacionales de carácter cultural como son la Bienal de Venecia de Arte y Arquitectura, reforzando la misión cultural de la entidad y dotando de la agilidad y medios necesarios para conseguir los mejores resultados, con selección mediante concurso en el marco de las buenas prácticas para la dirección del mismo y la selección de los contenidos.

En la actualidad, debido a las competencias con las que cuenta ACE tras la fusión de las sociedades estatales de las que proviene, cabría cuestionar si se trata de un proyecto cultural o bien de imagen país, al tener encomendada la gestión de Pabellón Español de las Exposiciones Internacionales y Universales (aprobada por el BIE). Para ello, deberían analizarse los instrumentos de promoción cultural y de diplomacia pública de los países del entorno y sus resultados, pues en la mayoría de los casos aparecen figuras claramente diferenciadas y en algunos supuestos, modelos de colaboración público-privada.

7. **ICEX y España Global** se sugiere que atiendan a las características específicas del sector o subsectores, y que se aproximen a los instrumentos que puedan derivarse de la escucha con el propio sector, véase el Consejo Nacional de las Artes Escénicas y de la Música o las asociaciones representativas de la industria, como se ha realizado con Sounds From Spain y podrían evaluarse la creación, la producción y distribución, reconociendo su contribución económica-simbólica, y sus peculiaridades intrínsecas.

Más allá de la iniciativa, arrancada pero no ejecutada, del Plan Nacional de Acción Cultural Exterior, que se materializa en una comisión de seguimiento o grupo de trabajo político-institucional y de ámbito estatal y que, sin duda, refleja la voluntad para mejorar la coordinación entre agentes públicos de ámbito nacional que intervienen, pero resulta escasa al no incorporar al sector y seguir sometida a las prioridades de la política exterior.

8. **Realizar una coordinación técnica permanente**, con el fin de lograr la **estabilidad y memoria del trabajo realizado**, compartiendo información, agenda y aunando esfuerzos, al tiempo que se defina claramente en todos los extremos, la actuación de cada entidad implicada y sus funciones de forma separada con el fin de evitar duplicidades.
9. **Reforzar la Conferencia Sectorial de Cultura**, espacio donde se articulan, o podrían articularse las relaciones de cooperación entre la Administración General del Estado y las CC. AA., particularmente en lo relativo a la definición de las grandes líneas de la política cultural. Esto no resultará eficaz, salvo que de forma voluntaria, a través de la creación de una comisión o grupo de trabajo específico, se establezca como espacio de trabajo conjunto para la internacionalización de la cultura y se abran canales de comunicación permanente para su salida al exterior, a través de figuras como la Delegación de Gobierno, dependientes del Ministerio de Política Territorial y Función Pública, encargado de las relaciones con las CC. AA. y las entidades que integran la administración local.

10. Analizar los diferentes programas presupuestarios existentes, con el fin de asignar a la acción cultural exterior aquellos propios de la misma y contar con otros referidos a la imagen país para tales fines.

En los próximos años, en los que se perciben ya las devastadoras consecuencias ocasionadas por la COVID-19, las Administraciones públicas e instituciones deberán trabajar en el objetivo de estructurar un ecosistema cultural estable, atendiendo a las características específicas e incorporando quizá la gestión del riesgo como práctica de las políticas culturales. Deberá analizarse la situación real de los diversos sectores y buscar fórmulas para lograr una mayor competitividad en ámbito internacional.

En estos momentos de reconstrucción, en los que está prevista la llegada de fondos desde el ámbito europeo, deberían canalizarse de forma adecuada para poder llegar incluso a estructuras de pequeñas dimensiones. Se trata así de una oportunidad de adaptación del modelo a las necesidades reales (gastos de estructura, fomento del asociacionismo, incorporación de criterios de impacto social, etc.).

11. Observar tendencias que están ocurriendo en las propias instituciones culturales. Como el boom internacional que se ha producido hacia la descolonización o giro decolonial en museos como el MNCARS con la idea de sudaquizar el museo y demás exposiciones y actividades o en Matadero, el trabajo llevado a cabo desde el Centro de Residencias Artísticas, con programas como Conciencia Afro (De Diego, 2018). También en el exterior:

el MOMA⁹, con actividades sobre los pueblos originarios o la llegada del Sur al citado museo con las exposiciones y sus colecciones apuntalan esta tendencia que podemos encontrar en las citas artísticas recientes como la Bienal de Berlín 2018: *We don't need another hero*, con un equipo curatorial al completo africano, con Gabi Ngobobo al frente o la Bienal de Sydney 2020¹⁰, centrada en la otredad y en los pueblos originarios. Este año PHotoEspaña, con Elvira Dyangani Ose de comisaria, que toma de partida el libro *Contra la raza*. Elvira Dyangani es comisaria al frente de *The Showroom* de Londres. Más ejemplos como la Bienal de Sao Paulo 2020, *Hace oscuro más yo canto* o la Trienal de Sao Paulo, con tres comisarios afro-brasileños (Thiago de Sousa, Diane Lima y Beatriz Lemos), por último, Sonsbeek 2020, con Bonaventura Soh Bejeng Kdikung al frente como director artístico. Estamos asistiendo a una movilización social de carácter mundial en la defensa de diversos colectivos, como el movimiento *black lives matter*, manifestaciones feministas, LGTB, etc., que el Estado no puede ignorar pues responde al reflejo del avance de la sociedad.

9. <https://www.moma.org/calendar/events/5224>

10. <https://www.biennaleofsydney.art>

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, J. (2019): *Hacia un nuevo paradigma para la diplomacia cultural española*. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/lengua+y+cultura/ari8-2019-alvarezvalencia-hacia-paradigma-diplomacia-cultural-espanola
- BOUND, K., BRIGGS, R., HOLDEN J., Y JONES, S. (2007): *Culture is a Central Component of international relations. It's time to unlock its full potential*, Londres, Demos-Cultural Diplomacy.
- COELHO, J. (2009): *Diccionario crítico de política cultural*, Barcelona, Editorial Gedisa.
- Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, París (2005).
- CUBELES, X. (2012): *Políticas culturales y el proceso de mundialización de las industrias culturales*.
- DE DIEGO, E. (2018): «El blanco no es un color», *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2018/12/06/babelia/1544117792_758016.html
- Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001).
- ESPEJO, B. (2011): «¿Existe el arte español fuera de España?». Disponible en: <https://elcultural.com/Existe-el-arte-espanol-fuera-de-Espana>
- FERNÁNDEZ LEOST, J. (2015): «Diplomacia cultural y relaciones público-privadas», *Anuario de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Madrid*, n.º 19.
- GALINDO VILLORIA, F., GRANADOS MARTÍNEZ, P. Y GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, R. (2009): *Informe sobre la acción cultural de España en el exterior*, Fundación Autor.
- GARCÍA, J. (2011): «La cultura española tiene un plan», *ABC*. Disponible en: https://www.abc.es/cultura/abcm-cultura-espanola-tiene-plan-201104060000_noticia.html
- MARCO, E. Y OTERO, J. (2012): *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura: un enfoque práctico*, Editorial Arial.
- MARTÍN, L. Y ULDÉMOLLINS, J. (2015): «Cultura y federalismo», *La Vanguardia*. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20151121/30298967309/federalismo-cultura.html>
- MITCHELL J. M. (1986): *International Cultural Relations*, londres: Allen & Unwin.
- MUÑOZ, A. (2019): «Rosalía y Almodóvar impulsan la creatividad española», *El País*. Disponible en: https://cincodias.elpais.com/tag/rosalia_vila/a
- NYE, J. (1990): *Foreign Policy. No. 80, Twentieth Anniversary*.
- Organigrama de la administración central. Diplomacia de Francia. Ministerio de Europa y Asuntos Exteriores. Disponible en: <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/missions-organisation/organigramme-de-l-administration-centrale/>
- PARDO, J. (1986): «Competencias del Estado y de las comunidades autónomas en materia de cultura (Comentario a la reciente jurisprudencia del Tribunal Constitucional)», *Autonomies. Revista catalana de derecho público*, n.º 4.
- PULIDO, N. (2018): «El arte español, un ilustre embajador de la Marca España en el mundo», *ABC*. Disponible en: https://www.abc.es/cultura/arte/abci-arte-espanol-ilustre-embajador-marca-espana-mundo-201802120131_noticia.html?ref=https://www.google.com/
- RUIZ, J. (2019): «Borrell y Guiarao escenifican paz en la estrategia de acción cultural exterior», *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2019/01/24/actualidad/1548344344_436298.html
- VICH, V. (2014): *Desculturar la cultura, repensar las políticas culturales*, Siglo XXI Editores.
- YÚDICE, G. (2002): *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona, Editorial Gedisa.

NUEVOS ACTORES DE LA DIPLOMACIA CULTURAL: CIUDADES, SOCIEDAD CIVIL, RRSS Y ENTORNO DIGITAL

Mariano Martín Zamorano

La diplomacia cultural española ha evolucionado desde un sistema articulado en torno a los Ministerios de Asuntos Exteriores y de Cultura, a una estructura institucional donde gobiernos locales y Comunidades Autónomas poseen una gran relevancia. Esta política ha dado lugar a la conformación de distintos esquemas de gobernanza sectorial y público-privados, que persiguen alcanzar objetivo identitarios, de desarrollo social o empresariales específicos. Este capítulo analiza este complejo entramado, sus múltiples líneas de acción y sus principales plataformas digitales, desde una perspectiva constructivista orientada a evaluar la capacidad de este sistema para canalizar las necesidades y demandas territoriales del sector cultural español y proponer medidas de mejora en un contexto marcado por la actual pandemia global.

Palabras clave: diplomacia cultural, España, actores sociales, paradiplomacia urbana, diplomacia cultural digital.

I. LA DIPLOMACIA CULTURAL: DEFINICIONES Y MODELOS

La diplomacia pública define a las relaciones que se establecen entre los Gobiernos y las personas en el extranjero (Mannheim, 1994). Consiste principalmente en acciones comunicativas, como campañas televisivas en medios extranjeros o grandes eventos de proyección internacional, destinadas a generar un interés exterior positivo sobre una nación (Leonard, 1997). La diplomacia cultural es generalmente situada como la mayor subárea de la diplomacia pública (Mark, 2009). Denominada así en los años sesenta, esta política posee diversos enfoques, reflejados en sus distintos modelos nacionales (Wyszomirski, Margaret, Burgess,

Christopher y Peila, 2003). Se la ha definido como el intercambio oficial de ideas, información y otras formas del patrimonio cultural entre los países y sus poblaciones con el fin de “promover el entendimiento mutuo” (Cummings, 2003, p. 1) o favorecer el “interés nacional”, tan difícil de definir” (Arndt, 2008, p. 31).

En la actualidad, la diplomacia cultural se caracteriza por la multiplicación de los actores intervenientes a diversas escalas y desde todos los niveles de Gobierno (Mesado i Jardí, 2008). Esta política asume una compleja relación con la acción cultural doméstica. Por ejemplo, es posible encontrar numerosas actividades diseñadas como parte de la diplomacia cultural que se formalizan en territorio de origen, como la

exhibición de fotografías *After September*, inaugurada en Nueva York y que recorrió 60 países (Kennedy, 2003). En este impreciso espacio de acción, sujeto a la agenda exterior de los Estados, participan tanto los Gobiernos de una nación como sus empresarios, artistas o emigrados. De hecho, un registro de la actividad cultural exterior de creciente importancia es la llamada paradiplomacia cultural, consistente en la acción cultural internacional de los Gobiernos regionales y locales (Zamorano, Mariano Martín y Rodríguez Morató, 2014).

Se trata por lo tanto de un ámbito tan extenso en sentido práctico, como difuso en lo teórico (Topić, Martina y Sciortino, 2012). Sin embargo, cabe considerar que los Gobiernos priorizan como representación internacional un conjunto de bienes y de actividades artísticas, intelectuales y culturales considerados distintivos y facilitan su difusión exterior. Dichas políticas de intercambio cultural exterior, enmarcadas en una estrategia concreta, pueden ser definidas como (para)diplomacia cultural en un contexto histórico determinado.

Entre los diversos elementos influyen en los modelos de diplomacia cultural, se encuentran sus orientaciones históricas nacionales –más intervencionista y centralista en el caso francés y más delegada (*arm's length*) en el inglés– o la base productiva de cada territorio en el ámbito creativo; hoy muy determinada por la COVID-19, por ejemplo, en la capacidad de los Gobiernos de promover megaeventos artísticos como estrategia de proyección internacional. Las tendencias de la diplomacia cultural se encuentran prescritas asimismo por ciertas racionalidades políticas prevalentes durante las últimas décadas, dando lugar a esquemas de gobernanza más corporativistas o más abiertos a la participación social. Incluyen perspectivas más instrumentales y propagandistas, como aquellas centradas en la generación del llamado poder blando o en el uso de la cultura como soporte de la marca territorial (*branding*), y

otras de tipo constructivista, que sitúan los valores y bienes culturales como fines primarios de la acción política (Villanueva 2007).

II. LA DIPLOMACIA CULTURAL EN ESPAÑA DESDE LA TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA

La descentralización de la administración pública ocurrida durante la transición democrática se manifestó también en la pronta diversificación del aparato de acción cultural exterior a nivel estatal y subestatal. En la misma línea, esta política abandonó paulatinamente la agenda centralista y racista de la diplomacia cultural franquista, basada en el concepto de la hispanidad¹ (Delgado Gómez-Escalona, 1991).

En 1977 se constituyó el Ministerio de Cultura, que pasó a ser un actor importante para la política cultural exterior. La diplomacia cultural amplió sus destinos, y expandió sus canales de cooperación cultural bilateral. Otra innovación de este periodo es la aparición de una línea estratégica de relaciones exteriores centrada en la cooperación cultural para el desarrollo (Huguet, 2010). La misma, dirigida fundamentalmente hacia Latinoamérica, suplantó al previo proyecto hispanista. En este marco, en 1988 se creó la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), a cargo de la red cultural española en Iberoamérica.

Durante la tercera legislatura socialista (1989-1993) y tras el ingreso del país en la Comunidad Europea, se estableció una nueva agenda internacional tendiente a transformar la imagen de España y a desarrollar su economía. En 1991 fue creado el Instituto Cervantes (IC), que fue dotado de un perfil flexible en el modo de proyección del patrimonio nacional, aunque con un acento en la promoción de la

1. Este concepto define Latinoamérica como un espacio sociopolítico evangelizado y civilizado por el Imperio español y que se haya caracterizado por su unidad histórica y religiosa.

lengua castellana y en la cultura española producida en este idioma (Noya, 2003). Con esta impronta, se ocuparía de la difusión artística, lingüística y patrimonial en cinco continentes y en los países americanos fuera del ámbito de la AECID (14 centros).

Ya en el siglo XXI, la política exterior española se ha caracterizado por una cierta inestabilidad, en el marco de las diversas aproximaciones que los distintos gobiernos socialistas y populares le imprimieron. Durante el segundo mandato de gobierno del PP (2000-2004), la política cultural internacional fue reorientada hacia la diplomacia económica y de marca (Sánchez Mateos, 2001). Se crearon tres sociedades estatales con este fin, para Exposiciones Internacionales (2000), Acción Cultural Exterior (2001), y Conmemoraciones Culturales (2002). También se lanzó el proyecto de diplomacia pública Marca España dominado por un centralismo hispanista en la diagramación de sus actividades culturales (Huguet, 2010; Rius Ulldemolins, Joaquim y Zamorano, 2015).

Desde 2004, la acción cultural exterior del Gobierno socialista dio un nuevo vuelco hacia la cooperación cultural, aunque manteniendo su proyecto de *nation branding*. No obstante, en el marco de las políticas de austeridad que prosiguieron a la crisis financiera del 2008, se dispuso la reconfiguración y racionalización del sistema. El Ministerio de Cultura y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (MAEC) se disputaron entonces el control de las competencias y los recursos de la promoción exterior (Ruiz Mantilla, 2008), resolviéndose en favor del MAEC en el año 2010. Entonces se elaboró el Plan Nacional de Acción Cultural Exterior (PACE) y fue creada Acción Cultural Española (AC/E), entidad con participación del Ministerio de Cultura (MEC) y del MAEC, que fusionó las tres sociedades preexistentes.

Tras las elecciones anticipadas de 2011, en el marco del nuevo gobierno del PP, se estableció la Dirección General de Medios y Diplomá-

cia Pública en el Ministerio de Exteriores (BOE de 31 de diciembre de 2011) y se bloqueó del Plan Nacional de Acción Cultural Exterior (Fernández Leost, 2012). El relanzamiento del proyecto de Marca España coincidió con una profundización del proceso de reducción de la diplomacia artística y científica, así como la cooperación cultural al desarrollo (De Benito, 2012).

Actualmente, la diplomacia cultural depende, en gran parte, del MAEC al que se ha vinculado el Alto Comisionado para la Marca España, el IC y la AECID. Por otro lado, se halla el Ministerio de Cultura y Deporte (MCD) que actúa en la política cultural exterior desde diversos departamentos y también desde equipamientos culturales como el Museo del Prado o el Museo Reina Sofía. Asimismo, encontramos la mencionada AC/E, que cuenta con intervención de ambos ministerios. Por último, se encuentran el ICEX, que posee un área dedicada a la exportación de la industria cultural española, y otros organismos autónomos públicos o agencias público-privadas. El PSOE, actualmente en el Ejecutivo, ha destacado la necesidad de desarrollar la diplomacia cultural. En el contexto del COVID-19, la estrategia apuesta por la diplomacia cultural digital, por ejemplo, mediante la “digitalización de los Cervantes alrededor del mundo”².

III. EL ROL DE LOS ACTORES SUBESTATALES: LAS CIUDADES

En las últimas décadas, las ciudades no solamente se han consolidado como actores culturales de primer orden a nivel territorial, sino que asumieron un papel estratégico en la acción cultural internacional (Harvey, 1989; Zamora-

2. Véase: https://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2020/noticias/visita_ministra_AA_EE.htm (visitado el 27 de junio de 2020).

no y Rodríguez Morató, 2014). La creciente internacionalización del consumo y la producción culturales y la importancia brindada al *branding* urbano en los proyectos de la ciudad creativa (Vanolo, 2015) son algunos de los factores que han influido en este fenómeno.

En el caso español, si bien las relaciones internacionales son una competencia del Gobierno central (art. 149.1.3 de la CE), tanto el marco constitucional como el modelo de acción exterior establecido desde 1978 han sido propicios para el desarrollo de la política exterior de las ciudades y regiones (Pérez González, 1986). Sobre la base de sus amplias competencias en cultura y de una gradual apertura por parte del Tribunal Constitucional en la interpretación del Art. 149 (Sarmiento Méndez, 2010), los Gobiernos autonómicos y locales fueron estableciendo mecanismos propios de política cultural internacional (Galindo Villoria, Granados Martínez y Gutiérrez del Castillo, 2009).

En este escenario, diversas ciudades han desarrollado instrumentos institucionales y programas específicos en la política cultural internacional. A continuación, analizaremos brevemente la política cultural exterior de cuatro ciudades con esquemas de gobernanza, grados de desarrollo y orientaciones muy desiguales: Barcelona, Sevilla, Valencia y Bilbao.

1. La paradiplomacia cultural de Barcelona

Un caso paradigmático de paradiplomacia cultural local en España corresponde al Ayuntamiento de Barcelona (Zamorano y Rodríguez Morató, 2014). Sus inicios, durante el gobierno del PSC (1982-1997), coinciden con los preparativos de los juegos olímpicos de 1992. En 1988 el Ayuntamiento creó Olimpiada Cultural S.A. (OCSA), una asociación público-privada que organizó un ambicioso programa de actividades con proyección internacional (Moragas i Spa, 2008). El proceso internacionalizador

vinculado al proyecto de regeneración urbana olímpico, daría lugar a diversas transformaciones en el llamado Modelo Barcelona de políticas culturales, inicialmente caracterizado por la inclusión social.

Desde 1995, el Instituto de Cultura de Barcelona (ICUB) asumió un rol central en la política cultural internacional. Este organismo fue diseñado por un equipo abocado a obtener la nominación Barcelona como la Capital Europea de la Cultura 2001. Desde su área dedicada a la promoción internacional, ha intervenido en proyectos como el Fórum de las Culturas (2004) o en diversas líneas de promoción de la industria cultural a nivel internacional. Caracterizado por una marcada articulación multínivel, el ICUB ha colaborado activamente con otros Gobiernos estatales, con organismos como el ICEX y con entidades internacionales, como Unesco. También ha sido clave en el establecimiento de proyectos internacionales como la Agenda 21 de la Cultura.

El modelo de internacionalización de la ciudad, inscrito en el proyecto de la ciudad creativa asumido en las décadas previas, se encuentra actualmente cuestionado. La coalición liderada Barcelona en Comú ha perseguido reorientar dicho proceso hacia el desarrollo de la cultura local (Rius Ulldemolins y Gisbert, 2018).

2. La paradiplomacia cultural de Sevilla

Sevilla es otra de las ciudades españolas situadas como marca internacional que ha desarrollado estrategias específicas de proyección cultural exterior. Desde la Expo de 1992, su patrimonio artístico e histórico, incluido el flamenco, han ganado aún mayor relevancia para la consolidación internacional de la imagen de Andalucía y del conjunto del Estado (Marzo, 2005). La ciudad es, asimismo, un polo de la industria editorial y audiovisual regional. Sobre esta base, sucesivos gobiernos del PSOE en el Ayuntamiento (1999-2011) propiciaron

la designación de Sevilla como la primera Ciudad de la Música en el contexto de la Red de Ciudades de la Unesco (2006), y del flamenco como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad (2010).

El Instituto de la Cultura y de las Artes (ICAS) de la ciudad, creado en 2005, ha venido afianzando su carácter internacionalizador, con particular énfasis en el ámbito musical y la industria cultural en general (ICAS, 2016). Así, ha establecido diversos ciclos o programas internacionales como el Ciclo Sevilla Piano Internacional o la promoción exterior de la Academia de Música Antigua de la Universidad de Sevilla (AMANT).

La colaboración entre el Ayuntamiento y los organismos estatales de diplomacia cultural ha sido habitual. Por ejemplo, AC/E apoyó, a través de PICE, el Festival de Cine Europeo de Sevilla 2019 organizado por el ICAS. Además, el festival Monkey Week –entre otros eventos– ha contado con la colaboración de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior y de AC/E, para realzar su tarea internacionalizada (AC/E 2017).

3. La paradiplomacia cultural de Valencia

Desde el Gobierno del PP (1991-2015), el Ayuntamiento de Valencia desplegó una estrategia de *branding* cultural y de proyección exterior basada en los grandes eventos internacionales y nuevos equipamientos culturales (Linheira, Rius-Ulldemolins y Hernández, 2018). Dicho proceso tuvo en la Ciudad de las Artes y las Ciencias, inaugurada en 1998, un eje central. Pero el Ayuntamiento también participó en la organización de eventos como la America's Cup (2007, 2009) y el campeonato mundial de automovilismo de Fórmula 1 (desde 2008). Esta política cultural exterior de orientación emprendedora sería articulada con el proyecto de Marca España a inicios del siglo XX (Marzo, 2005).

No obstante, la Concejalía de Cultura del Ayuntamiento ha venido focalizando su actividad en sus recursos locales, incluidas la gestión de los museos, bibliotecas y patrimonio popular de la ciudad. Por otro lado, recientemente ha apostado por un modelo orientado a proyectar la cultura de base mediante una rearticulación de la política local con los ámbitos autonómicos y estatales. En 2016, tras asumir el nuevo Gobierno de la Comunidad Valenciana liderado por el PSOE, el área de cultural diseñó un Plan de Internacionalización de las Industrias Culturales y Creativas y estableció contactos con el IC, el Institut Ramon Llull (IRL) y AC/E (Viñas 2016). En este marco, el Ayuntamiento de la ciudad, liderado por Compromís, coorganizó acciones como las I Jornadas Internacionales de las Artes Escénicas de Valencia, con el apoyo de AC/E.

4. La paradiplomacia cultural de Bilbao

La política cultural de la ciudad de Bilbao ha estado marcada en las últimas décadas por el proyecto internacionalizador liderado por los gobiernos del PNV. La creación del Museo Guggenheim (1997), determinó un giro hacia el modelo de la ciudad creativa en sus políticas culturales (Martínez de Albeniz, 2012). En la actualidad, el Museo continúa siendo uno de los espacios centrales de proyección exterior a nivel autonómico (Cultura, 2019, p. 4). En este sentido, la política cultural exterior ha perseguido afianzar la marca urbana en mercados clave.

Al igual que Barcelona, el Ayuntamiento, que se adhirió a la Agenda 21 de la Cultura en 2005, posee una activa participación en foros internacionales, incluidos Eurocities o la Red de Ciudades creativas de la Unesco, entre otras. También ha sido participado de forma continua en la colaboración interregional, por ejemplo, mediante el Proyecto de Cooperación Transfronterizo Pyrenart. Cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, persigue fomentar la internacionalización de las y

los profesionales de las artes escénicas del territorio pirenaico (España, Francia y Andorra).

El área de cultura del Ayuntamiento también ha desarrollado otros mecanismos de internacionalización a nivel local, como la promoción del arte mural de la villa, que incluye obras de por artistas de relevancia internacional. En 2019, el Gobierno municipal (PNV y PSE) aprobó su Estrategia de Acción Internacional 2030. Propone potenciar el desarrollo económico y social mediante los activos culturales de la ciudad con proyección global, en línea con el modelo de la ciudad creativa.

IV. LOS ACTORES SOCIALES: ORGANIZACIONES CIVILES Y DIÁSPORAS

La diplomacia cultural española ha contado históricamente con una dinámica participación de la sociedad civil y de las diásporas (Lida, 2019). Por un lado, la política cultural exterior neocolonial promovió, desde el siglo XIX, la lengua y la ciencia españolas mediante la promoción de distintas asociaciones en el exterior, particularmente en Latinoamérica (Delgado Gómez-Escalonilla, 1991). Por otro lado, los movimientos nacionalistas gallego, catalán y vasco tuvieron una dinámica acción cultural internacional, creando espacios para sus comunidades en terceros países.

Los proyectos de acción cultural exterior se han transformado profundamente en las últimas décadas. Como parte de estas iniciativas encontramos diversos mecanismos y ámbitos de relación entre museos, artistas, elencos o empresas culturales con las Administraciones públicas. Estas relaciones abarcan tanto la diplomacia civil y sectorial en el territorio español como la diplomacia de diáspora en el extranjero, y pueden ser agrupadas en cuatro ejes.

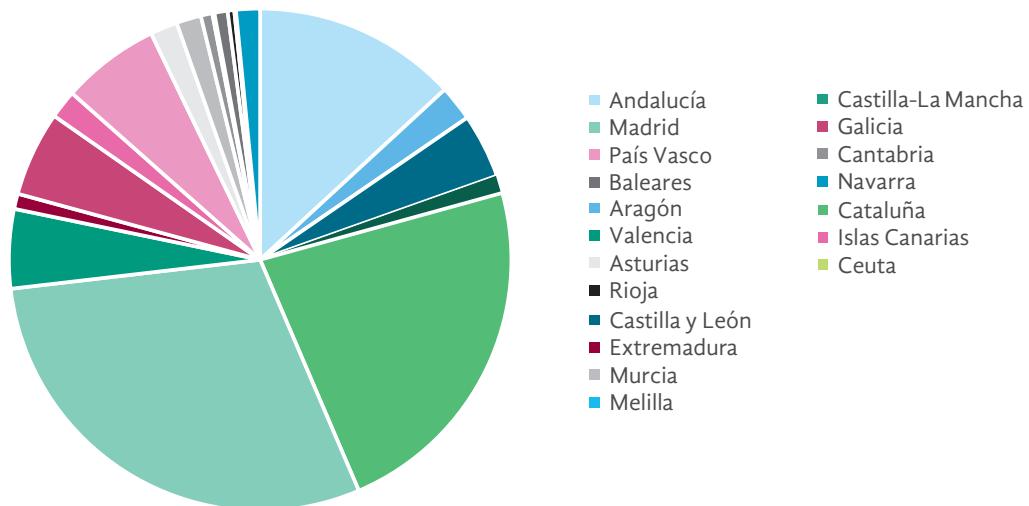
En primer lugar, existen una serie de asociaciones y proyectos de internacionalización de las culturas autonómicas, que son desarro-

llados en cada territorio bajo una impronta de proyección y protección identitaria. En este marco, encontramos una activa participación social del tejido militante e interesado en la consolidación de la imagen nacional en el extranjero (Zamorano 2016). También se inscriben aquí aquellas organizaciones orientadas al fortalecimiento del patrimonio, principalmente mediante la promoción de la lengua, pero también de las artes. En el caso catalán, por ejemplo, esto abarca un amplio tejido de instituciones que han colaborado con la Generalitat catalana, incluyendo el PEN Català, Patronat Cat Món o UNESCOCAT.

En segundo lugar, se encuentran múltiples empresas y organizaciones no gubernamentales, que agrupan artistas, mediadores culturales o intelectuales, y cuya actividad internacionalizadora se establece bajo una racionalidad vinculada al desarrollo sectorial. Aquí también se enmarca un amplio abanico de estructuras que persiguen proyectar las artes o el patrimonio desde una perspectiva social o corporativa. Estas entidades se encargan de difundir obras, equipamiento y buscan atraer consumidores culturales. También establecen mecanismos para la proyección de la industria cultural en mercados extranjeros siguiendo criterios colectivos con marca territorial.

Los actores y entidades que integran estas redes alcanzan un desigual grado de articulación con las administraciones públicas. Desde 2014, el Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE) de AC/E apoya financiera y logísticamente a las empresas y artistas españolas mediante financiación para visitantes y movilidad exterior. Un análisis de la distribución territorial de todas las ayudas asignadas a la movilidad exterior entre 2014 y 2019³ nos permite observar cómo las mismas

3. Disponible en <https://www.accionculturalpice.com/pice-cm/dinamica/distribucioncandidatos.html> (visitado el 13 de enero de 2020).

Gráfico 1. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS AYUDAS PICE A LA MOVILIDAD EXTERIOR (2014-2019)

Fuente: elaboración propia sobre la base de PICE.

se condensan principalmente en las comunidades autónomas (CC. AA.) de Madrid (1114), Cataluña (861) y Andalucía (495), seguidas por Galicia, País Vasco, Valencia y Castilla y León (por encima de las 150 ayudas) (gráfico 1). Esta distribución de recursos posee una cierta correlación con la densidad poblacional de cada CC. AA. y con aquellos territorios con una mayor producción industrial. No obstante, también releva claras asimetrías en la inclusión sectorial en diversos territorios del país.

En tercer lugar, encontramos diversas entidades no gubernamentales desarrollando acción cultural internacional desde una perspectiva de cooperación cultural al desarrollo. Diplomáticos, gestores culturales o artistas, encuentran un espacio de acogida en el histórico proyecto español en este ámbito. Se vinculan activamente con la AECID, pero también con las agencias de cooperación internacional de diversas CCAA –como la andaluza o la vasca–, con diputaciones y Gobiernos locales. Esta orientación de la diplomacia cultural se corresponde con dinámicas específicas de inserción

territorial en el exterior, frecuentemente más abocadas a la participación social local. Bajo esta impronta, en 2019 la AECID financió⁴, por ejemplo, el Centro Cultural Parque de España en Rosario (Argentina) o el Instituto Nicaragüense de Cultura Hispánica.

Finalmente, los actores de la diáspora representan una dimensión fundamental de la política cultural exterior actual. Asociaciones de flamenco, collas de *diablos* o clubes literarios son algunos de los organismos que agrupan históricamente a los españoles. La significativa emigración de la última década ha dado lugar a una renovación generacional de estos espacios que también presentan nuevas demandas. No obstante, cabe señalar que la incidencia de la política cultural exterior en aquellas ciudades donde no existe representación consultar ni del IC/ AECID es limitada. Se basa en el Programa de

4. Subvenciones de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Real Decreto 390/2019, de 21 de junio.

Lengua y Cultura Española y en las subvenciones que reciben las asociaciones españolas por parte del Ministerio de Empleo y la Seguridad Social (regulada en la Orden ESS/1613/2012), para fomentar la cultura nacional. Por otro lado, diversas CC. AA. han utilizado sus instrumentos históricos para vincularse a dichas poblaciones, incluyendo el Servicio de Promoción de las Comunidades Gallegas de la Xunta de Galicia, la política catalana con dichas comunidades regulada mediante en el Estatuto de autonomía de 2006, o las ayudas a las de la Junta de Andalucía a las comunidades andaluzas asentadas en el exterior. El escaso relevo generacional y la limitada actualización programática de estos espacios históricos han sido los principales problemas afrontados por las administraciones en su relación con ellos.

V. DIPLOMACIA CULTURAL DIGITAL: PAPEL Y SITUACIÓN EN ESPAÑA

En 2015 el Parlamento Europeo señaló el papel estratégico de la diplomacia cultural digital para el desarrollo del poder blando de la UE⁵. Esta línea siguió los lineamientos establecidos el mismo año por el Plan de Diplomacia Digital desarrollado por el MAEC. La necesidad de acompañar las actividades y eventos artísticos y culturales con una estrategia online, destacada para la acción cultural española (Exteriores, 2017), se ha visto reforzada debido a la actual pandemia mundial.

La diversidad de actores públicos y privados mencionados en el apartado anterior, desarrolla sus propios soportes de promoción virtual en red junto con la administración pública. En este apartado presentaremos una breve etnografía digital destinada a enmarcar el sistema

de la diplomacia cultural digital. Primeramente procesamos los últimos 600 tuits⁶ publicados por las cuentas del IC, la AECID y AC/E al 15 de enero de 2020. El examen de la actividad *online* de las principales instituciones del sistema de diplomacia cultural nos ha permitido visualizar los ejes de su estrategia comunicativa y sus prioridades programáticas y sus transformaciones recientes. En la tabla 1 se observa una intensa actividad del IC y la AECID, que posee una dinámica interacción con sus seguidores.

Tabla 1. CUENTAS EN TWITTER DE IC, AECID Y AC/E, SEGUIDORES, RETUITS Y LIKES

| Cuenta | Seguidores (miles) | Media de retuits | Media de likes |
|----------------|--------------------|------------------|----------------|
| @InstCervantes | 210 | 8,9 | 20,13 |
| @AECID_es | 51,3 | 5,4 | 14,1 |
| @ACECultura | 25,4 | 3,4 | 6,9 |

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la orientación comunicativa y discursiva de cada cuenta, en el gráfico 2 podemos advertir cómo, mientras el IC se centra en la cultura en español y en la proyección del patrimonio literario o artístico nacional, AECID posee un perfil marcadamente social, donde la cultura se vincula transversalmente a su labor de cooperación en diversos campos, como el ecológico o de género. Finalmente, AC/E presenta un enfoque más operativo y vinculado a la proyección de la cultura española desde una perspectiva sectorial.

Al analizar las cuentas en Twitter de los dos organismos de proyección lingüístico-cultural más importantes de las CC. AA., el IRL y el Instituto Etxepare (IE) (tabla 2), se observa que @IRLlull y su impacto son cercanos a los de AC/E, en cambio el IE posee un perfil más modesto.

5. Véase comunicación del Parlamento: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2015:434:FULL&from=DE> (visitado el 16 de enero de 2020).

6. Utilizamos el *software* de Twitter analytics Burrd.

Gráfico 2. VEINTE HASHTAGS Y PALABRAS MÁS UTILIZADOS EN EL TWITTER DE IC, AECID Y AC/E



Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. CUENTAS EN TWITTER DE IRL E IE, SEGUIDORES, RETUITS Y LIKES

| Twitter | Seguidores (miles) | Media de retuits | Media de likes |
|-------------|--------------------|------------------|----------------|
| @IRLlull | 18,5 | 3,6 | 9,5 |
| @etxepareES | 1,6 | 0,8 | 1,7 |

Fuente: elaboración propia.

Como se observa en el gráfico 3, ambas cuentas exhiben una naturaleza nacional, centrada en la proyección y protección lingüística, la promoción de grandes festivales o ayudas, y en el intercambio con otras naciones subestatales.

Gráfico 3. VEINTE HASHTAGS Y PALABRAS MÁS UTILIZADOS EN EL TWITTER DE IRL E IE



Fuente: elaboración propia.

En términos de redes, mientras los 10 tags más frecuentes del IC corresponden a personajes reconocidos de la cultura en castellano, como Ismael Serrano o Almudena Grandes, AC/E mantiene un vínculo más activo con el Ministerio de Cultura. Las cuentas de las delegaciones culturales en el exterior interactúan de modo asiduo con @InstCervantes y @AECID_es, aunque en función de su carácter nacional. Del mismo modo, las cuentas subestatales analizadas se articulan principalmente con actores e instituciones regionales o pares subestatales.

Más allá de las instituciones oficiales, muchas organizaciones del tercer sector cultural,

artistas o empresas con proyección global promocionan internacionalmente su actuación en clave nacional o territorial. Iniciativas como Dance From Spain, desarrollada por la Federación Estatal de Asociaciones de Compañías y Empresas de Danza (FECED), se desarrollan como instrumentos específicos de diplomacia cultural digital. Se trata de un catálogo *online* de compañías y espectáculos españoles que fue establecido en 2012. La iniciativa ha sido apoyada por la AECID y el Instituto Cervantes, entre otros organismos. La cuenta de Dance From Spain en Twitter tiene a AC/E entre sus tres cuentas más vinculadas en el periodo analizado.

La diplomacia cultural digital se ha convertido en un instrumento crucial para esta política en el contexto actual. Las instituciones públicas están buscando canalizar la mermada actividad artística en vivo mediante sus redes virtuales. Una referencia sobre el impacto del COVID-19 en este sentido es el aumento de la actividad en Twitter entre abril y junio de 2020. Mediante un análisis en Twopcharts⁷ de los tuits emitidos por @InstCervantes, @AECID_es y @ACECultura desde 2018 hasta 2020, se advierte un incremento exponencial en el último trimestre. En el caso de AECID, va de 161 tuits en junio de 2018 a 195 en junio de 2019 y 1900 en el mismo mes de 2020. AC/E sigue un patrón similar, con 3329 tuits en junio de 2020, 354 en junio de 2019 y 390 en junio de 2018. Solo el IC muestra un incremento de la actividad menor, con 520 tweets en junio de 2020 y una media bianual de 364.

VI. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La diplomacia cultural española se ha estructurado de modo fragmentario. Las dinámicas de colaboración y conflicto entre el MEC, MAEC, las CC. AA. y diversos gobiernos locales y los

acentos de los distintos Gobiernos populares y socialistas en la política cultural exterior han marcado la proyección simbólica del país en el extranjero. En este sentido, cabe destacar la dependencia constitutiva, normativa y administrativa de esta actividad en relación con el sistema de política cultural territorial.

Nuestro breve repaso por el rol de las ciudades en la paradiplomacia cultural evidencia, primeramente, una cierta asimetría en su desarrollo institucional. Mientras algunas ciudades, como Barcelona, han otorgado una mayor autonomía a la acción internacional, otras la han desarrollado con menor sistematicidad o como un eje transversal a la política cultural local. También se evidencian ciertas diferencias en el modelo de proyección internacional y en el grado de articulación de la gobernanza vertical de esta política. Estas diferencias se explican por diversos factores como las desigualdades en la base sociocultural de cada urbe, el carácter nacional de algunas CC. AA. analizadas o sus políticas de la ciudad creativa, incluyendo estrategias como los grandes equipamientos o los eventos espectaculares. Mientras que la proyección lingüística ha quedado más sujeta a la paradiplomacia autonómica, las ciudades se han orientado más decididamente hacia la creación y la marca urbana.

Una multiplicidad de actores sociales participan de este entramado de la diplomacia cultural. Organizaciones que actúan bajo lógicas sectoriales, nacionalistas o de cooperación al desarrollo en el extranjero han ido afianzando redes específicas de cooperación. Ciertas transformaciones sociales y políticas recientes han dado lugar a su rearticulación. Por un lado, la nueva emigración, el envejecimiento de las comunidades históricas en el exterior y las nuevas tecnologías han puesto en cuestión el modelo de relación entre las administraciones y los emigrados. Por otro lado, localmente, se advierte una creciente demanda internacionalizadora por parte de las empresas y artistas, que sufrieron los recortes posteriores al año 2012. Este

7. Véase: <https://twopcharts.com/>

fenómeno se ha visto parcialmente abordado por AC/E que está reenfocando su actividad debido al COVID-19 aunque sus ayudas hayan estado relativamente centralizadas en Madrid y Barcelona. Las distintas redes que integran la diplomacia cultural comparten ciertas orientaciones discursivas y se articulan asimismo en torno a determinados nodos. En este sentido, nuestra etnografía digital revela una cierta atomización de la proyección cultural digital determinada por factores nacionales y de mercado y una aceleración de la diplomacia digital en los últimos meses debido a la coyuntura actual.

Con el fin de abordar este escenario, se proponen los siguientes nueve medidas políticas desde un enfoque constructivista y federalista:

1. Gobierno central

1. Fomentar la federalización de la acción cultural exterior mediante una reactivada Conferencia Sectorial de Cultura –con participación de ambos ministerios (MAEC y MCD)–, con el fin de incrementar los espacios y formas de cooperación intergubernamental, priorizando las demandas sociales y sectoriales.
2. Desarrollar estrategias para resolver el problema de la centralización del soporte a la internacionalización cultural en Madrid, Sevilla y Barcelona, como la segmentación del PICE y otros programas de apoyo a la internacionalización artística en función de cuotas provinciales.

Estrategias multinivel:

3. Apoyar a las artistas, emigrados y otros actores de la diáspora mediante estrategias diversificadas en el extranjero. Mapear el esquema multinivel de representación cultural exterior –consulados, centros, acciones– en todos los países. Sobre esta base,

ampliar y reconfigurar la atención consular y el servicio cultural a los ciudadanos en el exterior, integrando asimismo mecanismos de las CC. AA. y *online* con este fin.

4. Potenciar el rol de AECID e IC, así como de sus redes exteriores, en su relación directa con comunidades españolas y no españolas en el exterior.
5. Incrementar los recursos de la diplomacia digital de todos los organismos de diplomacia cultural, con una estrategia coordinada y una agenda a largo plazo.
6. Desarrollar un programa de formación de recursos humanos en diplomacia cultural española, en colaboración entre CC. AA., ciudades y organismos del Estado.

2. CC. AA. y Gobiernos locales

Establecer mecanismos participativos y *bottom up* para la definición y el diseño de los programas de internacionalización local y regional.

Utilizar la cercanía de los Gobiernos locales y regionales en relación con los actores culturales como dispositivo de identificación de necesidades y coordinación política. Crear Consejos autonómicos de política cultural internacional, con representación de las Consejerías de Cultura y agencias de acción exterior subestatales, así como Gobiernos locales, entidades sociales y sectoriales.

Dinamizar la membresía de nuevas ciudades a la Agenda 21 de La cultura –reproducido las experiencias de Telde y Sant Cugat del Vallés⁸– y utilizar dicha red como mecanismo de cooperación cultural internacional.

8. Lista completa de ciudades miembro españolas disponible en: <http://www.agenda21culture.net/who-we-are/members> (visitado el 2 de febrero de 2020).

BIBLIOGRAFÍA

- AC/E (2017): *Memoria Anual 2016*. Madrid.
- ANTÓN SARMIENTO MÉNDEZ, X. (2010): «Acción Exterior Autonómica y Parlamentos Territoriales: Recapitulación a La Luz de La STC 31/2010, de 28 de junio», *Anuario de La Facultad de Derecho de Ourense-2010*, pp. 433-60.
- ARNDT, R. (2008): ¿Cultura o propaganda? Reflexiones sobre medio siglo de diplomacia cultural en Estados Unidos.
- CUMMINGS, M. (2003): *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Washington, D.C., Center for Arts and Culture.
- DE BENITO, E. (2012): «La cooperación exterior española se desploma en caída libre». *El País*, 22 de febrero de 2012.
- DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, L. (1991): «Acción cultural y política exterior la configuración de la diplomacia cultural durante el régimen franquista (1936-1945)», Universidad Complutense de Madrid.
- FERNÁNDEZ LEOST, J. A. (2012): «Acción cultural exterior: informe de situación para el sistema español. La balsa de piedra». *Revista de Teoría y Geoestrategia Iberoamericana y Mediterránea*, n.º 1, pp. 1-12.
- GALINDO VILLORIA, F., GRANADOS MARTÍNEZ, P. Y GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, R. (2009): *Informe sobre la acción cultural de España en el exterior*, Madrid, Fundación Autor.
- HARVEY, D. (1989): «From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism», *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, vol. 7, n.º 1, pp. 3-17.
- HUGUET, M. (2010): «La acción cultural exterior de España en la primera década del siglo XXI», *Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea*, santander, Universidad Carlos III de Madrid.
- ICAS (2016): *Documento Base Políticas Culturales*, Sevilla, Ayuntamiento de Sevilla.
- KENNEDY, L. (2003): «Remembering September 11: Photography as Cultural Diplomacy», *International Affairs*, vol. 79, n.º 2, pp. 315-326.
- LEONARD, M. (1997): *Britain: Renewing Our Identity*, Londres, Demos.
- LIDA, M. (2019): «Variaciones sobre la hispanidad a la luz de 1939. La Institución Cultural Española de Buenos Aires, entre el falangismo y el exilio republicano», *Historia*, vol. 52, n.º 2, pp. 471-89.
- LINHEIRA, J., RIUS-ULLDEMOLINS, J. Y HERNÀNDEZ, G. M. (2018): «Política cultural, modelo de ciudad y grandes infraestructuras culturales: análisis comparativo de La Cidade Da Cultura de Santiago de Compostela y La Ciutat de Les Arts i Les Ciències de Valencia», *RIPS*, vol. 17, n.º 1, pp. 153-78.
- MANNHEIM, J. (1994): *Strategic Public Diplomacy & American Foreign Policy*, Nueva York, Oxford University Press.
- MARK, S. (2009): *A Greater Role for Cultural Diplomacy*, Institute of International Relations, Países Bajos: Clingendael.
- MARTÍNEZ DE ALBENIZ, I. (2012): «La política cultural en el País Vasco: del gobierno de la cultura a la gobernanza cultural», *RIPS*, vol. 11, n.º 3, pp. 149-71.
- MARZO, J. L. (2005): *Política cultural del Gobierno español en el exterior (2000-2004)*.
- MESADO I JARDÍ, Á. (2008): *Els Ens Subestatals i La UNESCO. Els Casos de Catalunya i El Quebec*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.

- MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES (2017): *Informe anual de aplicación de la estrategia de acción exterior 2016*, Madrid.
- MORAGAS I SPA, M. (2008): *La Olimpiada cultural de Barcelona en 1992: luces y sombras. Lecciones para el futuro*, Barcelona, Centre d'Estudis Olímpics UAB.
- NOYA, J. (2003): «Luces y sombras de la acción cultural exterior», *Real Instituto Elcano*, n.º 66, pp. 1-7.
- OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2019): *Internacionalización de la cultura*. Donostia.
- PÉREZ GONZÁLEZ, M. (1986): *La acción exterior del Estado y las autonomías: desarrollos en la práctica estatutaria. Cursos de Derecho Internacional de Vitoria Gasteiz*, País Vasco, Universidad del País Vasco.
- RIUS ULLDEMOLINS, J. y GIBERT, V. (2018): «¿Por qué las políticas culturales locales no cambian? Constituciones del modelo urbano, inercia en la gestión y batallas culturales en los 'Gobiernos del Cambio' en Madrid y Barcelona (2015-2018)», *Revista Española de Ciencia Política*, pp. 93-122.
- RIUS ULLDEMOLINS, J. y ZAMORANO, M. M. (2015): «Spain's Nation Branding Project Marca España and Its Cultural Policy: The Economic and Political Instrumentalization of a Homogeneous and Simplified Cultural Image», *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, n.º 1, pp. 20-40.
- RUIZ MANTILLA, J. (2008): «Cultura / Exteriores: segundo asalto», *El País*, 18 de diciembre de 2008.
- SÁNCHEZ MATEOS, E. (2001): «Camino viejo y sendero nuevo: ¿España, hacia una política exterior global?», *Anuario Internacional CIDOB 2000*, Barcelona, Fundació CIDOB.
- TOPIC', M. y SCIORTINO, C. (2012): «Cultural Diplomacy and Cultural Imperialism: A Framework for the Analysis», en S. Topic' y M. Rodin, *Cultural diplomacy and Cultural imperialism: European perspective(s)*, Frankfurt, Peter Lang, pp. 9-18 in
- VANOLO, A. (2015): «The Image of the Creative City, Eight Years Later: Turin, Urban Branding and the Economic Crisis Taboo», *Cities*, vol. 46, n.º 1, p. 7.
- VILLANUEVA, C. (2007): *Representing Cultural Diplomacy: Soft Power, Cosmopolitan Constructivism and Nation Branding in Mexico and Sweden*, Sweden, Växjö University Press.
- VIÑAS, E. (2016): «Amoraga Activa El Plan de Internacionalización de La Cultura Valenciana», *Valencia Plaza*, 14 de junio de 2016.
- WYSZOMIRSKI, M., BURGESS, C. y PEILA, C. (2003): *International Cultural Relations: A Multi-Country Comparison*, Ohio, Center for Arts and Culture.
- ZAMORANO, M. M. (2016): «Comunidad imaginada y gobernanza en la acción cultural exterior de cataluña: entre la participación social y el corporativismo», *Debats*, vol. 130, n.º 1, pp. 49-63.
- ZAMORANO, M. M. y RODRÍGUEZ MORATÓ, A. (2014): «The Cultural Paradiplomacy of Barcelona since the 1980s: Understanding Transformations in Local Cultural Paradiplomacy», *International Journal of Cultural Policy*.

INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS; LOS CONTENIDOS CULTURALES EN LA RED COMO AGENTES DE COOPERACIÓN CULTURAL

Juan Luis Manfredi Sánchez

Las industrias culturales y creativas contribuyen al imaginario global mediante la producción de contenidos de entretenimiento y servicios de información, entre los que destaca la actividad digital. En particular, los medios de comunicación de titularidad pública emergen como balizas informativas de referencia mediante la provisión de contexto a las noticias globales y son agentes imprescindibles en la diplomacia cultural mediante el apoyo expreso a las industrias culturales. En suma, el nuevo ecosistema en red requiere una revisión a fondo de la acción cultural exterior de modo que la potencia cultural se aproveche para la política exterior del nuevo Gobierno. Porque en un ecosistema global, la cultura en español es un activo seguro.

Palabras clave: medios de titularidad pública, Instituto Cervantes, diplomacia pública, marca país, imagen exterior.

I. BALANCE GENERAL: LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y COMUNICACIÓN EN EL NUEVO DESORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL

La publicidad, la literatura y el cine, el periodismo, los viajes y las experiencias turísticas, las redes sociales, los espectáculos deportivos, los museos o las marcas de gran consumo son los instrumentos preferentes para dar forma a la comunicación internacional y construir las esferas de influencia. La globalización del comercio de bienes y servicios ha convergido en la cultura digital de las plataformas, los nuevos medios y la tecnología móvil. Por este motivo, se han multiplicado las iniciativas de país destinadas a gestionar la internacionalización de las industrias de la comunicación y la cultura.

Esta dinámica explica la creciente profesionalización de la diplomacia pública y la cooperación cultural. Lo novedoso de las redes digitales reside en el uso sistemático de los instrumentos en el diseño y ejecución de la estrategia internacional del país, con arreglo a unos intereses predeterminados y con alcance global, en tiempo real. La inversión china en contenidos para las plataformas audiovisuales, las colecciones artísticas de Rusia que viajan por el mundo, la consolidación de la cultura audiovisual de México, con cinco premios de la Academia del Cine a la mejor dirección, la arquitectura de factura global en Catar o el fútbol español e italiano en Arabia Saudí son referencias actuales de cómo un número creciente de países se ha incorporado a esta dinámica,

con el objetivo reconocido de influir en el desorden y promover sus intereses y valores. En el plano informativo, *Russia Today*, *Canal France International* o la agencia de noticias Xinhua han transformado el ecosistema periodístico. Los Gobiernos regionales, las ciudades o los intereses privados se han lanzado a esta dinámica de poder a través de la producción cultural y simbólica con motivaciones dispares. En el escenario actual, no hay un único modelo de acción exterior ni un actor dominante, si bien mantienen una posición relevante las industrias culturales y los medios de comunicación de titularidad pública. Ahí principia el desafío de internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas.

II. ANÁLISIS ACTUAL. CONTENIDOS CULTURALES EN LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO INTERNACIONAL

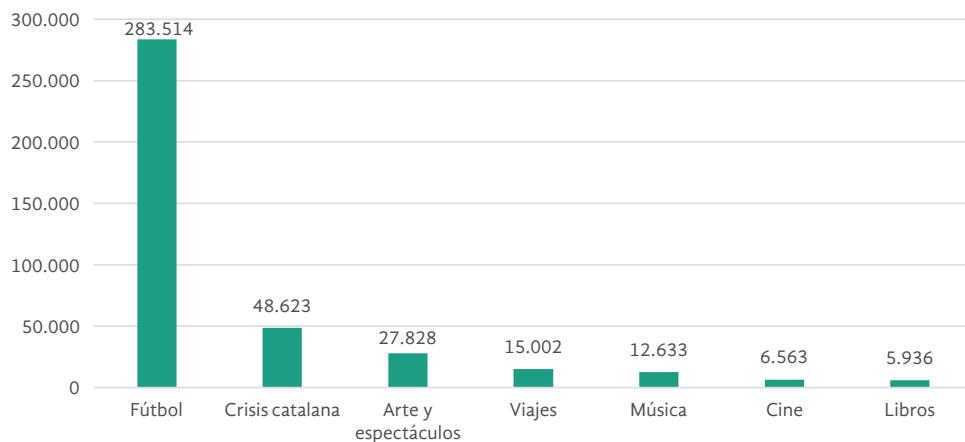
En la literatura académica, existen multitud de clasificaciones, tipologías o aproximaciones al fenómeno de la diplomacia pública y cultural. Consiste en el ejercicio de la influencia mediante estrategias de comunicación, cultura, educación, servicios informativos y de entretenimiento, desplegados por parte de una institución con el ánimo de influir en la opinión pública. La cultura, los servicios educativos y las emisiones audiovisuales internacionales son tres de los ejes más reconocidos, junto a la escucha activa o la promoción de los intereses. La cooperación cultural genera otras oportunidades a través de las alianzas público-privada, la captación de inversiones privadas, la participación de las organizaciones internacionales sin ánimo de lucro en la ejecución de los proyectos sobre el terreno, el rol de las diásporas en el exterior, los programas educativos y otros instrumentos abiertos a terceros.

Las industrias culturales son el primer elemento del imaginario en la medida que configuran los gustos, las opiniones o la percepción

de un país. El consumo de contenidos audiovisuales, la literatura o la cultura digital es una decisión social, colectiva, más alejada de las actividades políticas o diplomáticas convencionales. Por este motivo, la diplomacia cultural no consiste solo en la creación y apertura de centros o espacios propios, sino en la integración de los productos y servicios culturales en las redes locales. Así, la cooperación cultural transfiere experiencias únicas a través del arte, la historia, la arquitectura, la ciencia o la gastronomía, más allá del interés de las relaciones comerciales. El éxito de la industria cultural en el exterior radica en que las instituciones y públicos destinatarios perciben la creatividad ajena como un valor propio, de beneficio mutuo. Las industrias creativas alimentan un sentido estético de la diplomacia cultural, un criterio propio mediante expresiones innovadoras, incluso críticas con el poder político.

La información contribuye a la construcción del imaginario, y no solo la noticia política. El estudio del Real Instituto Elcano demuestra que el fútbol ha representado alrededor del 36% del total de las noticias aparecidas en prensa internacional en 2017 y 2018. La crisis catalana ha sido relevante, sobre todo entre septiembre y noviembre de 2017. Las noticias sobre artes, espectáculos, música o libros están muy por detrás en términos absolutos, como se observa en el gráfico 1. La información política al uso no es tan relevante, mientras que la categoría de arte y cultura ofrece oportunidades de mejora.

¡Durante el mandato del Partido Popular (2011-2018), la actividad informativa internacional ha sido relegada, y no se ha participado en los ciclos informativos para atajar la crisis económica y constitucional. La ausencia de portavoces relevantes en las cuestiones de impacto (recesión económica, *brexit* y Gibraltar, crisis catalana) se manifiesta en la ausencia de entrevistas en medios internacionales, el perfil bajo en las cumbres oficiales o la desidia hacia los correspondientes acreditados en España.

Gráfico 1. INFORMACIONES SOBRE ESPAÑA EN 2017 Y 2018 (POR EJES TEMÁTICOS)

Elaboración propia con datos extraídos del Real Instituto Elcano.

El balance se completa con la evaluación de la misión de los medios de titularidad pública. Porque RTVE, la agencia EFE y los medios de la FORTA son instrumentos para la acción cultural en la medida en que proveen información de calidad y referencia. Ante un mercado creciente de hispanohablantes, la oferta informativa tiene que ser complementaria al dominio anglosajón de televisiones y agencias de información. Sin embargo, se ha disminuido la inversión y las capacidades estratégicas en el plano periodístico. Se han refundido delegaciones en La Habana y Buenos Aires, para luego deshacer la decisión. Los miembros de la FORTA han cerrado delegaciones o bien han externalizado la producción informativa.

La aportación habría de pasar por diversos elementos: la información y el contenido cultural. En primer lugar, las marcas de titularidad pública tienen que construir una reputación de baliza informativa de calidad, con correspondencias sólidas, análisis con perspectiva española y europea de los acontecimientos globales, la entrevista en español a los líderes mundiales y la provisión de contexto y análisis a las noticias internacionales. En términos de producción, el

área internacional es cara y poco rentable, pero es la que genera mayor reputación. El prestigio de los medios públicos es el cimiento de otros productos culturales y audiovisuales, en tanto que los operadores de la región iberoamericana pueden referenciar la información de calidad a alguna de las tres marcas, RTVE, EFE o FORTA. Esta vía de cooperación a través de la producción periodística no está explotada en este momento, cuando parece que hay margen en los formatos periodísticos, las emisiones en cadena o los programas radiofónicos para el *podcasting*.

El segundo elemento es el impacto de la audiovisualización cultural. Ante la debilidad del tejido de la industria cultural y audiovisual, los medios públicos pueden servir como patrocinadores de una actividad en red. No se trata de financiar o abrir nuevas ventanas o soportes, sino de actuar como eje para la distribución independiente, apostar por las redes iberoamericanas de coproducción y crear una marca de cine iberoamericano. La actual dispersión de ofertas en español reduce el valor de la audiencia, dificulta la industrialización y debilita la expansión exterior. El medio público puede ser

el catalizador para atajar la permanente inmadurez de la industria cultural a través de decisiones normativas (obligar a la coproducción) o simbólicas (emitir una película experimental en canales internacionales), pero sobre todo a través de la demanda de contenidos y la educación de la audiencia. Frente a la fragmentación de plataformas y la experiencia previa marginal, RTVE y la FORTA pueden actuar como tractores de la expansión cultural de acuerdo con sus capacidades o intereses. La institucionalización de las referencias actúa, pues, como repositorio de productos audiovisuales, musicales o culturales que alarga el ciclo de vida del producto, mejora el posicionamiento en los buscadores y afecta a la decisión última del espectador. La naturaleza extensa de los activos patrimoniales, arquitectónicos, creativos o gastronómicos de la comunidad iberoamericana representa una oportunidad para la industria cultural. Son activos básicos en la creación de tendencias culturales que apoyadas en la industria audiovisual multiplican su valor final y sus capacidades de cooperación en redes digitales.

En último término, la pluralidad que representan los medios públicos de la FORTA ha de aprovecharse para mostrar la propia diversidad lingüística y cultural interna, que abre nuevos escenarios y mercados. Las lenguas catalana y vasca no pueden circunscribirse al criterio de mercado, pero sí deben apoyarse como expresiones culturales propias con enorme peso cultural. La oportunidad de las redes cobra sentido cuando la exportación viaja en formato digital y se dirige a la audiencia extranjera. En el caso gallego, el idioma abre con mayor facilidad la puerta a la internacionalización y la expansión exterior hacia la audiencia lusófona. Otras fórmulas ensayadas en el pasado para colocar los contenidos en formatos de televisión por satélite parecen hoy menos interesantes en la medida en que el coste de distribución se detrae de la producción, cuya calidad merma. En un presupuesto decreciente, la apuesta digital debe facilitar la producción y la innovación en estas otras lenguas.

En un momento de hiperconsumo audiovisual y cultural, la expansión internacional de contenidos puede contribuir a este reenfoque de la acción española con atributos políticos. La lucha contra el cambio climático, las políticas de la memoria y la identidad, la igualdad o la política exterior feminista tienen buena recepción en la prensa internacional, si las declaraciones se acompañan de medidas concretas. Es una construcción de narrativa estratégica que sirve para explicar la posición de España en el (des)orden internacional, autoposicionarse en la esfera global y dotar de significado el discurso político nacional. La habilidad en el manejo de la gestión de los flujos de noticias internacionales tiene que aparecer en la agenda de la acción cultural exterior, como parte intrínseca de la tarea y no como un aspecto complementario. En el plano periodístico, las comunicaciones digitales han multiplicado el peso de la diplomacia mediada, aquella que se disputa en la esfera de los medios. No se trata de tuitear cada decisión o acción de política exterior, sino incardinarnar una concatenación de mensajes en los medios internacionales de referencia con portavoces autorizados con el ánimo expreso de influir en la opinión pública. Es la cultura, pero también la información económica, el análisis social, los modos de transición ecológica y energética, entre otras áreas relevantes. La mediatización de la diplomacia juega en este terreno que combina la audiencia global con la interactividad, la difusión de mensajes y los marcos de lenguaje. Este enfoque huye de las campañas de publicidad institucional para abordar la construcción de los mensajes, utilizar los canales digitales, apalancar la presencia en eventos de primer nivel (cumbres europeas e iberoamericanas) y combinarlo con la presencia de otros actores políticos y líderes sociales. No se trata de imponer un mensaje, sino de facilitar la comprensión a los lectores de cuál es el rumbo de la acción exterior y los intereses de España.

III. BOSQUEJO DE OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS INTERNACIONALES DE CONTENIDOS CULTURALES

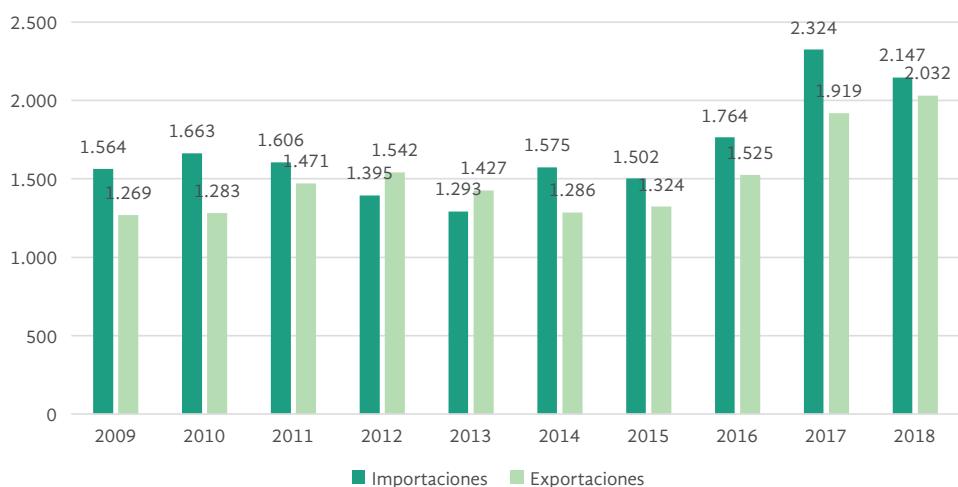
En enero de 2019, se anunció la recuperación del Plan de Acción Cultural Exterior (PACE), que había sido cancelado en 2012, aunque su actualización aún no se ha concretado públicamente. La información disponible indica que se destinarán 157 millones de euros mediante la acción coordinada del Ministerio de Cultura, Ministerio de Asuntos Exteriores, la Agenda Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo (AECID), el Instituto Cervantes y la empresa pública Acción Cultural Española (AC/E). El Ministerio de Cultura dispone las estrategias sectoriales, mientras que el de Exterior identifica las áreas geográficas prioritarias. Se han señalado once países como prioritarios: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Marruecos, Portugal, Francia, Rusia, Japón, China, México y Cuba. Sorprende que en esta lista no aparezca Brasil. Los sectores incluyen educación, comunicación audiovisual, artes escénicas y plásticas, así como libros y prensa. La cultura digital aparece como elemento transversal.

El análisis económico de la coyuntura expresada en el gráfico 2 ofrece tres lecciones antes de preparar una estrategia para las industrias culturales. Las exportaciones han crecido de forma sistemática, pero no termina de cerrarse la brecha de 2012 y 2013. En total, la cuenta exportadora alcanza los 2031,7 millones de euros, mientras que las importaciones representan 2147,3 millones de euros. En segundo lugar, se intuye la posibilidad del crecimiento de los servicios educativos, la enseñanza del español como lengua extranjera y la producción de contenidos. El estudio comparado de los indicadores armonizados europeos de comercio exterior de bienes vinculados a la cultura por país arroja luz sobre la magnitud económica de países similares. El 0,6% (2016) y 0,7% (2017) del porcentaje total de las ex-

portaciones de España ubica esta actividad económica en un rango asimilable a Dinamarca, Alemania, Austria o Grecia, pero nos sitúa lejos de Francia (1,8-1,6%) e Italia (1,8%) e incluso Polonia (1,4%). Las universidades, los centros artísticos y las industrias de comunicación de raíz tecnológica tendrán que trabajar juntos en la internacionalización de los contenidos culturales digitales y en red. La tercera función económica aparece vinculada a la revisión del modelo turístico. El montante de gasto en actividades culturales (entradas, visitas, espectáculos, regalos) asciende a 13.341,1 millones de euros 585,5 millones de euros menos que en 2017. La dimensión digital (aplicaciones, gamificación de experiencias, videos online, contenidos educativos) se presenta como una oportunidad de crecimiento.

Las cifras económicas son pobres para un ecosistema audiovisual que ha crecido en dispositivos, redes y plataformas. Hay más demanda de todo tipo, pero no se cubre con contenidos producidos en España, bien porque no alcanzan los canales de distribución o bien porque el tamaño de la empresa cultural no permite dicha expansión. Peor aún, las políticas públicas de construcción de una industria de la cultura con desarrollo natural en el seno del espacio iberoamericano no han cuajado en las dos dimensiones recurrentes. En el plano de la cooperación internacional, la sequía de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo redujo el catálogo de acciones culturales y las iniciativas de producción, promoción o distribución de proyectos creativos. Docferra o Hamaca Media & Vídeo Art no han triunfado como mecanismos de distribución e intercambio de experiencias culturales y audiovisuales. En el primer caso ha desaparecido, mientras que Hamaca se mantiene como asociación sin ánimo de lucro. La segunda dimensión es la industrial; sin apoyo económico expreso, las propuestas no se convierten en polos de producción y creación cultural. Esta lección debería considerarse en

Gráfico 2. COMERCIO EXTERIOR DE BIENES CULTURALES 2009-2018 (EN MILLONES DE EUROS)



Elaboración propia con datos extraídos del *Anuario de estadísticas culturales* (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019).

el nuevo plan. En la práctica, la dimensión digital debería ser una prioridad en la cooperación cultural, ya que hay un margen de crecimiento sustancial.

En el horizonte aparece la Feria de Frankfurt 2021, en el que España es el país invitado de honor. Se destina una partida de cuatro millones de euros para la actividad literaria. Junto a la exportación de libros y prensa, conviene ampliar la dotación para experiencias digitales vinculadas a la industria de la cultura. El contenido digital apunta la demanda editorial y crea servicios complementarios a escala mundial. La vertiente digital facilita la apuesta innovadora en formatos y productos, así como el apoyo a la propia diversidad cultural y lingüística. Los servicios digitales circulan para audiencias globales con menores restricciones y deberían ser creadores de valor añadido para la experiencia lectora.

En el ámbito cinematográfico, el PACE cuenta con 2,5 millones de euros para la participación en los festivales internacionales al uso, así como la distribución. A través del In-

stituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), se apuesta por la coproducción con socios iberoamericanos. Esta decisión está en línea con los programas Foco Cultura España-Colombia y Foco Cultura España-Méjico, proyectos bilaterales dotados con 20 millones de euros. Aparecen nuevas líneas de trabajo, como son la presencia ejecutiva en la UNESCO, el desarrollo de un plan específico de diplomacia científica o la gestión de patrimonio, así como otras medidas (programación cultural, o becas). La creatividad audiovisual necesita apoyo en la industrialización de las tareas de promoción, distribución y trabajo en red, no solo en la creatividad del guion. Sin mercados audiovisuales sólidos, el contenido cultural se pierde. Por el lado de la oferta, porque se compite con los *blockbusters*. Por el lado de la demanda, porque la audiencia no tiene acceso fácil a los mismos o en las mismas plataformas.

La apuesta estratégica del Instituto Cervantes consiste en la consolidación de la red actual y la creación de nuevas sedes en África occidental subsahariana y Estados Unidos. Se

quiere mejorar la red de universidades asociadas y las certificaciones lingüísticas *ad hoc*. Cuenta con 129 de millones de presupuesto en 2019, el 4,9% de crecimiento. La colaboración en red con los medios de titularidad pública es la ventana natural para la difusión de contenidos culturales para audiencias globales, porque combina la producción con la distribución global. RTVE, en particular, debe ser el repositorio de recursos educativos y culturales en español, del mismo modo que BBC World Service atesora vídeos, podcasts o contenidos en inglés para la audiencia global.

El balance permite bosquejar los objetivos de la PACE en sintonía con los objetivos propios de la política exterior y la internacionalización de la economía y la empresa. Sería deseable ver a la Cultura entre las prioridades del nuevo gabinete. Se proponen para ello las siguientes líneas de acción, en sintonía con el fortalecimiento de las industrias culturales y el trabajo de los medios públicos.

- Abandonar el enfoque de marca país: lejos de aspectos más utilitarios (listas, *rankings*), conviene que la cooperación cultural apalanque las industrias creativas para su expansión internacional. A través de contenidos creativos (moda, diseño, arquitectura, cine, gastronomía), se proyectan valores de innovación y profesionalidad hacia otras actividades económicas y la exportación de bienes y servicios.
- La lengua como activo económico: nueve de los once países identificados presentan una demanda intensiva del español como lengua extranjera que conlleva la extensión de los servicios educativos (material físico y digital de aprendizaje), la internacionalización de las universidades (captación de alumnado extranjero) y la creación de servicios digitales de nuevo cuño (aplicaciones, juegos, traducciones, promoción o

difusión de contenidos). Los datos de la tabla 1 indican que hay margen de crecimiento en las exportaciones y en la propia balanza comercial. Francia acapara casi un tercio de las exportaciones, mientras que otros países estratégicos son marginales con alrededor del 2% o menos de la representación de la balanza. Este punto de partida exige medidas concretas.

Las exportaciones hacia América Latina tienen menor peso relativo, a pesar de la facilidad idiomática. El sector de los servicios educativos representa una oportunidad diferenciada, que incluye otras actividades económicas (turismo, consumo). La universidad española debe ampliar sus programas y matrículas para el alumnado iberoamericano. Estados Unidos es un mercado particular que ofrece la ventana de contenidos destinados a latinos, que no es demográfica ni culturalmente homogéneo. Existe el vínculo del idioma, que abre la puerta del mercado, pero se requiere una adaptación expresa a los usos locales.

- Naturalizar la transformación digital. Hasta la fecha, se observan propuestas de contenido internacional que añaden la dimensión digital como un centro de costes y no como un eje de acción propia, cuyo contenido nace con vocación internacional. Las plataformas, los móviles o los nuevos medios informativos son ejemplos de cómo los dispositivos requieren contenido de matriz cultural. Aquí deben valorarse el rol de los acontecimientos singulares (ferias, exposiciones, eventos deportivos) y la digitalización de la industria turística para crear contenidos y servicios culturales.
- Cooperación cultural y valores de país. Desplegar los elementos propios de la cooperación al desarrollo y la Agenda 2030. Son acciones ideales para articular la comunidad imaginada con Portu-

Tabla 1. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE BIENES CULTURALES EN RELACIÓN PORCENTUAL AL TOTAL DE ESTAS

| | Importaciones | | | | | Exportaciones | | | | |
|-------------|---------------|------|------|------|------|---------------|------|------|------|------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Alemania | 16,5 | 10,7 | 11,4 | 8,7 | 7,8 | 3,5 | 3,7 | 2,8 | 2,3 | 2,1 |
| Portugal | 5,0 | 1,7 | 1,7 | 1,2 | 1,5 | 14,3 | 11,6 | 10,3 | 9,1 | 8,1 |
| Francia | 6,4 | 7,7 | 6,8 | 7,4 | 6,9 | 20,0 | 19,9 | 27,2 | 32,3 | 34,9 |
| Reino Unido | 7,2 | 8 | 6,4 | 5,2 | 6,4 | 6,4 | 6,8 | 5,3 | 4,5 | 3,9 |
| EE. UU. | 3,1 | 4,6 | 3,8 | 2,3 | 2,7 | 8,4 | 8,8 | 8,9 | 7,3 | 8,1 |
| Marruecos | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 1,4 | 1,9 | 1,9 | 1,7 | 1,5 |
| Rusia | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 1,0 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 |
| Japón | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,7 | 0,9 | 0,9 | 0,6 | 0,4 | 0,5 |
| China | 23,9 | 25 | 27,6 | 38 | 42,9 | 1,8 | 1,9 | 1,9 | 2,3 | 1,7 |
| México | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 6,6 | 7,0 | 6,0 | 5,1 | 5,2 |

Fuente: elaboración propia con datos extraídos del *Anuario de estadísticas culturales* (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019).

gal e Iberoamérica a través de la cultura. Son audiencias cómodas para la generación de economías de escala y alcance.

IV. COVID-19 Y SUS EFECTOS

En esto llegó la COVID19. La pandemia ha acelerado el proceso de reestructuración y cambio en los patrones de ocio, el consumo cultural y las pantallas digitales. El entretenimiento y la cultura son digitales, no como una extensión o un subproducto de la actividad primera, sino como estructura autónoma en la que el ciudadano organiza su dieta cultural.

La transformación tendrá efectos inmediatos. Encuentro cuatro vectores de examen:

1. En el ámbito económico, la tendencia hacia la desglobalización –como reducción de los flujos e intercambios comerciales– se convierte en un hecho estructural. Menos viajeros, me-

nos visitas a museos o teatros, menos demanda de productos y más digitalización de servicios. El tiempo de ocio se redirige hacia las pantallas, que necesitarán renovar contenidos. Frente al creciente nacionalismo económico, es probable que la cooperación audiovisual sea un puente entre actores procedentes de distintos países, ávidos de reducir costes y generar economías de alcance.

2. En el plano social, el distanciamiento físico y la reducción de la venta de entradas es una oportunidad para expandir la experiencia al entorno digital. La producción de contenidos amerita una revisión profunda por parte de las instituciones culturales. Los podcasts con entrevistas y reportajes sobre las muestras, la realidad virtual aplicada para disfrute en casa, los videojuegos, los textos largos, el

- divertimento en redes sociales o las nuevas narrativas (TikTok y similares) engordan una lista de producción cultural digital con demandas concretas que cubrir en un público que no podrá participar de la experiencia directa de la visita. Esta iniciativa digital orientada a la experiencia de usuario corre pareja con los tiempos de colaboración entre instituciones públicas y privadas. Los museos, las radios y las televisiones públicas, las colecciones privadas, los periodistas o los expertos pueden facilitar la transferencia de una realidad física a otra virtual.
3. En el periodismo, se ha recuperado el interés por la actividad informativa basada en hechos y novedades. Se han multiplicado los proyectos para difundir información científica y de salud frente a la propagación del virus de la propaganda. La baliza informativa de los medios de titularidad pública, gracias a las redes de corresponsales que aún mantienen, ha facilitado el liderazgo informativo. Es una pista de cómo la audiencia sí responde cuando la misión periodística alinea actualidad y servicio público. Asimismo, la pandemia debe estimular –y no retrasar– proyectos de cooperación periodística europea e internacional, con el intercambio de piezas, análisis, contenido y fuentes. En la expansión periodística digital, se abre una ventana de cooperación en Iberoamérica. Tras unos años de repliegue, es importante recuperar la vocación de informar en español para todo el mundo.
4. El cuarto hecho es la consolidación del tsunami digital por la vía de los hechos. Los contenidos culturales, ya de por sí propios de una economía experiencial antes que material, desempeñan el rol de creadores, conectores y divulgadores de la economía digital. Así, habrá que abandonar el enfoque de producto o industria cultural, sobreexpuesta a la vinculación física con el territorio, para crear, producir y distribuir servicio. Implica una reingeniería de los procesos internos (creativos) y externos (infraestructuras). En ambos casos se requiere una fuerte inversión pública para dotar de conectividad a los territorios y los ciudadanos con menor poder adquisitivo, así como fomentar una educación con habilidades digitales completas.
- En síntesis, la pandemia reducirá la actividad económica convencional con efectos previsibles en la destrucción de empleo en las industrias culturales. Sin embargo, ha de ser el pretexto para reformular las políticas audiovisuales y culturales sobre una matriz digital duradera. Es el momento.

V. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La década perdida es un hecho analizado en los sucesivos informes de la Fundación Alternativas sobre el estado de la cultura. La apuesta exterior se ha visto afectada en mayor medida en tanto que se han cerrado centros de actividad cultural, se ha disminuido el personal en destino y se ha limitado el presupuesto. El punto de partida es este, así que ha de aprovecharse para reorientar el plan de acción cultural, reforzar la expansión exterior de las industrias culturales y disponer de los medios públicos para este objetivo de política exterior. Estos tres objetivos concatenados estructuran las propuestas y recomendaciones para que las industrias culturales y creativas se conviertan en agentes de cooperación internacional en línea con la política exterior. El nuevo gobierno de coalición, que ha repetido en multitud de ocasiones la

necesidad de reforzar la dimensión económica de la diplomacia, habrá de definir el rol que desempeña la cultura en este proyecto.

Las industrias culturales representan el vehículo práctico para encontrar afinidades con nuevos segmentos demográficos, activar las decisiones de compra y mejorar la imagen país. El retorno de la inversión en contenidos culturales se extiende a otros servicios e incrementa en valor de las exportaciones mediante el efecto “país de origen”. A través del arte, la literatura o el turismo, la diplomacia política y las exportaciones crecen. La encomienda consiste en la promoción de una política industrial de contenidos con el objetivo de apalancar la reputación de España en nuevas áreas de actividad económica e industrial.

La promoción de las industrias culturales, con vocación internacional en origen, tiene que favorecer un entramado de empresas y servicios adaptadas al entorno digital. Los contenidos culturales en red responden a dos significados. Están en red porque funcionan con proyectos articulados que permiten la escalabilidad con el apoyo del ICEX y de instituciones similares. Y, en segundo término, están en red porque la red es ahora la audiencia global conectada a través de dispositivos digitales.

Se plantean en esta dinámica diversas propuestas para una estrategia de contenidos culturales e industrias creativas en red. Son las siguientes:

1. La industria cultural es una inversión rentable para la acción exterior. Frente al predominio de las iniciativas anglosajonas, hay espacio para la diversificación en el consumo de contenidos audiovisuales, la enseñanza universitaria y en la no reglada, el consumo de música o productos editoriales. En perspectiva digital, el consumo en plataformas reúne en el mismo dispositivo la ficción, los videojuegos, la li-
- teratura o la información periodística. No solo se consumen los contenidos digitales por su naturaleza cultural o simbólica, sino que necesitamos compartir sus contenidos, recomendarlos, viralizar las expresiones y extender el producto hacia otras economías de alcance y escala. América Latina es el territorio natural para marcas y símbolos culturales.
2. En el plano organizativo, la cooperación cultural en red llama a la participación social, la iniciativa privada y el uso de nuevas entidades públicas. La acción cultural exterior no responde a la lógica de las jerarquías o los anclajes, sino al interés de las audiencias destinatarias a quienes se dirigen los contenidos y los servicios culturales. Hay que orientar la estrategia hacia estas con el apoyo expreso de los medios audiovisuales públicos.
3. La experiencia digital tiene que ser la gran apuesta para la extender la internacionalización. Se recomienda reforzar la estructura empresarial de los productores culturales y de comunicación. La internacionalización se concentra en actores y sectores consolidados (productoras cinematográficas, empresas periodísticas). Consiste en identificar los mercados con mejor perfil de consumidor de contenidos culturales en español (Brasil, Francia, Reino Unido, China y Estados Unidos, por mencionar cinco fundamentales) y desplegar un plan de internacionalización en colaboración con el Ministerio de Cultura y el de Economía, a través de ICEX.
4. Es urgente incidir en la internacionalización desde el origen (ideación y creación de productos y servicios culturales), favorecer la competitividad tecnológica, proteger los derechos

- sobre propiedad intelectual, realizar convenios con las instituciones educativas y culturales para dotarlas de contenido específico para su programación anual, así como desarrollar una línea de trabajo de comunicación gráfica compartida equivalente a la desplegada en turismo (*I need Spain!*).
5. La colaboración en red. invita a ampliar el catálogo de industrias culturales sujetas a la internacionalización: no es solo una información curricular sobre el patrimonio arquitectónico o El Quijote, sino que conviene crear una experiencia de visitante destinada tanto al nacional como al extranjero mediante la adaptación de nuevos usos (entorno y realidad virtual, conexión con redes sociales, contenido en plataformas audiovisuales). Para ello, es necesario una política industrial en la creación, la producción y la distribución de contenidos digitales llamados a ocupar un espacio preferente en el ocio y la comunicación y en otras actividades propias, como la gastronomía o la arquitectura. El Instituto Cervantes y los centros culturales en el exterior representan los socios naturales para el crecimiento de estas iniciativas, sin necesidad de incrementar la inversión en activos inmobiliarios.
6. En relación con los medios públicos, RTVE y los socios de la FORTA tienen que contribuir a la provisión de contenidos culturales para la diplomacia cultural mediante la producción sostenida de información periodística sobre España y sus intereses, así como contenidos y experiencias diversas (Camino de Santiago, gastronomía en el País Vasco, arte románico, folklore, flamenco, vino, por mencionar las más evidentes). En las redes de distribución audiovisual, el contenido de calidad sobre actualidad cultural, ocio y entretenimiento es bien recibido, mientras que la información política se asocia con valores de propaganda. En cuanto a la información internacional, la dimensión cultural es un factor positivo en el prestigio internacional de España (ciudades, arte, patrimonio, museos, Xacobeo), por lo que puede emplearse para encuadrar otras políticas económicas o sociales con arreglo a intereses de acción exterior.

BIBLIOGRAFÍA

- NICHOLAS, J. (2019): *Public diplomacy. Foundations for global engagement in the digital age*, Londres, Polity Press.
- GONZÁLEZ, C., MARTÍNEZ ROMERA, J. P. Y SÁNCHEZ GIMÉNEZ, J. A. (2020): *La presencia de España en la prensa internacional: ¿de qué se habla cuando se habla sobre España*, Madrid, Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos e Internacionales.
- MARCO, E. Y OTERO, J. (2012): *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura: un enfoque práctico*, Barcelona, Ariel.
- MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE (2019): *Anuario de estadísticas culturales*, Madrid.
- MISKIMMON, A., O'LOUGHLIN, B. Y ROSELLE, L. (eds.) (2017): *Forging the world: Strategic narratives and international relations*, Ann Arbor, University of Michigan Press.

- PAMMENT, J. (2016): *Intersections between public diplomacy & international development*, Los Ángeles, CA, Figueroa Press CPD Perspectives on public diplomacy.
- RIVERA, T. (2015): *Distinguishing cultural relations from cultural diplomacy: The British Council's relationship with Her Majesty's Government*, Los Ángeles, CA, Figueroa Press CPD Perspectives on public diplomacy.
- SALZBURG GLOBAL SEMINAR (2012): *Public and Private Cultural Exchange-Based Diplomacy: New Models for the 21st Century*, Salzburg, Salzburg Global.

ESPAÑA EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA EUROPEA DE COOPERACIÓN CULTURAL

José Andrés Fernández Leost

Durante la década de 2010, la política internacional ha experimentado una transformación abrupta, que ha afectado a la forma de entender, crear y compartir cultura. La crisis desatada a principios de 2020 por la pandemia de la COVID-19 probablemente contribuya a acelerar las tendencias disruptivas. La estrategia cultural europea ha de intensificar los esquemas de trabajo concertados, basados en la coordinación de los institutos culturales, el fortalecimiento de la red EUNIC y el impulso a su plataforma de diplomacia cultural. Asimismo, el intercambio horizontal de experiencias se perfila como nueva modalidad de cooperación inspirada en prácticas de interculturalidad. Para España, el reto radica en depurar un modelo propio, donde las atribuciones institucionales aparezcan claramente delimitadas. Todo planteamiento habrá de integrar la reformulación de un nuevo humanismo de signo tecnológico.

Palabras clave: cooperación internacional, digitalización, diplomacia cultural, política exterior, Unión Europea.

I. LA AGENDA EUROPEA

El establecimiento de una estrategia cultural en la Unión Europa –acotada al apoyo a las industrias creativas, la gestión del patrimonio y al diálogo intercultural– encuentra su precedente en 2005, cuando la UE suscribió la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco. Dos años después, la Comisión Europea definió una Agenda Común (2007) que dio paso al Programa Cultura (2007-2014), al que le siguió el Programa Europa Creativa (2014-2020), dotado con 1462 millones de euros¹.

Sin dejar de indicar la necesidad de cooperar con terceros países, los objetivos de estas agendas se han centrado en impulsar la dimensión económica del sector, adaptarse al impacto de la disruptión digital, facilitar el acceso empresarial a la financiación, propiciar espacios de cooperación intraeuropeo –para atenuar la fragmentación– y, de forma genérica, fortalecer la identidad de la UE, sobre el lema: “unidad en la diversidad”. En esta línea, la Co-

1. Sería incorrecto olvidar la existencia de iniciativas previas, como el programa Caleidoscopio, de 1996, que incluía acti-

vidades de cooperación y movilidad artística; el programa Ariane (1995-2000) de fomento a la industria editorial y a la lectura, o el programa Raphael, nacido en 1997, de difusión y conservación del patrimonio cultural. Todos ellos fueron absorbidos por el programa Cultura 2000, que constituyó el primer programa marco de la UE en la materia (2000-2007).

misión presentó en 2018 la Comunicación de una nueva Agenda que daba continuidad al trabajo realizado, aun subrayando la relevancia de algunas cuestiones relativamente novedosas, determinadas por el contexto internacional: la repercusión de la cultura sobre los principios democráticos y la cohesión social, el empuje a acometer en el terreno de las relaciones internacionales, o la imbricación con la formación superior y la innovación (Comisión Europea, 2018a).

Este último aspecto merece una atención especial en virtud de un planteamiento que aproxima los estudios artísticos con las disciplinas tecnológico-científicas (STEM), y por las previsiones del próximo ciclo presupuestario (2021-2027): el programa Erasmus + doblaría su partida actual, cifrada en 14.700 millones de euros, y el de investigación, *Horizonte Europa*, pasaría de 80.000 a 100.000 millones de euros. La nueva Agenda Europa Creativa, por su parte, gestionaría un monto aproximado de 1850 millones de euros².

En paralelo, la citada comunicación resaltaba el buen comportamiento del sector, reflejando cómo en 2016 el empleo cultural en la Unión llegaba a la cifra de 8,4 millones de personas, mientras que el superávit comercial en bienes culturales ascendía a los 8.000 millones de euros y, en conjunto, la cultura representaba el 4,2% del PIB de la UE. No obstante, al margen de lo que encubren los números –la joyería lidera el comercio cultural, mientras que las películas estadounidenses siguen ocupando dos tercios del mercado cinematográfico (Parlamento Europeo, 2019)–, quizá lo más llamativo radicaba en la apelación a un panorama global cambiante.

2. Como se verá a continuación, es preciso redimensionar estas cantidades en el marco de las iniciativas post-pandemia que la Unión está adoptando tras la llegada de la enfermedad del coronavirus (COVID-19) al continente a finales de febrero de 2020.

Ciertamente, durante la década de 2010 la política internacional ha experimentado una transformación abrupta que ha afectado tanto a la forma de entender, crear y compartir cultura, como al lugar de la UE en el mundo. Las consecuencias de la crisis de 2007 dieron paso a un periodo marcado por el declive del multilateralismo, la emergencia asiática, la vuelta al proteccionismo, el auge de liderazgos populistas y, acaso lo más notable en clave cultural, la digitalización económica. En efecto, Internet se ha convertido en el principal proveedor de contenidos creativos, intensificando la democratización del arte, modificando su consumo –de la compra al alquiler– o abriendo nuevos debates entre el acceso abierto y los derechos de propiedad intelectual³.

Este proceso no ha estado exento de riesgos, toda vez que la producción cultural se ha ido concentrando en manos de las grandes empresas tecnológicas que suministran servicios, aplicaciones y contenidos, supeditando el mercado al dictamen de sus algoritmos y afianzando un oligopolio que a menudo viola las reglas de competencia y privacidad. Pese al rezago europeo, atemperado por las sanciones de la Comisión a los gigantes tecnológicos, su industria cultural creció un 4,6% entre 2008 y 2016, y los vínculos del sector con la innovación y el conocimiento pueden brindarle nuevas oportunidades o, cuando menos, protección ante la automatización laboral. Más aún, la UE todavía blande su cultura democrática como la más propicia para el desarrollo económico. Sin duda, la inestabilidad global no ha dejado de hacer mella sobre un espacio en “crisis existencial” tras el *brexit*, cuyas sociedades atestiguan asimismo una creciente polarización ideológica.

3. Al respecto, cabe citar la polémica suscitada por la aprobación, en marzo de 2019, de la Directiva sobre los derechos de autor, destinada a que los creadores obtengan ingresos por el uso de sus productos en internet, y que contribuye a la armonización normativa de un mercado único digital.

ca. Los resultados electorales de 2018 en Francia y Países Bajos, y las elecciones de mayo de 2019 amortiguaron en parte estas tendencias, y la Comisión inició un nuevo mandato bajo la bandera de un New Green Deal, que reimpulsa las metas globales de la Agenda 2030 y el Acuerdo de París.

Ahora bien, el impacto de la COVID-19 y la repercusión económica del “gran cierre” genera un escenario de incertidumbre geoeconómica que pone en juego la solidez de la Unión. Tras un primer momento de “titubeos”, la crisis –que puede suponer una caída del 8% del PIB de la UE– se contempla ahora como una ventana de oportunidad, ante todo si el programa Next Generation sale adelante. Se trata de una propuesta de recuperación de medio billón de euros, planteada en mayo por Alemania y Francia, que –aparte del presupuesto plurianual de 1,1 billones para el ciclo 2021-2027– se suma a las ayudas ya aprobadas: el paquete del BCE (1,35 billones de euros), los créditos del MEDE (240.000 millones de euros), los préstamos SURE (100.000 millones de euros) y los fondos del BEI (200.000 millones de euros) (Steinberg, 2020). La relevancia de la iniciativa Next Generation estriba en su apertura a una condicionalidad distanciada de la austeridad, ligada a que las reformas cumplan con criterios vinculados a objetivos verdes, digitales e inclusivos. Este acento, que conlleva expresamente un aumento presupuestario de 13.000 millones para *Horizonte Europa*, podría ser aprovechado por el sector cultural⁴.

II. LA ESTRATEGIA DIPLOMÁTICA

El papel que ha de jugar el Servicio Europeo de Acción Exterior (SEAE), en cuya gestión anida el despliegue de la diplomacia cultural, es de-

cisivo. Poco después de su creación en 2010, el Parlamento apeló a la necesidad de articular una estrategia común de cultura exterior, fruto de la cual se elaboró el informe *Acción preparatoria: la cultura en las relaciones exteriores de la UE* (2014). Ya entonces el ejercicio de la diplomacia cultural se había consolidado, en la estela del concepto de *soft power*, como un recurso clave de las cancillerías occidentales y empezaba a extenderse en el resto del mundo. Haciéndose eco de esta realidad, la *Acción preparatoria* proponía que la Unión se dotase de un marco estratégico, fundado en la coordinación del SEAE, la Comisión y las Delegaciones exteriores de la UE, encaminado a proyectar sus valores tanto como a crear y compartir cultura con terceros países (Comisión Europea, 2014).

Esta sugerencia cobró, dos años después, forma institucional con la Comunicación Conjunta al Parlamento Europeo y al Consejo de la Alta Representante (AR) de la UE para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad: “Hacia una estrategia de la UE para las relaciones culturales internacionales” (Comisión Europea, 2016). Articulada sobre tres ejes –la sostenibilidad socioeconómica, ligada a las industrias creativas; el fomento de la paz, conectado al diálogo intercultural, y el respaldo al patrimonio– el texto invitaba a emplear los “marcos de cooperación y los instrumentos de financiación existentes”, tales como el Instrumento de Cooperación al Desarrollo, el Instrumento Europeo para la Democracia y los Derechos Humanos o el Instrumento en pro de la Estabilidad y la Paz.

Esta apreciación revela cómo, sin perjuicio de su propósito de evitar duplicidades, la estrategia no comportaba más recursos que la introducción de un elemento de congruencia narrativa, quedando adscrita a los fondos para cooperación internacional. De por sí, ello guarda congruencia con la naturaleza transversal de la cultura, y su incardinación con la noción de desarrollo (Sen, 2004). Ahora bien, la falta de un Objetivo de

4. Véase: https://ec.europa.eu/info/strategy/eu-budget/eu-long-term-budget/2021-2027_en

Desarrollo Sostenible (ODS) dedicado al sector (Martinell, 2017), unido a la reestructuración de los mecanismos de financiación de la acción exterior de la UE prevista para el ciclo 2021-2027 (que fusiona los instrumentos citados), abre una doble lectura: la postergación de la cultura como prioridad exterior, matizada con la importancia que puede adquirir en los esquemas técnicos de gestión. En efecto, el aprendizaje mutuo o el intercambio horizontal de experiencias se perfilan como nuevas modalidades de cooperación inspiradas en prácticas de interculturalidad.

Por lo demás, la Comunicación de la AR reservaba un último apartado a proponer un enfoque de trabajo concertado, basado en la coordinación de los institutos culturales (Goethe, Camões, Cervantes, Alliance Française...), el fortalecimiento consecuente de la red EUNIC y la activación de una plataforma online de diplomacia cultural (ya en funcionamiento: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/>). En espera de los avances que pueda traer la gestión del nuevo AR, junto con la Comisión von der Leyen, cabe recordar las recomendaciones que, en sus informes sobre la materia, han presentado varios centros de estudio, aún vigentes pese al golpe de la pandemia.

III. PENSAR A FUTURO

Ya a principios de 2016, el KEA European Affairs subrayaba a la necesidad de que los institutos culturales colaborasen de forma más estrecha, rebasando en parte sus perfiles nacionales, con el fin de suplir las limitaciones del trabajo de las Delegaciones de la UE (KEA, 2016). Ese enfoque, secundado por una infraestructura que suma más de 1.200 centros fuera de la UE y gestiona 2300 millones de euros al año, podría ensanchar el alcance de su acción exterior, siempre que cuente con un mandato definido y claro, avalado por la Comisión y el SEAE. Pero de momento, esta conjunción apenas ha presentado frutos, más

allá del anuncio de apertura de sedes culturales franco-alemanas, acordado en el Tratado de Cooperación e Integración de Aquisgrán, suscrito bilateralmente en enero de 2019 entre ambas naciones.

En la misma línea, es de interés citar el análisis elaborado por el Goethe Institut y el British Council, *Culture in a Age of Uncertainty* (2018), como muestra de un trabajo conjunto que, a su vez, profundiza en el impacto sobre el terreno de sus actividades. El informe, basado en las repercusiones de una serie de programas lanzados en Ucrania y Egipto (*Active Citizens, Kulturakademie Ägypten*, etc.), tiene la virtud de identificar las dificultades que afrontan las iniciativas culturales en función de la idiosincrasia del país en que se actúe. Así, entre otras sugerencias, recomienda definir con nitidez los objetivos de cada proyecto en aras de no suscitar falsas expectativas; planificar su sostenibilidad futura, e introducir –precisamente– un enfoque de aprendizaje mutuo que mitigue la aplicación de esquemas de trabajo y modelos unilaterales⁵.

Por último, desde una perspectiva más genérica, cabe mencionar el informe presentado por el KEA en septiembre de 2019, *Culture and creative sectors in the European Union*, de cara a la década 2020-2030. Centrado en su primera parte en revisar el estado de las industrias creativas, incide en aspectos ya adelantados: impacto de la emergencia asiática y de la disruptión digital, erosión del multilateralismo, resiliencia innovativa, concentración cultural en manos de los gigantes tecnológicos, etc. Igualmente, retoma problemas arrastrados que no han acabado de solventarse, referentes a la precariedad de los trabajadores culturales o a las dificultades de financiación de las pequeñas empresas, tanto más en el contexto de

5. Puede encontrarse un enfoque asimismo centrado en las prácticas institucionales, más que en el desarrollo conceptual de una “narrativa europea” en Higgot, 2017.

“convergencia tecnológica” citado. A su vez, es ilustrativo constatar la atención que reserva a las amenazas de la inteligencia artificial (IA), tanto en términos de producción como de consumo cultural (homogeneizando hábitos o prescribiendo gustos)⁶.

No obstante, lo más relevante acaso consiste en el panorama de prospectiva que presenta de cara a 2030, oponiendo escenarios idóneos y pesimistas en los ámbitos económico, tecnológico, laboral o medioambiental. Simplificando sus resultados, cabe pensar, por un lado, en una Europa cultural competitiva, que impulsará la inclusión social y la conciencia medioambiental, e integrará incluso el *block-chain* en su modelo de negocio, favoreciendo la financiación gracias a la transparencia que garantiza. En contraposición, se perfila una tendencia pesimista en la que la influencia de los gigantes digitales socavará el marco legislativo europeo, la diversidad de la Unión desembocará en la polarización social y hasta la libertad de expresión estará en peligro. En el campo de las relaciones internacionales, por su parte, se confronta una visión en la que una Europa más unida propiciará la operatividad de su diplomacia cultural, el ejercicio del diálogo intercultural y la resolución pacífica de conflictos, frente a un mundo en el que los valores europeos han perdido peso y la movilidad artística ha quedado interrumpida.

De nuevo, el efecto de la COVID-19 ha difuminado la imagen de estas proyecciones, aunque quizá ante todo actuando como un acelerador de tendencias (más digitalización, más concentración empresarial y, de momento, menos movilidad), de modo que la eficacia de las respuestas condicionará la propensión

hacia uno de los dos escenarios. Sea como fuere, resulta imperativo –como el propio informe concluye–, que los profesionales intensifiquen su formación en destrezas tecnológicas y se estreche la interacción entre las artes y las disciplinas STEM⁷. Al mismo tiempo, han de establecerse normativas que impidan que la IA merme la diversidad creativa. Adviértase, por añadidura, cómo la relevancia otorgada a las nuevas tecnologías afecta de igual modo al ámbito de la información, íntimamente vinculado al terreno cultural y la diplomacia pública. La transformación del ecosistema global de las comunicaciones (Badillo, 2019), liderada asimismo por las empresas digitales, repercute directamente sobre el lugar de la UE en el orden mundial y el atractivo de sus valores democráticos.

No hará falta recordar cómo la invención de la imprenta y la propagación de la prensa escrita configuraron la aparición de un espacio público que contribuyó a la consolidación de las democracias europeas. En el siglo XX, los medios de masas, junto con las industrias culturales, revolucionaron este espacio, al punto de que la II Guerra Mundial y la Guerra Fría acreditaron su ascendencia sobre los imaginarios colectivos. El cuestionamiento de este poder, avanzado por el pensamiento crítico de mediados de siglo, ha ido no obstante extendiendo la desconfianza de los ciudadanos hacia las fuentes tradicionales de información, tanto más impulsada en el siglo XXI por las redes sociales. Así, la digitalización ha supuesto una nueva revolución del espacio público, con

6. Sin perjuicio de las oportunidades que genera, ante todo en la industria de los videojuegos. Más aún: algunos analistas conciben, en clave positiva, la posibilidad de un doble filtro cultural que combine algoritmos y juicio experto, en lo que llaman *smart curation* (Martel, 2015).

7. Conclusión que avalan los últimos estudios para el Parlamento Europeo, en tanto: “la relación entre tecnología, ciencia, artes y cultura se está estrechando crecientemente en la era digital” (Pasikowska-Schnass, 2020). Esto enlaza con lo que ya se denomina “diplomacia del conocimiento”, concepto acuñado por la profesora Jane Knight (British Council, 2018) que condensa gran parte de las dimensiones del poder blando (científico, académico, cultural, tecnológico, incluso de cooperación) ligándolo a las exigencias de la alfabetización digital.

implicaciones en varios planos: 1) la modificación del modelo de negocio, en tanto las plataformas se enriquecen gracias a la comercialización (también política) de los datos masivos de sus usuarios, y 2) la producción y consumo de información, por cuanto los propios individuos se han convertido en creadores y receptores personalizados, cada vez más encerrados en nichos de mercado fraccionados.

Por su impacto viral, esta lógica desmediada, análoga –o más bien integrada– a la que reproducen las industrias creativas, aviva la polarización y, por ende, la introducción deliberada de *fake news* presentadas bajo apariencia de verdad. En un mundo interconectado globalmente, ello ha ensanchando el campo de la batalla geopolítica y de ahí el margen de oportunidad, o vulnerabilidad, que pueda experimentar la Unión. Por de pronto, el SEAE ha elaborado un plan de lucha contra la desinformación que la Comisión adoptó en 2018. En él se plasman recomendaciones parecidas a las citadas: promover buenas prácticas, fomentar la educación y la alfabetización mediática, etc. (Comisión Europea, 2018b).

IV. EL PAPEL DE ESPAÑA: AUNAR PROYECCIÓN Y COOPERACIÓN

A nadie se le oculta que la diplomacia cultural española se encuentra en un momento inédito, resultado del anómalo periodo político que ha experimentado el país desde mitad de década. Tras la legislatura 2011-2015, marcada por las medidas de ajuste en el gasto público, el tímido reimpulso estratégico –expuesto en el Plan Cultura 2020 (Secretaría de Estado de Cultura, 2017)– ha carecido de continuidad, al igual que el aumento presupuestario, el cual –aun reasignado–, todavía depende del marco adoptado en 2018. En este intervalo, el sector ha sufrido problemas semejantes a los del resto de Europa: atomización empresarial, dificultades de financiación, adaptación

al entorno digital, etc. (Álvarez, Vázquez y Gutiérrez, 2019).

Desde el punto de vista institucional, el aspecto menos encomiástico radica en la obturación de un modelo aún por configurar. Sin estar desmantelado, el esquema de funcionamiento continúa desarticulado, tras el abandono del Plan de Acción Cultural Exterior (PACE) de 2010. Así, la coordinación entre los principales actores del sistema (Instituto Cervantes, AECID y AC/E), tanto entre ellos como con el ICEX, Turespaña, RTVE, la esfera académica o las CC.AA. sigue sin estar resuelto. Cabe recordar que, a esta estructura dispersa, se agregó en 2012 la incorporación de un Alto Comisionado para la Marca España, rebautizado en 2018 con el nombre de España Global, e institucionalizado como Secretaría de Estado en el Ministerio de Asuntos Exteriores. La iniciativa, inspirada por una estrategia de *rebranding* –de corto plazo y dirigida a atraer inversión extranjera– ha pasado así a adoptar una óptica diplomático-pública, de medio plazo, que ha ganado músculo tras la reestructuración del Ministerio de enero de 2020, integrando la prospectiva y la información sobre cuestiones exteriores.

A la espera de observar cómo se replantea esta diplomacia, el reto radica en orquestar un sistema definido según una arquitectura autónoma y profesionalizada, no supeditada a las fluctuaciones de los ciclos políticos. Del mismo modo que el caso francés se caracteriza por su *rayonnement*, que opera de forma jerarquizada, o el británico por su autosuficiencia económica y flexibilidad, España necesita depurar un perfil propio que, superados los estereotipos, se identifique con una imagen nítida (no monolítica) y previsible, donde las atribuciones institucionales aparezcan claramente delimitadas. El propósito de recuperación del PACE (anunciado en febrero de 2019), aun siendo un buen síntoma, afronta la incógnita de testar su rodaje diez años después de su diseño.

A la luz de la experiencia, la configuración de un modelo que combine proyección exterior e iniciativas de cooperación internacional sería lo más lógico.

Finalmente, resulta ineludible entroncar el análisis del caso español con su declinación en América Latina. Los avances en la construcción de un espacio iberoamericano del conocimiento dotan de una envergadura continental a la diplomacia “del español”, aunque su alcance atraviesa un momento crítico. Las tendencias demográficas apuntan a un cenit en la difusión del idioma que puede inclinarse a la baja en las próximas décadas. A esto se une la proliferación en el continente de planteamientos nacionales (Bonet, Négrier y Zamorano, 2019), sin duda legítimos, pero susceptibles de fragmentar una perspectiva panhispánica, tanto más en una coyuntura en la que el regionalismo (desde la CELAC hasta la Alianza del Pacífico) atraviesa horas bajas. En este punto, cabe recordar la falta de avances sobre la agenda que se trazó en la XXII Cumbre Iberoamericana (SEGIB, 2012); parálisis ciertamente mitigada por la reactivación –tras la Cumbre de Veracruz de 2014– de un proyecto encaminado a impulsar la movilidad científico-académica y a reforzar la innovación, pero que el cierre de fronteras impuesto por la pandemia puede poner en riesgo.

De cualquier manera, es conveniente que España continúe contribuyendo a la articulación de iniciativas conjuntas (apertura de sedes Cervantes/UNAM en EE.UU., coordinación de las Academias de la lengua, etc.), que además se fundamentan en un soporte axiológico común. Quizá aquí es donde el país más pueda aportar a la UE, trabajando a favor del fortalecimiento de las relaciones euro-latinoamericanas. En este sentido, el documento de referencia lo constituye la Comunicación de la Comisión y la AR: “La Unión Europea, América Latina y el Caribe: aunar fuerzas para un futuro común” de abril de 2019, por cuanto su-

braya el imperativo de aquilatar compromisos estratégicos de defensa de los valores compartidos.

V. CONCLUSIONES

Plantear, a título conclusivo, un conjunto de recomendaciones puede resultar fútil en una circunstancia de inconcreción política y económica, redoblada por la repercusión de la COVID-19. Apenas iniciada su andadura, la Comisión Von der Leyen ha tenido que afrontar la urgencia de una crisis de evolución todavía incierta, y cerrar un marco financiero (junto con los instrumentos citados), que solo empezará a aplicarse en 2021. En España, igualmente, la sesión de apertura de la XIV Legislatura tuvo lugar el 3 de febrero, menos de mes y medio antes de decretarse un “estado de alarma” prolongado hasta finales de junio. De este modo, los primeros presupuestos generales que apruebe el Gobierno corresponderán ya al ejercicio 2021, y no serán (como se preveía) los primeros post-crisis, sino que estarán determinados por los acuerdos a los que se llegue en la UE, en un contexto de recesión económica que ya venía ralentizada por la desglobalización y la guerra tecnológico-comercial entre China y EE.UU.

A ello se agrega el impacto de una renovación ministerial que afecta a la dirección de varias instituciones culturales y que, probablemente, influya sobre su rumbo programático. No obstante, este panorama es el que a su vez permite proponer ideas, muchas de las cuales remiten a propósitos del pasado: intensificar la colaboración público-privada, precisar la coordinación interinstitucional, apuntalar la autonomía organizativa o explotar la dimensión internacional de los medios públicos. Con todo, esta visión proactiva deberá compaginarse con un planteamiento reactivo, coordinado a escala europea, que haga frente al oligopolio de las plataformas, la prescrip-

ción de los algoritmos o la monetización de los datos personales, de acuerdo con la reformulación de un nuevo humanismo de signo tecnológico. El bagaje normativo y reflexivo de la Unión puede hacerla pionera en “orientar de forma ética el uso humano de los sistemas inteligentes” (Cortina, 2019). De ahí que las estrategias culturales estén emplazadas a incorporar mecanismos reforzados de supervisión y equilibrio ante la creciente influencia de la automatización de los contenidos digitales. Y ello en tanto estos no solo han venido a modificar formatos de producción y negocio, sino por su impacto en la percepción sensible, la capacidad cognitiva o la disposición actitudinal de los ciudadanos, propicias para el diseño de una sociedad tecnológicamente predeterminada⁸.

La decantación de las distintas ideas punteadas a lo largo del texto sugeriría acometer, a corto y medio plazo:

1. Una activación inmediata de medidas financieras orientadas al reimpulso del sector (en parte ya lanzadas)⁹, acompañada de un planteamiento susceptible de aprovecharse de los fondos de recuperación europeos tras la COVID-19.
2. Una actualización institucional del PACE, que delinee un sistema de gobernanza preciso, tanto desde el punto de vista orgánico como temporal, de modo que establezca cronogramas de trabajo periodizados.

8. Lejos de tratarse de una especulación distópica, tal posibilidad está en marcha (Zuboff, 2019). Ante este desafío, el 19 de febrero la Comisión Europea hizo público un *White Paper* sobre inteligencia artificial con el objetivo de crear un marco regulatorio en materia de gestión de datos, que asegure el despliegue de una IA fiable, centrada en el ser humano (Comisión Europea, 2020).

9. Por medio del Real Decreto-Ley 17/2020, de 5 de mayo, que aprueba medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario.

3. Un replanteamiento consecuente de los objetivos de la acción cultural exterior, que defina una serie de metas concretas y realistas, para la década 2020-2030.
4. Un impulso presupuestario, tanto al Instituto Cervantes como a la AECID y AC/E, que en términos porcentuales aproxime la inversión pública a la que realizan países como Francia o Alemania¹⁰.
5. Un refuerzo del posicionamiento de la lengua en los organismos internacionales: la propuesta de contar con un instrumento multilateral de cooperación (Badillo, 2017) debería encontrar eco en foros como la Cumbre Iberoamericana.
6. Una apertura a los agentes y operadores del ámbito tecnológico-científico que están contribuyendo a la reinvencción de las industrias creativas: Secretaría de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, CSIC, Ministerio de Ciencia, etc.
7. Un respaldo a la formación tecnológica de gestores/as culturales que permita la actualización de sus competencias con el fin de que puedan desenvolverse de forma ágil, transparente y neutra ante las oportunidades –y amenazas– de los nuevos entornos digitales.

10. En 2018, este país destinó 1877 millones de euros a la política cultural y educativa en el exterior (Gobierno Federal de Alemania, 2019, p. 40).

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ RUBIO, B., VÁZQUEZ BELLO, C. Y GUTIÉRREZ SÁNCHEZ DE LEÓN, Á. (2019): «La promoción de las industrias culturales y creativas como herramientas para la acción exterior de España», *ARI*, n.º 113, Madrid, Real Instituto Elcano.
- BADILLO, Á. (2017): «Una cooperación multilateral para el español», *Blog Real Instituto Elcano*, 5 de octubre de 2017. Disponible en: <https://blog.realinstitutoelcano.org/una-cooperacion-multilateral-para-el-espanol/>
- BADILLO, Á. (2019): «La sociedad de la desinformación: propaganda, *fake news* y la nueva geopolítica de la información», *Documento de trabajo* n.º 8, Madrid, Real Instituto Elcano.
- BONET, L., MARTÍN ZAMORANO, M. Y NÉGRIER, E. (2019): «Política y diplomacia cultural en las relaciones euro-latinoamericanas y caribeñas: génesis, discurso, praxis y prospectiva», en: L. Bonet y H. Schargorodsky (eds.), *Retos de las relaciones culturales entre la Unión Europea y América Latina y el Caribe*, Colección Cuadernos de Cultura n.º 5, Quaderns Gescènic.
- BRITISH COUNCIL (2018): «Knowledge Diplomacy: A bridge linking international higher education and research with international relations», *Discussion paper*, British Council's Cultural Relations research series.
- BRITISH COUNCIL Y GOETHE INSTITUT (2018): *Culture in an Age of Uncertainty. The value of Cultural Relations in societies in transition*, Londres/Múnich. Disponible en: https://www.goethe.de/resources/files/pdf165/culture_in_an_age_of_uncertainty.pdf
- COMISIÓN EUROPEA (2014): *Preparatory Action: «Culture in EU external relations»*, Bruselas. Disponible en: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/publications/global-cultural-citizenship_en.pdf
- COMISIÓN EUROPEA (2016): *Comunicación conjunta al Parlamento Europeo y al Consejo: «Hacia una estrategia de la UE para las relaciones culturales internacionales»*, Bruselas, 8.6.2016 JOIN(2016) 29 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2018a): *Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European economic and social Committee and the Committee of the regions: «A New European Agenda for Culture»*, Bruselas, 22.5.2018 COM(2018) 267 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2018b): *Comunicación conjunta al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: «Plan de Acción contra la desinformación»*, Bruselas, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2020): *White Paper: On Artificial Intelligence: «A European approach to excellence and trust»*, Bruselas, 19.2.2020 COM(2020) 65 final. Disponible en: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/commission-white-paper-artificial-intelligence-feb2020_en.pdf
- CORTINA, A. (2019): «Ética de la inteligencia artificial desde Europa», *El País*, 6 de junio de 2019. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2019/06/05/opinion/1559729489_306891.html
- GOBIERNO FEDERAL DE ALEMANIA (2019): *Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur und Bildungspolitik für das Jahr 2018*, Berlín.
- HIGGOT, R. (2017): «Enhancing the EU's International Cultural Relations: the prospects and limits of Cultural Diplomacy», *Policy Paper 3*, El-Csid.
- KEA (2016): *European cultural institutes abroad*, Bruselas, Research for CULT Committee, Unión Europea.
- KEA y PPMI (2019): *Culture and creative sectors in the European Union: key future developments, challenges and opportunities*, Bruselas, Research for CULT Committee-European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies.

- MARTEL, F. (2015): «Le critique culturel est mort. Vive la smart curation!», *Slate*, 5 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://www.slate.fr/story/106131/critique-culturel-est-mort-vive-la-smart-curation>
- MARTINELL, A. (2017): «Los ODS no incorporan la cultura», *El País*, 18 de abril de 2017. Disponible en: <https://blogs.elpais.com/alternativas/2017/05/los-ods-no-incorporaron-la-cultura.html>
- PARLAMENTO EUROPEO (2019): «La promoción de la cultura europea», Servicio de Estudios del Parlamento Europeo, Bruselas. Disponible en: https://what-europe-does-for-me.eu/data/pdf/focus/focus17_es.pdf
- PASIKOWSKA-SCHNASS, M. (2020): «Digital culture – Access issues», Servicio de Estudios del Parlamento Europeo, Bruselas. Disponible en: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651942/EPRS_BRI\(2020\)651942_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651942/EPRS_BRI(2020)651942_EN.pdf)
- SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA (2017): *Plan Cultura 2020*, Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- SEGIB (2012): «La diplomacia cultural en Iberoamérica. Los trazos de una agenda». Disponible en: http://www.minculturas.gob.bo/images/stories/infvaexterior/Diplo_Cultural.pdf
- SEN, A. (2004): «How Does Culture Matter?», en V. Rao y M. Walton: *Culture and Public Action*, Stanford University Press.
- STEINBERG, F. (2020): «Algunos apuntes sobre el fondo de recuperación europeo», *Comentario Elcano* 22, Real Instituto Elcano.
- ZUBOFF, S. (2019): *The Age of Surveillance Capitalism*, Londres, Profile Books.

PANORÁMICA DE LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR DE ESPAÑA: RETOS Y PROPUESTAS

Alfons Martinell Sempere

Este artículo analiza la política cultural exterior de España, sus antecedentes históricos desde el franquismo y la realidad de sus estructuras actuales para, sobre esta base, presentar un conjunto de propuestas y reflexiones para replantear algunas orientaciones estratégicas. Así, propone una adecuación a la realidad pluricultural y lingüística del país y a su sistema competencial de las diferentes administraciones públicas en el campo de la cultura, y plantea la urgencia necesaria en la toma de decisiones en este ámbito, para contribuir a situar la vida cultural del país a la altura de los retos de los diálogos contemporáneos con otros contextos culturales.

Palabras clave: políticas culturales, acción cultural exterior, diplomacia cultural, institucionalidad cultural, cooperación cultural, cultura y desarrollo.

I. ANTECEDENTES: DE LA “HISPANIDAD” A LA COOPERACIÓN CULTURAL

En el análisis y el estudio de la institucionalidad cultural, la evolución histórica adquiere una gran importancia, porque existe una cierta tendencia a la preservación o mantenimiento de modelos tradicionales si no se introducen voluntades de cambio políticos y legislativo de una cierta profundidad. La acción cultural en el exterior siempre se ha considerado como una herramienta clásica de la política exterior que puede alcanzar más o menos importancia de acuerdo con las prioridades políticas de gobiernos de signos diferentes, los cuales pueden desencadenar innovaciones conceptuales y la creación de nuevas instituciones y cambiar la destinación presupuestaria como reflejo de su intencionalidad.

Describiendo unos breves antecedentes, nos aproximamos a la situación actual. En la Dictadura, la acción tradicional de la diplomacia en el campo de la cultura se limitaba a las actividades de las representaciones diplomáticas. El proceso de institucionalización se inicia con la conformación en 1945 del Instituto de Cultura Hispánica para establecer una relación especial con los países de América Latina a partir del vínculo de la lengua y las relaciones con las antiguas colonias. Posteriormente, la creación de la Asociación de Academias de la Lengua Española (1951) y los Congresos de la Lengua Española son un reflejo del papel predominante de la lengua española en las relaciones culturales de esta época.

Bajo el concepto de hispanidad se incorporaron diferentes elementos para una política cul-

tural exterior, en pleno asilamiento y autarquía, que regiría la política del franquismo en este campo durante décadas. También con el impulso de un organismo multilateral regional *ad hoc* se incentivó la creación de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) en 1949 como plataforma multilateral que entre sus objetivos incorpora la cultura. En este periodo la gestión le correspondió a la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas mantenida entre 1945 y 1951 en el seno de la estructura del Ministerio de Asuntos Exteriores. Esta organización sobrevivió durante casi todo el franquismo, incorporando en el último trayecto el Instituto Hispano Árabe en 1974 como otro elemento de las relaciones con los países del Magreb y de ampliación de espacios con antecedentes históricos compartidos. En toda esta etapa la acción cultural española está muy limitada a la promoción de la lengua y cultura española y circunscrita a zonas geográficas con relaciones o antecedentes coloniales compartidos.

Una de las primeras acciones en el periodo democrático (1979) fue la creación del Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI) que integraba a los anteriores organismos en sus programas culturales, y el inicio de la creación de la red de centros culturales en el exterior (América Latina y Guinea Ecuatorial) entre otras nuevas líneas de acción, situando la cultura en una perspectiva de cooperación internacional al desarrollo al lado de la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas del Ministerio de Asuntos Exteriores con funciones más de promoción de la cultura al exterior. En 1991 se crea el Instituto Cervantes como primer acto de institucionalización de los gobiernos democráticos en materia de acción cultural exterior en la línea de los institutos de otros países europeos y sobre la base al valor de la lengua y cultura española en el mundo.

No fue hasta el final de la década de los noventa (1998) que se crea la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) de acuerdo con la Ley 23/1998 de Cooperación Interna-

cional que en su articulado incorpora la cultura como eje importante. Esto se evidencia en su organigrama que define dos direcciones territoriales (Iberoamérica y África) y la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas. Estructura que coexiste durante un cierto tiempo con otras funciones parecidas en el Ministerio hasta la ley 24/2001 que unifica las funciones de las dos unidades en una sola dirección con dos funciones: las competencias en promoción cultural exterior del Ministerio en coordinación con las estructuras internacionales de otros Ministerios y la cultura en la cooperación al desarrollo (Martinell, 2019).

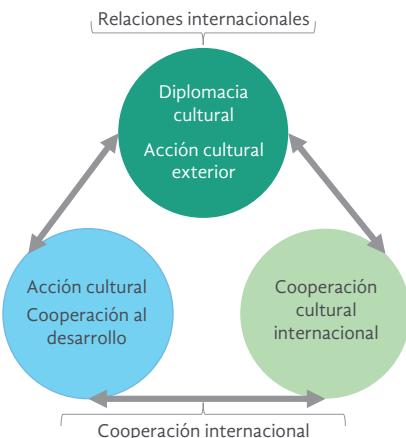
Esta configuración define la política del Ministerio de Asuntos Exteriores a pesar del tratamiento de la cultura en la Constitución Española y los Estatutos de Autonomía (Prieto de Pedro, 1995) con los correspondientes procesos de descentralización y transferencia de las competencias en cultura a las comunidades autónomas. La estructura tiene un evidente sesgo centralista (competencia en política exterior), pero no establece una articulación con la nueva realidad territorial del país.

II. CONFIGURACIÓN DE UN MODELO PROPIO TRIBUTARIO DE LA HISTORIA

La acción o política cultural exterior se configura en cada país, como una secuela de su historia, de sus relaciones internacionales, incluyendo las antiguas colonias o el papel de su lengua u otras variables contextuales.

Lo que podemos denominar modelo español ya ha sido analizado en diferentes trabajos y en otros artículos de este Informe. La realidad de la estructura de la acción cultural exterior española es el resultado de una lenta evolución de su institucionalidad con periodos de inacción o continuismo y otros con incorporación de nuevos valores y políticas. Se caracteriza por la conjunción de las tres dinámicas (Martinell, 2014) que se reflejan en el gráfico 1.

Gráfico 1. LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR: INTERRELACIONES



Fuente: elaboración propia.

En el marco general de las relaciones y la cooperación internacional entre Estados, la dimensión cultural puede entenderse en tres grandes áreas que mantienen una interdependencia muy profunda pero que actúan de acuerdo con dinámicas y fines diferentes:

- La acción cultural exterior se puede considerar como el conjunto de programas e instituciones que actúan dentro de la política exterior para fomentar la proyección genérica de la cultura en los espacios internacionales. Dirigida por el Ministerio de Asuntos Exteriores y coordinada con otros ministerios, principalmente de Cultura, asume las responsabilidades de una política cultural exterior. Por medio de las agregadurías en las representaciones diplomáticas y diferentes organismos especializados asume la responsabilidad de la promoción de la cultura (o culturas) de España en el mundo. Mantiene relaciones bilaterales con otras representaciones diplomáticas para temas de interés común y reconocimiento mutuo. Y la presencia en organismos multilaterales relacionados con el campo de la cultu-

ra. Actualmente se relaciona con la Diplomacia Cultural, concepto muy amplio que tiene diferentes aceptaciones. (Marco y Otero Roth, 2012).

- La cooperación cultural internacional se configura dentro de la cooperación internacional como la relación entre países y sociedades para asumir necesidades y conocimientos conjuntos. Facilita el conocimiento y respeto entre diferentes culturas de acuerdo con los principios de la Declaración Unesco 1966¹: “Las naciones se esforzarán por lograr el desarrollo paralelo y, cuando sea posible, de la cultura en sus diferentes esferas a fin de conseguir un equilibrio armónico entre el progreso técnico y la elevación intelectual y moral de la humanidad”. La cooperación cultural internacional plantea objetivos mucho más amplios de la acción cultural exterior de los Estados y reclama la movilización de amplios sectores de la sociedad para estos fines. Se convierte en un valor importante en los procesos de integración y convivencia internacional. La CCI adquiere una gran importancia y extensión en una sociedad globalizada y por la alta movilidad de las personas y agentes culturales en los contextos contemporáneos.
- La cooperación cultural para el desarrollo se inscribe en los compromisos internacionales en las políticas de ayuda oficial al desarrollo (AOD) desde el aporte de los diferentes ámbitos de la cultura y en el compromiso a establecer sistemas de igualdad entre culturas. La dimensión cultural al desarrollo y la lucha contra la pobreza se insertan en el valor de la vida cultural como condición

1. Unesco (1966): *Declaración de los Principios de la Cooperación Cultural Internacional*.

y aporte al desarrollo humano. Su función en la cooperación internacional se basa en el principio de solidaridad entre culturas y en la defensa de la diversidad cultural como patrimonio de la humanidad (Unesco, 1996). Ayudar a los países menos avanzados a consolidar los propios sistemas culturales y su diversidad cultural y mantener una institucionalidad cultural básica. La vida cultural en todas sus manifestaciones aporta elementos a la gobernanza y a la cohesión social en su dimensión política y contribuye al desarrollo socio económico.

La situación actual de la política cultural exterior mantiene una unidad de acción desde estas tres grandes áreas conceptuales que, como ya hemos presentado brevemente, son el fruto de la evolución de las propias políticas y de sus procesos de institucionalización.

Aprovechando las interacciones e interdependencias de sus contenidos permite una mayor eficacia a partir de una gestión conjunta de fondos de la política exterior y de la ayuda oficial al desarrollo de acuerdo con la definición de países socios en los planes directores. Esta unidad permite disponer de un modelo más eficiente de acuerdo con los limitados recursos disponibles. Modelo que mantiene algunos recelos o críticas pero que ha demostrado su eficacia y reconocimiento o innovación por parte de otros países y de la Unión Europea.

Entre estas tres áreas se inscribe la dimensión económica de la cultura en las relaciones internacionales por su impacto en el PIB, el comercio exterior de bienes culturales, las importaciones, o el establecimiento de empresas internacionales en el territorio español; Así como por todos los procesos de coproducción cultural de los agentes culturales (públicos,

Tabla 1. DIMENSIONES COMPLEJAS DE LA ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

| Política cultural exterior | Cooperación cultural internacional | Solidaridad cultura y desarrollo | Coproducción y mercados de bienes culturales |
|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Acción cultural exterior • Promoción cultural • Estructuras Estado • Diplomacia cultural • Presencia cultura en el mundo • Relaciones culturales bilaterales • Coordinación gubernamental y territorial • Marca país • Acuerdos internacionales • Presencia organismos multilaterales • Instituciones especializadas • Ayudas a la internacionalización de la creación y producción cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos de acción conjunta • Reconocimiento de la otredad • Aceptación y reconocimiento entre culturas • Diálogo intercultural • Aceptación diversidad cultural como patrimonio humanidad • Cooperación entre sociedades civiles de diferentes culturas • Intercambios culturales • Protagonismo de los agentes culturales • Relaciones culturales organizaciones culturales • Redes internacionales de cooperación cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Principio de solidaridad entre culturas en base a los derechos culturales • Compromisos en los problemas mundiales (guerras, conflictos, catástrofes, migraciones, etc.) • Ayuda a los países menos avanzados en el mantenimiento de sus sistemas culturales • Incorporación de la cultura en la cooperación al desarrollo • Voluntad de compensar desigualdades y la reducción de la pobreza • Compromisos de la cultura con los Ods y la Agenda 2030 • Ayuda al mantenimiento de la diversidad cultural | <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos de acción conjunta en el sector privado • Internacionalización de bienes y servicios culturales • Dinámicas de mercado y rentabilidad de la cultura • Comercio internacional justo de los bienes culturales • Regulación y desregulación de los mercados culturales • Ayudas a la internacionalización de producciones culturales • Coproducciones culturales de ámbito internacional • Consolidación de un sector cultural internacional |

Fuente: elaboración propia.

empresas como entidades de interés social) que inciden en los resultados económicos del sector cultural.

La tabla 1 nos permite observar las diferencias e interdependencias entre las áreas que reflejan la complejidad de una visión contemporánea de la política cultural exterior:

III. MITOS Y REALIDADES DE LA COOPERACIÓN CULTURAL INTERNACIONAL

La tradicional función de la acción cultural al servicio de las diplomacias oficiales de relación y cooperación entre Estados se ha visto alterada por la incorporación de una multitud de agentes culturales que actúan en la esfera de las relaciones internacionales y que cuestionan la exclusividad del Estado en estas responsabilidades, ya que en la práctica actúan al margen o paralelamente a las estructuras oficiales.

Este fenómeno se ha incrementado por el efecto movilidad y por la capacidad de comunicación de las sociedades en globalización que entienden las relaciones culturales internacionales como un vehículo de intercambio y reconocimiento mutuo entre las personas, los países y sus culturas. Esta nueva cooperación se configura a partir de acciones compartidas y la creación de un campo de flujos culturales bidireccionales dirigidos a la comprensión de las otras culturas y a las relaciones culturales entre sociedades civiles (en los ámbitos de empresa, grupos artísticos, instituciones, organizaciones no gubernamentales, etc.). Dinámicas de difícil control y seguimiento que crean un escenario de un cierto caos, como reflejo de su alta complejidad cuando se realizan en entornos democráticos y de respeto a la libertad cultural.

En este contexto, ha de situarse una política de Estado capaz de entender que no puede dirigir ni controlar estos procesos, pero ha de

crear un marco para su circulación e intercambios. Lo que sugiere aceptar un nuevo cometido de la política cultural exterior al servicio del dinamismo del sector cultural, los creadores, el mercado cultural y de la sociedad civil como grandes protagonistas de la promoción de la cultura.

IV. UN SECTOR QUE NECESA CAMBIOS Y ADECUACIONES

A pesar de los cambios en la sociedad española, y en los escenarios internacionales, el modelo estructural de base de la acción cultural exterior española no ha cambiado desde la unificación de competencias en 2002². Únicamente ha ido progresando en la creación de nuevos organismos autónomos más o menos relacionados como el Instituto Cervantes, Centros Culturales, Casas³, etc., pero sin realizar los ajustes que el contexto reclamaba. Además, las reducciones presupuestarias de la crisis económica del periodo 2008-2014 representaron una limitación drástica de la cooperación internacional con fuerte repercusión en toda la acción cultural exterior que continuó subsistiendo en una situación de mímos.

En este sentido, consideramos conveniente plantear unos retos y propuestas de futuro que se perciben como necesarios para una mejor adaptación a los contextos actuales y futuros. Algunos de ellos son recurrentes desde hace años, y otros responden a urgencias políticas que sería conveniente adoptar lo antes posible por proceder de un periodo de mantenimiento estructural con poca adecuación a las nuevas realidades y sus necesidades.

2. Ley 23/1998 de cooperación internacional y unificación de funciones de la ley 24/2001

3. A las primeras casas, América y Asia, se unieron Árabe, Mediterráneo, Sepharad, etc.

Situar la política cultural exterior en la realidad del país

1. Profundizar en la definición de las competencias culturales que incorpora la Ley de Acción y del Servicio Exterior del Estado (2014) para una mejor vertebración de la actuación de los diferentes actores que inciden en la acción cultural exterior. Analizar el mejor modelo de futuro con una amplia participación de los agentes sociales para que no se quede solamente en un reparto de competencias. Establecer un nivel presupuestario y una previsión prospectiva para recuperar, lo antes posible, el nivel de antes de la crisis.
2. Articular la acción cultural en la política exterior, como política de Estado, exige una actualización de los tradicionales planteamientos, teniendo en cuenta que la mayoría de las competencias en materia de cultura están transferidas a las Comunidades Autónomas. Esta realidad requiere de una estructuración política, hasta ahora inexistente, para relacionar la unidad de acción en el exterior y los territorios del país que aportan su vida y producción cultural a la función de conjunto. Como mantiene el art 25.3⁴, “La Acción Exterior en materia de cultura facilitará la defensa, promoción y difusión de las culturas de las nacionalidades y regiones que integran la nación española, en el marco previsto en el artículo 149.2 de la Constitución Española”. Circunstancia que requeriría un acuerdo político para la creación de mecanismos de coordinación como podrían ser un Consejo Territorial o Comisión Delegada para estos temas con la participación de todas las Comunidades Autónomas. La actual estructura mantiene una visión centralista sin tener en cuenta la evolución del proceso de transferencia de competencias propuestas en los Estatutos de Autonomía y una profundización del mencionado artículo 194.2 que propone los principios de la comunicación cultural en la carta magna como mecanismo de acuerdo territorial⁵.
3. De la misma forma, la existencia de muchas unidades gubernamentales diferentes y organismos autónomos relacionados con la acción cultural exterior, en forma de fundaciones, institutos, consorcios, empresas públicas, etc., son la expresión de la amplitud de funciones e instrumentos creados para un mismo fin. Pero el riesgo de atomización y dispersión puede incidir en la eficacia del sistema, y por esta razón se observa la necesidad de una mayor coordinación y concurrencia basada en la cooperación interna y en un proceso de compartición de la información y de evolucionar hacia formas de cogestión, para evitar duplicidades y asegurar una mayor sinergia general.
4. En la actualidad las ciudades representan un capital cultural de primer orden por su capacidad de producción y difusión cultural y como motores de la creación de imagen y proveedoras de bienes y servicios culturales para la acción cultural exterior. Lo que se

4. Ley 2/2014, de 25 de marzo, de la Acción y del Servicio Exterior del Estado.

5. Interesante la definición de comunicación cultural de la Constitución en el preámbulo de la Ley 10/2015 de 26 de mayo para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial.

ha denominado diplomacia local es un ejemplo de su potencial, pero podría ser mucho mayor si se unieran a objetivos más amplios. No podemos olvidar que la administración local representa más del 64,2 % ⁶ del gasto público en cultura en España. De forma que incorporar las ciudades en la agenda de cooperación cultural internacional es imprescindible para conseguir mejores resultados, ya que son motores de creación de imagen y atracción internacional. De la misma forma, como actores culturales de primer orden, pueden encontrar un reconocimiento y apoyo a las tareas de internacionalización de la cultura que, a su manera y aisladamente, ya ejercen.

Reconocer la importancia de la participación de los agentes sociales y culturales

5. La complejidad del ámbito de la cooperación cultural internacional, en los contextos contemporáneos, requiere de una alta participación e implicación de agentes sociales y culturales de diferentes procedencias y niveles. La movilización comprende al sector privado, la sociedad civil y los diferentes niveles de la administración, así como a las organizaciones o compañías culturales, creadores, artistas, intérpretes, etc. que desde diferentes posiciones e intereses interactúan con gran dinamismo en el campo de acción de la cooperación cultural internacional. La mayoría de estas iniciativas funcionan por propio interés y recursos, pero sería

conveniente poner a disposición, de estos actores, una propuesta de carta de navegación clara y explícita de los recursos públicos disponibles y de los diferentes actores gubernamentales o no gubernamentales de esta acción. Por lo cual se percibe la necesidad de disponer de algún tipo de Plan o Acuerdo Estratégico para la cooperación e internacionalización cultural, que permitiera identificar los activos, diseñar estrategias bien definidas y una hoja de ruta para la imprescindible participación de la sociedad en este fin común.

6. Aceptar a este gran número de actores sociales, que intervienen en los procesos de cooperación cultural internacional, supera la tradicional función del Estado. Se percibe como necesario un cambio de paradigma para situar la política como facilitadora de los procesos y flujos de la cooperación cultural internacional en lugar de posiciones más dirigentes de estos procesos que por su magnitud son de difícil seguimiento. Hemos de aceptar que este campo funciona por la energía y los intercambios múltiples de imposible control, ya que sus dinámicas generan un cierto caos y desorden en un entorno de libertad cultural y de respeto democrático a la participación cultural. Por esta razón el papel del Estado ha de resituarse en el funcionamiento de estos procesos en una sociedad globalizada.

Mantener una presencia en los grandes compromisos de la comunidad internacional

7. Mantener una política de compromiso con los Derechos Humanos y más concretamente en la aplicación del artículo 15 del Pacto Internacional

6. 3270 millones de euros. *Anuario de Estadísticas Culturales 2019*, Ministerio de Cultura y Deportes.

- de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966 (PIDESC) en la defensa de los derechos culturales y su aplicación a la cooperación cultural internacional⁷. En este ámbito, España ratificó en 2010 el Protocolo facultativo del PIDESC⁸, que le compromete a presentar periódicamente un informe sobre la aplicación de este Pacto en España. Estos informes requieren de procesos participativos de elaboración para aumentar el nivel de sus contenidos y que sean el reflejo de la diversidad cultural del país. En esta misma línea los trabajos e informes de la Relatora especial para la esfera de los Derechos Culturales⁹ de Naciones Unidas aportan diferentes elementos para su incorporación en la consideración y forma de la cooperación cultural internacional.
8. España fue uno de los países que auspició la Convención para la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de 2005 y con aportes en el marco de la cooperación multilateral con Unesco. Los principios y valores de esta Convención tienen una gran transcendencia para la gobernanza cultural mundial, las relaciones culturales bilaterales y los contenidos de los programas de cooperación cultural internacional. Por esta razón es primordial que la política cultural exterior participe ac-

tivamente en el Fondo Internacional para la Diversidad Cultural (FIDC) de la Unesco y se comprometa a presentar cada cuatro años “informes periódicos” sobre las políticas y medidas que han adoptado, y los desafíos encontrados en la aplicación de la Convención con una amplia participación de los agentes culturales.

9. Con respecto a una política de multilateralidad en el ámbito de la cultura, es importante mantener la relación prioritaria con la región iberoamericana de larga tradición con grandes programas¹⁰ de éxito en la cooperación cultural y que han sido bancos de pruebas de formas de organización y modelos de cooperación para otras latitudes. Y en el ámbito de la Unión Europea hay que avanzar en la estrategia conjunta que el Consejo y el parlamento europeo establecieron en 2016 y que se convierte en una hoja de ruta importante para una mayor sinergia y cooperación de los países de la UE con terceros en materia de cultura¹¹.
10. Mantener el compromiso por la dimensión cultural en la cooperación al desarrollo de acuerdo con los antecedentes y las aportaciones de la Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española (MAEC, 2007) con impactos y prácticas evidentes. Situar esta dimensión en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 como un eje imprescindible de la política cultural exterior. En esta orientación es necesario sensibilizar y

7. Naciones Unidas. Consejo Económico y Social. Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (2009): Observación general n.º 21 Derecho de toda persona a participar en la vida cultural (artículo 15, párrafo 1 a), del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturas.

8. <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/OPCDESCR.aspx>

9. <https://www.ohchr.org/SP/Issues/CulturalRights/Pages/SRCulturalRightsIndex.aspx>

10. Programas Cumbre como Ibermedia, Iberescena, Ibermuseos, etc. Ver: <https://www.segib.org/cooperacion-iberoamericana/cultura/>

11. EU (2016): *Towards an EU Strategy for International Culture Cooperation*.

animar al sector cultural a una mayor implicación en esta agenda de la comunidad internacional para avanzar en aplicar principios de sostenibilidad en las instituciones culturales.

El reto por una gestión más eficaz y profesional

11. Asumir más responsabilidades para una mayor eficacia de la política cultural exterior requiere disponer de capacidades adecuadas a las nuevas necesidades de la gestión cultural internacional. Definiendo unos perfiles profesionales necesarios para las diferentes funciones que esta política exige en el contexto internacional actual. Es imprescindible planificar una formación especializada a diferentes niveles y un sistema de acceso o selección que permita disponer de personal funcionario o contratado de acuerdo con los objetivos decididos. Es necesario superar la poca exigencia profesional para el ejercicio de responsabilidades en gestión cultural, como si este este ámbito de la política exterior cualquier persona dispusiera automáticamente de estas competencias. De la misma forma, se considera conveniente incidir en la capacitación del sector cultural privado y artístico, en general y especializado, en las funciones de internacionalización de sus proyectos.
12. Definir estrategias para la definición de una imagen de la/s cultura/s de España en el exterior a través de diferentes herramientas para una presencia en Internet y las redes sociales que permita mostrar la realidad de la vida cultural y la producción artística del país. A este fin es conveniente una posición más proactiva que implique al sector privado y la sociedad civil con las estructuras de los diferentes niveles de las administraciones públicas. Conseguir una mayor visibilidad de nuestras expresiones culturales en los contextos globales requiere de la participación de todos los agentes culturales, pero el Estado ha de facilitar algunos canales y apoyo.
13. Para una mejor separación entre decisiones políticas y artísticas es recomendable la creación de comisiones o consejos de expertos para asesorar las decisiones de naturaleza artística y técnica en el campo de la presencia en eventos internacionales. De esta forma, se prestigian las decisiones y se evita la excesiva politización de las opciones sobre proyectos creativos
14. La acción cultural exterior requiere de una posición clara en el fomento a la creación y producción cultural para su incorporación a los mercados culturales internacionales. La globalización y sus mercados inciden positiva y negativamente en el sistema cultural propio, lo cual requiere de instrumentos internos y externos para su regulación o atenuación. A la cooperación cultural internacional le corresponde crear condiciones para que los bienes y producciones culturales transiten en igualdad de oportunidades por los mercados internacionales. Mantener un seguimiento de los acuerdos de la World Trade Organization para proteger culturas y formas culturales minoritarias ante procesos de liberalización muy amplia. Vigilar los tratados de libre comercio, entre diferentes partes, para que se proteja la producción cultural. El fomento de mercados para la cultura y la circulación de productos culturales representa un factor importante para la supervivencia de nuestra creatividad con incidencia en el desarrollo sostenible.

En el escenario pos COVID-19

En el proceso de edición de este trabajo ha destonado la pandemia del coronavirus, con todas sus consecuencias en la vida cultural de la ciudadanía y su repercusión en las relaciones internacionales. Aunque es pronto para un análisis riguroso sobre sus efectos podemos apuntar algunas consideraciones:

15. Es evidente que los esfuerzos en la cooperación internacional se concentrarán en la consecución de vacunas y tratamientos para la enfermedad de la COVID-19, pero estas urgencias no pueden olvidar otros impactos a nivel económico, social y, por supuesto cultural. Una visión amplia y complementaria ha de promover una recuperación de todos los sectores entre ellos el cultural, identificando las repercusiones de esta crisis a corto y medio plazo.

La mayoría de los Gobiernos actuaron en urgencia para garantizar los servicios básicos a la ciudadanía sin contemplar la cultura como un servicio público esencial. Pero las ciudadanías, en diferentes horizontes y continentes, han generado respuestas para satisfacer sus necesidades culturales y mantener activa su vida cultural. Evidenciando la importancia de las actividades culturales y creativas para convivir con el confinamiento y la pérdida de la movilidad. La superación de la crisis, en la vida cultural, se ha producido en el entorno privado; familiar y comunitario a través de internet y el acceso a contenidos culturales locales, nacionales y globales. Emergiendo la vivencia de una nueva brecha social entre las personas, colectivos y territorios que no tiene accesibilidad a los medios de la sociedad de la información.

Por estas razones se han de mantener objetivos y recursos para la dimensión cultural del desarrollo en la Ayuda Oficial al Desarrollo en

general y en la cooperación bilateral y multilateral en una actualización de la Agenda 2030 y los ODS. En este sentido se podrán reconocer nuevas necesidades y problemáticas para su incorporación a la cooperación cultural internacional y el compromiso de la cultura en los procesos pos COVID-19.

V. A MODO DE CONCLUSIÓN

La acción cultural exterior de un país se configura como un amplio campo de acción al igual que lo sería su propio sistema cultural interno, ya que la relación entre lo local y lo global se ha aproximado enormemente en las últimas décadas. Por todo esto es conveniente plantearse reformas profundas en la política cultural exterior en nuestra sociedad actual.

A la complejidad de los propios ámbitos de la cultura se une la internacionalización de todas sus dimensiones que caracterizan a la gestión cultural contemporánea.

Aceptar la necesidad de coordinación entre actores es imprescindible para definir una política cultural, ya que es imposible su dirección desde una parte del sistema, entendiendo que la mejor acción cultural exterior es la que dispone de mecanismos para dinamizar la concurrencia de aportaciones y establecer formas de complementariedad. Esto requiere la aceptación de la diversidad de contenidos y expresividades que componen la vida cultural de un país y deberían circular por los entornos internacionales.

De acuerdo con estas reflexiones, hemos presentado unas propuestas a reflexión para evidenciar la necesidad de actualización en este campo de las políticas culturales. Como se puede apreciar, la urgencia de la toma de decisiones es evidente para no perder el tren de los acontecimientos que está en plena evolución y cambio.

BIBLIOGRAFÍA

- BADILLO, Á. (2014): *Las políticas públicas de acción cultural exterior de España*, Madrid, Real Instituto Elcano.
- BRITISH COUNCIL (2012): *The Power of Culture to Change Lives. Why culture should be at the heart of efforts to tackle some of the key challenges facing the international community*, Londres.
- COMISIÓN EUROPEA (2016): *Hacia una estrategia de la UE para las relaciones culturales internacionales*.
- COMISIÓN EUROPEA (2017): *El nuevo consenso europeo en materia de desarrollo «Nuestro mundo, nuestra dignidad, nuestro futuro»*.
- DELGADO GÓMEZ-ESCALONILLA, L. (1988): *Diplomacia franquista y política cultural hacia Iberoamérica, 1939-1953*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Centro de Estudios Históricos.
- DEMOS (2007): *Culture is a central component of international relations. It's time to unlock its full potential*, Londres, Demos.
- IÑIGUEZ, D. (2006): «La acción Cultural exterior y la eficacia del poder blando», *Revista Política Exterior*, n.º 111.
- MAEC (2007): *Estrategia de Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española*, Madrid, MAEC.
- MARCO, E. Y OTERO ROTH, J. (eds.) (2012): *El discreto encanto de la cultura*, Barcelona, Ariel.
- MARTINELL, A. (2006): *Hacia una nueva política cultural exterior*, ARI n.º 127/2006 Madrid, Instituto Elcano.
- MARTINELL, A. (2014): «La cooperación cultural internacional por un nuevo marco de gobernanza», en *Informe sobre el estado de la cultura en España. La salida digital*, Madrid, Fundación Alternativas, pp. 115-131
- MARTINELL, A. (2019): «Cultura es Desarrollo en la cooperación española», *Revista Española de Desarrollo y Cooperación*, n.º 44, pp. 123-134
- NOYA, J. (2007): *Diplomacia pública para el siglo XXI*, Barcelona, Ariel.
- PRIETO DE PEDRO, J. (1995): *Cultura, culturas y constitución*, Madrid, Editorial Centro de Estudios Culturales.
- Unesco (1996): *Nuestra diversidad creativa*, París, Unesco.
- Unesco (2005): *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.

LA SOSTENIBILIDAD DEL PASADO: POR UNA NUEVA ESTRATEGIA DE PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

María Ángeles Querol

Tras aclarar el concepto de patrimonio arqueológico dentro del contexto del patrimonio cultural, se analiza la historia de su gestión y se presenta el modelo de arqueología preventiva de planeamiento, consistente en utilizar el planeamiento territorial para la declaración de zonas de reserva y áreas de cautela y evitar o minimizar así las sorpresas y las urgencias. Este balance permite argumentar la necesaria modificación de la consideración social de la arqueología y del patrimonio arqueológico, hoy por hoy bastante negativa, y la urgencia del establecimiento de adecuadas políticas públicas de puesta en valor de yacimientos arqueológicos en ámbitos rurales, para lo que resulta imprescindible la participación activa de la ciudadanía y de los ayuntamientos.

Palabras clave: patrimonio Cultural, planeamiento urbano, yacimientos visitables, participación ciudadana, ayuntamientos.

I. SOBRE LA ESPECIAL NATURALEZA DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

Como en el momento actual la expresión “patrimonio” e incluso “patrimonio cultural” se utiliza muy a menudo como sinónimo de “cultura”, parece conveniente comenzar recordando una definición consensuada de patrimonio cultural (Querol 2010, p. 11): los elementos muebles, inmuebles o inmateriales heredados del pasado –y el pasado es ayer–, que hemos decidido proteger como nuestras señas de identidad –o como recursos turísticos–. Son resultado de actividades humanas o las propias actividades humanas: un edificio, un paisaje modificado, una ciudad, un antiguo cemente-

rio o la manera tradicional de trenzar esparto. Por mucho que nos guste un objeto o una costumbre, solo se convierte en patrimonio cultural si se inventaríía o declara como tal; por eso, de los millones de obras humanas materiales e inmateriales, pasadas y presentes, tan solo unos cuantos miles son patrimonio cultural.

El patrimonio arqueológico es una parte de ese contexto, definida como el conjunto de restos para cuya búsqueda, estudio e investigación se utiliza la metodología arqueológica, basada en las prospecciones, los descubrimientos, la estratigrafía y las excavaciones.

Son, por lo tanto, unos bienes culturales bastante especiales. No están vivos, poco tie-

nen que ver con la sociedad actual, no están en uso ni de ellos se conserva memoria, salvo excepciones. El tiempo los ha ocultado, enterrado, sumergido, de modo que, en su mayoría, han de ser “descubiertos” para ser estudiados. Su búsqueda, descubrimiento y excavación se realizan de una forma especial, basada en la observación y el registro de los restos en sus contextos, y esa forma especial se aprende estudiando arqueología. Por lo tanto, la arqueología hace al patrimonio arqueológico.

En el mundo occidental, donde se inventó, la arqueología se define en la actualidad como la ciencia que reconstruye las sociedades del pasado mediante el estudio de sus restos. Da igual si el pasado es remoto o cercano; siempre que exista por un lado interés histórico y, por otro, restos, la arqueología puede funcionar como ciencia constructora de la historia humana.

El patrimonio arqueológico tiene numerosas características especiales que lo diferencian del resto de los bienes que se consideran patrimonio cultural. Destacan tres: su carácter de dominio público, la larga serie de condiciones que las Administraciones competentes establecen para el cumplimiento de lo anterior, y la necesidad, para su protección, de una política de gestión preventiva que se base en el planeamiento territorial o urbanismo.

Esta última cuestión exige dedicar un apartado en este trabajo; por lo que respecta a las dos primeras, la situación es simple: las 18 leyes vigentes de patrimonio cultural o histórico dejan claro que los restos arqueológicos, hayan sido excavados –extraídos– o no, son de propiedad pública. Así se encuentren en terrenos privados o públicos, bajo las aguas territoriales o bajo las ciudades, su naturaleza es demanial.

El cumplimiento de esta premisa obliga a las Administraciones competentes –que como antes señalamos, son 18– a dotarse de una buena cantidad de medidas coercitivas para

impedir el mal uso o expolio de los restos arqueológicos, desde la apropiación, exportación o comercio ilegales hasta las excavaciones no autorizadas. Hoy se sabe que para realizar una excavación hay que tener una autorización de la comunidad autónoma donde se encuentra el sitio, y esa administración solo otorgará el permiso si quienes lo solicitan presentan suficientes garantías profesionales, si cuentan con la financiación apropiada y si la intervención se considera científicamente necesaria –de lo contrario, sería destruir por destruir, porque una excavación, incluso la mejor realizada, es siempre una destrucción–.

A esto hay que añadirle que el patrimonio arqueológico presenta en el momento actual un buen número de problemas cuya resolución u olvido contribuirán sin duda a su futuro. En este artículo tan solo vamos a abordar tres más relevantes: lo que ahora denominamos arqueología preventiva o gestión preventiva, el necesario impacto social positivo que, como veremos, está ligado a cuestiones de amplio espectro como la difusión y la educación, y el aprovechamiento del Patrimonio Arqueológico para el desarrollo de áreas no urbanas.

Para empezar, y antes de entrar en esos aspectos, parece adecuado presentar una pequeña historia de la gestión del patrimonio arqueológico en nuestro país.

II. LA PESADA HERENCIA DEL PASADO: LA ARQUEOLOGÍA DE URGENCIAS

Durante prácticamente toda su historia, el objetivo fundamental de la arqueología ha sido la excavación de nuevos yacimientos para con ello aumentar tanto el conocimiento histórico como la riqueza de los museos y colecciones. Nuestros campos se fueron llenando así de lugares más o menos románticos y ruinosos, pero en el último medio siglo la situación cambia: por un lado, nos damos cuenta de que

los yacimientos arqueológicos no son infinitos, aunque sean numerosos en esta parte del mundo, de que en muchos casos la adecuada apertura al público de esas ruinas contribuye, mediante el turismo, al desarrollo económico de los pueblos; y por otro también comprendemos que la integridad de los yacimientos se ve muy amenazada por los movimientos de tierra que las actuales obras provocan, sobre todo las de gran envergadura.

Las comunidades autónomas, principales gestoras del patrimonio arqueológico a través de sus departamentos de cultura, desde que asumieron sus competencias en la década de los 80, han intentado que, antes de la realización de alguna obra o movimiento de tierras en lugares sospechosos de contener restos arqueológicos, se realice una excavación arqueológica para, al menos, “salvar” el conocimiento que esos restos podían ofrecer; pero la experiencia ha situado a las personas responsables ante un dilema: si se excava un yacimiento, se destruye; si no se excava, no se obtiene información y, además, de todas formas se destruye, porque la obra se realiza.

Antes de esa década tan solo existía una Administración competente encargada de autorizar, financiar y publicar las investigaciones arqueológicas, realizadas por profesorado universitario, personal de museos o miembros del CSIC, con casi total independencia de las necesidades patrimoniales de los bienes culturales, de los peligros en los que el desarrollo urbano o las obras públicas cada vez más numerosas los colocaban y con una muy escasa incidencia social. Si, excepcionalmente, una obra o movimiento de tierras ponía al descubierto algún resto arqueológico monumental o muy significativo, era el personal de los museos provinciales el encargado de “rescatarlos”, siempre detrás de las máquinas y en una actividad denominada con propiedad “urgencias arqueológicas”. Por supuesto, la arqueología estaba lejos de ser una actividad empresarial; tampoco se

reconocía, socialmente, como una profesión, sino como una afición a la que cualquier persona –sobre todo si era rica– tenía acceso.

En 1985 se produce una conjunción de cambios: las Administraciones competentes pasan a ser 18; aumenta el número de puestos de trabajo relacionados con la gestión del patrimonio cultural en general, las obras públicas y los movimientos de tierras se multiplican y, al mismo tiempo, nuevas generaciones de personas formadas en arqueología –en las licenciaturas de Historia– se asocian y se colegian para promover la consideración profesional de la práctica arqueológica.

Otro detalle importante es que las normas sobre patrimonio cultural de las comunidades autónomas comienzan a publicarse desde 1990 y ya la primera de ellas, la de Castilla-La Mancha, hoy derogada, aporta una interesante novedad: la empresa promotora de las obras está obligada a financiar la elaboración de un estudio sobre el valor arqueológico del solar en el que se vayan a realizar siempre que se sospeche la existencia en él de restos. Ese estudio será previo al otorgamiento de la licencia y, a la vista de sus resultados, la Administración de Cultura establecerá sus condiciones.

Prácticamente todas las leyes que se publicarán después desarrollarán esta línea, pero lo que en esos momentos no se pudo ver es que esta interesante iniciativa servía de poco si las Administraciones de Cultura no poseían además capacidad para modificar los planeamientos, parar las obras, evitarlas o, simplemente, para indemnizar la pérdida de edificabilidad que resulta de la preservación de un yacimiento. Poco a poco se va comprendiendo que la protección del suelo en el que está el yacimiento que se desea proteger tiene que ir muy por delante de la aprobación de los proyectos de obra.

En ese contexto de cambios, España ingresó en la UE en 1986, lo que provocó la puesta

en práctica de las evaluaciones ambientales, en cuyas ejecuciones los equipos de arqueología son contratados para prospectar los terrenos afectados y, en su caso, realizar las excavaciones “de salvamento” antes de que la obra arrase los yacimientos. Y aunque las comunidades autónomas aceleran la confección de cartas arqueológicas o “cartas de riesgo” para conocer lo que tienen e incluso lo que sospechan, el ritmo de la obra pública y privada resulta demasiado fuerte como para ir por delante. Cada vez más equipos se contratan, cada vez más yacimientos se destruyen, por suerte muchos de ellos previa excavación. Los almacenes de los museos se llenan; apenas hay tiempo ni presupuesto para que los materiales se restauren y se expongan o se publiquen, salvo excepciones (Martínez Díaz y Querol, 2013).

Se iniciaron por aquellos años una serie de movimientos laborales que consiguen, con más o menos problemas, el reconocimiento de la arqueología como una actividad profesional especializada con un código ético propio. De hecho, y como una novedad educativa que se inició el año 2009, en la actualidad existen cuatro universidades públicas españolas que ofrecen el Grado en Arqueología, antes inexistente (Ruiz Zapatero 2010). Se multiplican las empresas de arqueología o de servicios arqueológicos, de manera que se trabaja en patrimonio arqueológico desde tres frentes: la academia, las empresas privadas y las administraciones públicas (Querol y Martínez Díaz, 1996).

Hoy día, la gran mayoría de las actividades arqueológicas –excavaciones y prospecciones– que se realizan en nuestros territorios está motivada por la necesidad de “salvar”, “documentar” o incluso “liberar” los terrenos en los que se sospecha la existencia de yacimientos y en los que se va a realizar una obra y están financiadas por las empresas promotoras de esas obras. Su razón no es por lo tanto de carácter investigador o académico, no obedece a las necesidades del conocimiento histórico, sino a los caprichos

de las obras o movimientos de tierras. Continúan existiendo grandes yacimientos como Atapuerca o Numancia en los que se excava no por necesidad impuesta por las obras, sino por objetivos de investigación; pero son pocos, aunque su incidencia social sea grande.

El porcentaje de excavaciones “de urgencia” motivadas por las obras y realizadas por las empresas de arqueología, llegó a ser bastante impresionante en los años anteriores a la última crisis económica. Solo en la Comunidad de Madrid, por ejemplo, y por citar datos publicados, se realizaron 277 intervenciones –excavaciones y prospecciones, tanto en arqueología como en paleontología– en el año 2002 y 408 en el año 2003 (Castillo Mena, 2007). Y hay que subrayar que el aumento del número de excavaciones, sin que al mismo tiempo aumenten las publicaciones o exposiciones y, con ellas, el conocimiento histórico, no es precisamente bueno para la valoración positiva del patrimonio arqueológico.

Este acelerado proceso de destrucción tenía que ralentizarse e incluso evitarse; para ello, contamos en el presente con una herramienta: la arqueología preventiva de planeamiento.

III. PRESENTE Y FUTURO DEL PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO: LA ARQUEOLOGÍA PREVENTIVA DE PLANEAMIENTO

Tras considerar los argumentos anteriores, vemos que la gestión del patrimonio arqueológico que ha venido realizándose en nuestras regiones, consistente, como hemos visto, en aumentar el número de excavaciones para “salvar” los yacimientos antes de su destrucción por alguna obra, ha de dar un paso adelante y modificar tanto sus objetivos como sus estrategias y procedimientos. Surge así la arqueología preventiva de planeamiento, definida como el conjunto de actividades destinadas a *evitar* o a minimizar el daño de la obra pública o privada en el patrimonio arqueológico (Martínez Díaz,

2007; Martínez Díaz y Castillo Mena, 2007; Martínez Díaz y Querol, 2013; Querol, 2010 y 2020; Querol y Castillo Mena, 2013).

El gran reto que se plantean las administraciones competentes es doble: por un lado, hay que llegar a conocer y evaluar el patrimonio arqueológico antes de que se planifique el suelo en el que se encuentra; solo así se podrá evitar la intervención e introducir en el planeamiento, en el momento oportuno, su conservación o su investigación y puesta en valor. Por otro lado, la propia sociedad, a través de la educación y de la información, ha de asumir una actitud positiva frente a la conservación de los restos del pasado, y no ver en ella una carga impuesta, sino un valor añadido.

Los procedimientos de la arqueología preventiva de planeamiento son simples: aprovechando la evaluación ambiental obligatoria previa a cualquier nuevo planeamiento territorial o modificación del anterior, hay que realizar prospecciones arqueológicas destinadas a encontrar y caracterizar los yacimientos existentes o sospechados, de manera que en el planeamiento definitivo figuren con claridad “reservas arqueológicas” –yacimientos conocidos, excavados en parte o no, de gran valor no solo científico, que serán tratados como los Parques Naturales, y no serán afectados por obra alguna-. También deben figurar, y desde luego en un número mayor, “cautelas arqueológicas” –que se llaman de distintas maneras en cada comunidad autónoma– en las que, antes de la aprobación de cualquier proyecto de obra que les afecte, será necesario, en la evaluación de impacto ambiental, un estudio más profundo del sitio con el fin de que Cultura pueda tomar decisiones: o se convierte en reserva y por lo tanto la obra se modifica –nuevos trazados, integraciones de los yacimientos, etc.–, o bien se excava antes de la obra para “salvar” la documentación histórica –al estilo antiguo de las urgencias-, o bien no se hace nada porque el yacimiento no merezca la pena.

Ayuda mucho a que todo este proceso se lleve a cabo en el menor tiempo posible, con menores costos y con el mayor éxito, que Cultura tenga las cartas arqueológicas o inventarios puestos a punto, los yacimientos más importantes ya incluidos en el planeamiento y su personal técnico formado en este proceso; otra cuestión básica es contar con sistemas de valorización y jerarquización de yacimientos que permitan argumentar a favor o en contra de su conservación. Las decisiones finales dependerán de cuestiones muy variadas: potencial informativo, singularidad o significatividad en el contexto general, estado de conservación o grado potencial de deterioro, inversión científica necesaria para su explotación, nivel de protección jurídica, etc. Cultura ha de manejar argumentos convincentes si quiere “ganar la batalla” de la conservación de los yacimientos arqueológicos que considere más importantes y con más posibilidades de futuro.

En todos los casos contamos con la experiencia, negativa para el patrimonio arqueológico, de las décadas pasadas –y del presente, por supuesto–: en la “lucha” entre una obra pública más y la conservación de un yacimiento arqueológico, siempre gana la primera. Por lo tanto, la arqueología preventiva de planeamiento lo que intenta es conciliar ambas cuestiones: que la conservación de los yacimientos arqueológicos considerados como más importantes o singulares sea compatible con la obra, modificando esta última o realizando integraciones. Y, sobre todo, lo que se pretende con esta nueva forma de gestionar el patrimonio arqueológico es que no haya sorpresas, que las empresas constructoras no tengan que parar obras o modificar proyectos ya aprobados, que la sociedad no reciba ese mensaje, siempre tan negativo para la arqueología, de una obra –muy a menudo con dinero público– parada para que los equipos de arqueología retiren por fin esos restos y liberen el solar de esa carga. En definitiva, que deje de haber sorpresas y urgencias,

ambas tan caras para la economía y para la consideración social de la ciencia arqueológica.

Por lo que respecta a este último factor, hay que recordar que la verdadera naturaleza de la arqueología no se estudia en la educación obligatoria ni en la mayoría de las carreras superiores. Tampoco la del Patrimonio arqueológico –ni por supuesto la del patrimonio cultural– y solo en el presente siglo han comenzado a impartirse másteres sobre estos temas en algunas universidades (Querol, 2020).

Por otro lado, y en un segundo término que bien podría ser el primero, la sociedad apenas se plantea una duda cuando ha de elegir entre una nueva carretera, vía de tren, estación o cualquier instalación o edificio, y la conservación de un yacimiento arqueológico. Esa misma sociedad protesta y se manifiesta contra las interrupciones de las obras provocadas por la necesidad de liberar los solares de la carga arqueológica; por no hablar de la idea tan negativa que deben tener de la arqueología las empresas constructoras que se ven obligadas a parar obras ya iniciadas, con todo el costo que eso supone.

Así, la valoración positiva del Patrimonio arqueológico, tan necesaria para su conservación, pasa por el diseño e implantación de una política consensuada entre las comunidades autónomas, cuyos principales puntos veremos en las conclusiones.

IV. LOS ÁMBITOS RURALES: POTENCIALES MOTORES ECONÓMICOS

En esos ámbitos, la fórmula clásica ha sido la de los “yacimientos visitables”, es decir, lugares con o sin adecuación o cartelería, con o sin tratamiento didáctico, a los que se accede de forma normalmente libre. Nuestros campos están repletos de esas “ruinas” que a veces entendemos y a veces no, según nuestro grado de formación. Una preciosa y documentada his-

toria sobre este tema, en un contexto bastante internacional, puede verse en Díaz-Andreu (2014).

En 1986, la Subdirección General de Arqueología del Ministerio de Cultura presentó un Plan de Parques Arqueológicos (VV. AA., 1993). En principio se concibió como una iniciativa de apoyo, tanto técnico como económico, a las comunidades autónomas para el desarrollo de actuaciones integrales en yacimientos declarados BIC Zonas Arqueológicas, de gran interés y en buen estado de conservación, a fin de convertirlas en áreas visitables preparadas para conseguir una alta rentabilidad social. De entre las condiciones establecidas entonces, la más difícil y cara era la que se refería a la infraestructura, que necesita tanto personal como mantenimiento.

Ese plan, sin duda junto a otros muchos fenómenos que sacudieron en estos años al patrimonio cultural y su gestión, supuso un acicate para las comunidades autónomas en las que comenzaron a multiplicarse iniciativas: los parques arqueológicos de Canarias –como el del Gáldar–, la Red de Parques Arqueológicos de Castilla-La Mancha –Segóbriga, Carranque, Alarcos, Recópolis, Minateda...–; las Aulas Arqueológicas de Castilla y León –muy numerosas y variadas (Del Val y Escribano, 2004), de las que tal vez las más conocidas, por coincidir con bienes declarados Patrimonio Mundial por la Unesco sean Atapuerca y Las Médulas–; las redes de patrimonio arqueológico como la de Galicia (Tallón *et al.*, 2004), la de Andalucía –la RECA– (Pazos, 2018) o la de Madrid; o las llamadas “vías arqueológicas” como la de la Plata, desde Sevilla hasta Astorga...

Hay que destacar también la celebración de seis congresos sobre musealización de yacimientos, que comenzaron en 2002, el último celebrado en 2010 en Toledo y publicado en 2013 (VV. AA., 2013). La lectura de las actas muestra la riqueza de iniciativas, la ausencia de coordinación o de algún tipo de plan gestor

general y la escasez de estudios sobre el impacto social y económico de la apertura de esos sitios.

Lo que sí vemos es que, en la mayoría de los casos, los recursos turísticos arqueológicos están situados en plena naturaleza por lo que la experiencia se complementa con la que aporta el turismo rural y el ecoturismo (Moreno y Sariego, 2017). Entramos así en el ámbito del denominado “turismo arqueológico” o “arqueoturismo”, una modalidad bajo la que se presentan actividades, productos y servicios culturales y turísticos en los que la arqueología es el ingrediente principal y el objeto de la motivación para realizar el viaje (Tresserras, 2004). De sus ventajas como alternativa al de sol y playa y de su conveniencia para el desarrollo de las regiones nos habla Trigueros (2016); otros trabajos abordan esta especialidad del turismo en su relación con la sostenibilidad, quejándose de la ausencia de una política activa para que los ingresos producidos por ese tipo de turismo permitan una mejora de la experiencia turística y financien, o al menos completen la financiación, de las tareas fundamentales de conservación, investigación y documentación (Moreno y Sariego, *op. cit.*).

Hay muy pocas publicaciones que nos expliquen el impacto económico real de estas iniciativas. En 2007 Morére y Jiménez publicaron los resultados de una serie de encuestas a las comunidades autónomas sobre los yacimientos visitables, sus características y sus consecuencias sociales y económicas. Incluso llegaron a distinguir entre comunidades con muchas iniciativas y resultados, como Cantabria, y otras situadas en el extremo opuesto, como Valencia. Pero sus conclusiones no fueron demasiado positivas: según afirman, se trata de un mercado incipiente y poco comprendido, en general mal estructurado y no reflejado ni en planes estratégicos ni en las propias normativas sobre museos o sobre turismo.

Lo que sí podemos deducir, porque lo sufrimos, es que la última crisis económica afectó de manera evidente a muchas de las iniciativas enumeradas: los parques arqueológicos de Castilla-La Mancha estuvieron cerrados varios años, las aulas arqueológicas de Castilla y León sufrieron la ausencia de presupuestos para mantenimiento, la red gallega no llegó a cristalizar y la gestión de los parques arqueológicos de Canarias ha pasado por muchos vaivenes. Todo ello deja clara una cuestión: si estos sitios hubieran supuesto un verdadero motor económico para los municipios, si las comunidades locales hubieran estado realmente implicadas en estas iniciativas, tales problemas no se habrían producido, o al menos no de una forma tan evidente como para llegar al cierre o la degradación. Está por ver si las consecuencias de la crisis de la COVID-19 van a ir por el mismo camino o si, aprovechando la experiencia anterior, las comunidades autónomas van a aprovechar la ocasión para aclarar sus intenciones y coordinar sus iniciativas.

V. CONCLUSIONES

Como es ya mucho lo que se ha hecho en este contexto, parece llegado el momento de analizar a fondo el resultado de las iniciativas y repensar los modelos de actuación, resaltando el hecho de que, en el capítulo de la gestión de los yacimientos arqueológicos, importan mucho más las ideas y el aprovechamiento de políticas públicas paralelas (evaluaciones ambientales, planeamientos territoriales, turismo sostenible) que el aumento de presupuestos. Del análisis realizado, se desgajan propuestas concretas importantes:

1. Contar con la participación ciudadana. No se puede seguir obrando en política de patrimonio arqueológico –en realidad, de todo el patrimonio cultural– de espaldas a ella, que debe ser la fuerza que garantice la adecua-

- da elección y el mantenimiento de sus yacimientos arqueológicos abiertos al público, tanto los existentes como los que puedan surgir en el futuro. Las normas de patrimonio cultural o histórico se han cuidado mucho de otorgar a los ayuntamientos cualquier competencia, tal vez temerosos de iniciativas peligrosas para la propia integridad de los bienes; pero esta fórmula medrosa ya ha dado sus frutos, buenos y malos. Ahora la propia ciudadanía ha de intervenir proactivamente en la gestión de sus bienes arqueológicos –culturales en general–, dentro del contexto del uso y la gestión del medio ambiente –en el cual están los yacimientos arqueológicos–. Las administraciones más cercanas a la ciudadanía son las locales, lo que exige que, por un camino u otro, los ayuntamientos asuman competencias y las cumplan.
2. Modificación en el modelo de políticas públicas respecto a la gestión del patrimonio arqueológico, basado hasta ahora en la existencia de “urgencias” y “salvamentos”. Las direcciones generales de Patrimonio Cultural de las Comunidades autónomas deben asumir los principios de la arqueología preventiva de planeamiento que aquí se han explicado, aprovechando

el obligatorio planeamiento territorial y las igualmente obligatorias evaluaciones ambientales para introducir zonas de reserva y áreas de cautela en nuestras ciudades y campos. Con ello se conseguirá, al menos, que desaparezcan las sorpresas arqueológicas que llevan tanto a las empresas constructoras como a la sociedad afectada a añadir puntos negativos al impacto social de la arqueología.

3. Diseño de una estructura razonable y consensuada por las distintas comunidades autónomas, de yacimientos abiertos al público o puestos en valor. Los años 90 vieron la multiplicación de iniciativas, a menudo repetidas, que luego no encontraron continuidad ni mantenimiento, desilusionando a sociedades rurales que habían puesto sus esperanzas económicas en ellos.
4. Compromiso por parte de las propias administraciones competentes de incentivar los trabajos periódicos de evaluación de iniciativas de apertura de yacimientos o sitios al público. Así se obtendrán datos que permitan corregir o rediseñar tales iniciativas.
5. Introducción en la educación obligatoria de un concepto adecuado de patrimonio cultural y, dentro de él, de arqueología y patrimonio arqueológico.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTILLO MENA, A. (2007): «El anuario de actuaciones arqueológicas y paleontológicas de la Comunidad de Madrid. 2002 y 2003: análisis de cifras», *Actas de las segundas jornadas de Patrimonio Arqueológico en la Comunidad de Madrid*, Comunidad de Madrid, pp. 163-179.
- DEL VAL RECIO, J. Y ESCRIBANO VELASCO, C. (2004): *Guía de Lugares arqueológicos de Castilla y León*, Junta de Castilla y León.

- DÍAZANDREU, M. (2014): «Turismo y arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada». *Anales de Antropología*, vol. 48, n.º II, pp. 939.
- MARTÍNEZ DÍAZ, B. (2007): «Tres años de gestión del Patrimonio Arqueológico en la Comunidad de Madrid (noviembre 2002- noviembre 2005)», *Actas de las Segundas Jornadas de Patrimonio Arqueológico en la Comunidad de Madrid*, Comunidad de Madrid, pp. 139-155
- MARTÍNEZ DÍAZ, B. y CASTILLO MENA, A. (2007): «Preventive Archaeology in Spain», *European Preventive Archaeology*, Papers of the EPAC Meeting 2004, Vilnius, Consejo de Europa, pp. 187-208.
- MARTÍNEZ DÍAZ, B. y QUEROL, M. Á. (2013): «Arqueología preventiva», *La materialidad de la Historia. La Arqueología en los inicios del siglo XXI*, Akal, pp. 143-175.
- MORENO MELGAREJO, A. y SARIEGO LÓPEZ, I. (2017): «Relaciones entre turismo y arqueología: el turismo arqueológico, una tipología turística propia», *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 15 n.º 1, pp. 163-180.
- MORÉRE, N. y JIMÉNEZ, J. (2007): «Análisis del turismo arqueológico en España: un estado de la cuestión», *Estudios Turísticos*, n.º 171, pp. 115139.
- PAZOS, M. Á. (2018): «Aproximación al patrimonio prehistórico en Andalucía. Desde la protección a la custodia», *Administrar y proteger: 25 años de tutela del patrimonio prehistórico desde las administraciones públicas. Memorial Luis Siret I*, pp. 333-346.
- QUEROL, M. Á. (2010): *Manual de gestión del patrimonio cultural*, Akal.
- QUEROL, M. Á. (2020): *Manual de gestión del patrimonio cultural*, 2.ª ed. actualizada, Akal.
- QUEROL, M. Á. y CASTILLO MENA, A. (2013): «Arqueología preventiva y patrimonio mundial. El ejemplo español como base para el cambio en el ejercicio de la gestión arqueológica», *Actas del Primer Congreso Internacional de Buenas Prácticas en Patrimonio Mundial: Arqueología*, JAS Arqueología, pp.51-66.
- QUEROL, M. Á. y Martínez Díaz, B. (1996): *El patrimonio arqueológico en España*, Alianza Universidad Textos.
- RUIZ ZAPATERO, G. (2010): «Cómo nace un nuevo título universitario: el Grado en Arqueología», en M. Á. Querol, *Manual de gestión del patrimonio cultural*, Akal, pp. 504-506.
- TALLÓN NIETO, M. J., RODRÍGUEZ PUENTES, E., INFANTE ROURA, F. y REY GARCÍA, J. M. (2004): «La red gallega del patrimonio arqueológico», *RGPA Cuadernos 1*, Xunta de Galicia.
- TRESSERRAS, J. J. (2004): «El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico», *Boletín GC: Gestión Cultural*, n.º 9, pp. 2-7. Disponible en: www.gestioncultural.org
- TRIGUEROS, C. (2016): «La arqueología como factor de desarrollo del turismo local», *International Journal of Scientific Management Tourism*, vol. 2, n.º 3, pp. 355-368.
- VV. AA. (1993): *Seminario de Parques Arqueológicos 1989*, Ministerio de Cultura.
- VV. AA. (2013): *VI Congreso Internacional de Musealización de yacimientos arqueológicos y patrimonio. Arqueología, patrimonio y paisajes históricos para el siglo XXI. Toledo 22-25 de noviembre de 2010*, Consorcio de la ciudad de Toledo.

LA CULTURA Y EL DESARROLLO TERRITORIAL. RETOS Y OPORTUNIDADES PARA EL MUNDO RURAL

Jorge Fernández León

En plena emergencia del debate sobre la España vaciada y en torno al despoblamiento, se realiza un breve examen general del estado actual del capital cultural local existente, sus recursos materiales y humanos y varias de sus iniciativas, finalizando con algunas indicaciones respecto a su posible papel, presente y futuro, a la hora de recuperar el espacio vital del mundo rural para la vida digna de la ciudadanía.

Palabras clave: servicios culturales, patrimonio cultural, cultura colaborativa, festivalización, artes en vivo.

PREFACIO: CULTURA Y ESPACIO RURAL TRAS LA PANDEMIA: UN PANORAMA APRESURADO

Ha llegado la pandemia, transmutando todo a su paso. La cultura, su consumo digital y su valor como entretenimiento, soporte de aprendizaje o conocimiento, se han ido situando en estos meses como paliativos del confinamiento, urbano y muchas veces rural, ofreciendo, con frecuencia de forma gratuita, los productos para cuyo acceso presencial había que gastar tiempo y recursos, desde asistencia a conciertos o espectáculos en vivo a lectura digital. Pero este fenómeno no ha hecho sino subrayar el aumento de la brecha digital para quienes no tienen acceso a las redes desde casa. Y muchas de las comunidades rurales españolas siguen teniendo enormes dificultades para un acceso de calidad.

Las consecuencias globales de la COVID-19 para el mundo rural están aún lejos de poder

cuantificarse en términos económicos, sociales y culturales. En todo caso, el impacto va a afectar gravemente al conjunto de su población, en especial a las personas y familias con menores recursos, multiplicando las necesidades de supervivencia de miles de ellas, dificultando el acceso al empleo, limitando sus derechos reales de acceso a servicios básicos como la alimentación, la suficiencia energética, la educación de la infancia o la atención a la gente mayor.

Las medidas de seguridad y control poblacional resultantes del posconfinamiento seguirán vigentes o, en el peor de los casos, se verán reforzadas, y los sectores de la economía informal o de la pequeña economía familiar verán cómo sus dificultades se unen a las de quienes han trabajado en sectores enteros de empleo precario, desde la hostelería a la cultura.

El panorama resultante no se parecerá demasiado a la última gran crisis de hace una déca-

da. Las tensiones presupuestarias y la limitación de recursos públicos para atender semejante escenario harán que el trabajo de las instituciones locales deba someterse a una profunda remodelación de prioridades y a una reorganización de funciones.

Previsiblemente, además, crecerán en nuestro entorno las tentaciones de aprovechar esta situación de miedo, aumento de la violencia y malestar de la ciudadanía, para establecer entre esas prioridades mecanismos para un mayor control social, ampliación o generalización de los sistemas de vigilancia electrónica y medidas de restricción de las libertades individuales y colectivas hasta ahora vigentes.

Por eso esta tensión entre derechos y control tiene en el espacio rural un protagonista inesperado. La despoblación facilita el distanciamiento social, supone el abaratamiento de costes de vida, es un espacio para la sostenibilidad productiva y vital, facilita la convivencia con ritmos de vida menos estresantes, ampliación del valor de los afectos y multiplica las oportunidades de afrontar con dignidad las grandes transformaciones que, sin duda van a ocurrir en el mundo de la cultura. Para quienes allí habitan y para quienes se van a ver expulsados del sistema cultural prepandemia.

Será necesario pues reclamar a instituciones, organizaciones y activistas reflexión y diálogo sobre ese futuro de los cambios y prioridades inmediatos para aprovechar esas condiciones competitivas del espacio rural. Y ese futuro o se afronta de forma transversal e inclusiva o veremos, con seguridad, como fracasa la voluntariosa tentativa de volver a la normalidad fragmentada en la que venían moviéndose los servicios e iniciativas culturales, financiadas con dinero público o no. Algunas de las propuestas que se avanzan en el texto señalan posibles caminos para hacerlo posible.

I. INTRODUCCIÓN: DELIMITANDO LA ESPAÑA INVISIBLE

Las grandes transformaciones de los sistemas productivos y de su implantación en el territorio, permiten hablar hoy con propiedad en España de un entorno en parte crecientemente agropolitano (Izquierdo, 2019) y en parte peligrosamente vaciado, en los que la cultura ocupa un lugar poco relevante en la composición del PIB, aunque en ocasiones sea significativo en las prácticas comunitarias y en la calidad de vida de la ciudadanía.

Excede a este texto, por su dimensión y alcance, un análisis detallado de la compleja situación de la vida en la España rural, pero es preciso establecer el marco humano y material objeto del trabajo, así como delimitar los campos en los que se hará hincapié a la hora de aproximarnos al estado y el impacto de los asuntos culturales en la vida de las comunidades no dominantemente urbanas.

Para determinar primero el marco poblacional afectado, se ha acudido a diversas fuentes que no se ponen del todo de acuerdo. Así el Informe sobre el medio rural del Consejo Económico y Social (CES, 2018) señala que, según el Instituto Nacional de Estadística, los municipios rurales son aquellos menores de 10.000 habitantes; se ha consultado también la normativa que establece los mínimos poblacionales para definir un territorio como rural, la Ley 45/2007 para el desarrollo sostenible del medio rural¹, que en su artículo 3 establece que será medio rural aquel territorio de menos de 30.000 habitantes y con una densidad inferior a las 100 habitantes por km².

En su artículo 29, esta norma establece además una serie de propuestas para fomentar las redes de espacios culturales, la protección y reutilización del patrimonio, el fomento de la creación de nuevas bibliotecas públicas y el fa-

1. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-21493-consolidado.pdf>

vorecimiento de planes público-privados de acción cultural. En la misma Ley se determina que el pequeño municipio es aquel de menos de 5000 habitantes, dimensión coincidente con la incluida en la vigente Ley de Bases del Régimen Local², que en su artículo 26 establece como servicios mínimos culturales para poblaciones mayores de 5000 habitantes la biblioteca pública. Pero a la hora de definir el límite poblacional se ha decidido utilizar por su importancia un factor intermedio, también determinado por la ley citada, en razón a la obligación para las Diputaciones Provinciales de dotar de servicios mínimos culturales (bibliotecas) a los municipios menores de 20.000 habitantes. Esa medida incluye a casi catorce millones y medio de personas.

Así determinada la población del estudio, una vez mencionadas muy sintéticamente las condiciones de desarrollo general de la vida cultural en el mundo rural, se examinan los datos relativos a la dimensión y funcionamiento de esos servicios básicos, bibliotecas y programas de lectura rurales, el fenómeno de los museos rurales y el peso de los recursos patrimoniales, la diversidad de las iniciativas de la creación en vivo y algunos otros de los procesos de reactivación de la vida cultural vinculados a la creación artística y el desarrollo sostenible de los territorios, para concluir con una serie de propuestas para colaborar en la mejora del papel de la cultura en la recuperación de las comunidades rurales.

II. MODELOS PRODUCTIVOS VERSUS EQUILIBRIOS TERRITORIALES

Según un reciente trabajo de J. Recaño³, en 2016 un 60% de nuestros municipios tenía menos de 1001 habitantes, ocupaba el 40% de la

superficie y apenas concentraba el 3,1% de la población. 19 provincias estaban entre las menos densas de la Unión Europea en 2015. Conforme resume en su estudio sobre la situación española F. Goerlitz (2015, pp. 293 y ss.), la nuestra es una demografía convulsa en la que mientras los grandes municipios crecen los más pequeños tienden a desaparecer, el interior, con la excepción de Madrid, se vacía y la periferia se satura, rompiendo incluso los límites municipales y generando unos preocupantes desequilibrios territoriales.

Estos desequilibrios son un gran dilema del presente y el futuro para una gran parte del centro y norte españoles; un estado de cosas al que se añaden factores como el envejecimiento de las poblaciones, la escasez de mujeres y una inmigración que por sí sola no resuelve estas pérdidas. El futuro de los municipios rurales, por la gran diversidad de condiciones de sostenibilidad que pueden detectarse, plantea pues un reto para las políticas públicas en cuyas soluciones las políticas culturales, por su plasticidad y resiliencia, pueden formar parte importante.

Las políticas de adaptación de España tras su entrada en la Unión Europea han propiciado un cambio nada beneficioso para el equilibrio de los territorios no urbanos; sumado a ello, la última gran crisis ha ampliado la brecha cultural campo-ciudad favoreciendo una imagen económica de la ruralidad volcada a la atención de las masas urbanas para el disfrute de construcciones culturales como el “campo” o la “naturaleza”, subsidiando la hostelería y la patrimonialización de la cultura y los ecosistemas”. Rural y urbano son hoy más formas de significar y resignificar papeles de un modelo productivo basado en la asignación al primero de unas funciones idílicas, como mercancía compensatoria de los flujos y ritmos a veces insoportables de la vida urbana.

La cultura creada y difundida por los *media* desde espacios urbanos a través de sus distintos soportes, desde la pintura y la literatura al cine o la gastronomía diferenciada, con sus mensajes

2. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1985/BOE-A-1985-5392-consolidado.pdf>

3. https://ced.uab.cat/PD/PerspectivesDemografiques_007_CAST.pdf

multiplicados en las pantallas, ha contribuido activamente a generar ese imaginario que es a la vez un factor eficaz de producción localizada de riqueza, a través de la incentivación, incluso subsidiada, de nuevas formas del turismo como “experiencia” y también como distinción.

Una cultura en la que se reproducen muchas veces los papeles clásicos de las sociedades heterodominantes, despreciando el peso específico del género y de sus desequilibrios en las economías rurales. Y que se mueve entre el flujo creciente de afluencia de familias jóvenes a entornos periurbanos en las grandes y medianas ciudades españolas y la continua regresión de los datos de la España vaciada, desde el norte en Galicia, Asturias o Cantabria hasta ambas Castillas y la denominada Siberia ibérica, alejadas de ciudades dinámicas y necesitadas de solventar problemas básicos de servicios educativos, de salud, comunicaciones, empleo y acceso a la tierra misma, si se quiere vivir de ella. Porque, en palabras de Elisa Oteros-Rozas, eso “no se conseguirá solo con las hijas y nietas de los pueblos. Aunque todas quisieran volver, que no es el caso, harán falta muchas más personas ‘neorrurales’ y cambios culturales y políticos profundos”. Señalando a continuación cómo será necesario transformar las formas de vida y de convivencia, así como la urgente recuperación de “... saberes locales/ tradicionales agroalimentarios y de gestión del territorio, respetar los ritmos de adaptación de cada cual y mucha generosidad”⁴.

III. LOS SERVICIOS CULTURALES, OLVIDADOS, RESILIENTES, DESIGUALES

Los datos cuantitativos de los servicios culturales de los pequeños y medianos municipios se pierden en cuanto queremos llegar a las ci-

fras de detalle. La Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España correspondiente al periodo 2018-2019⁵, agrupa a municipios tan dispares como aquellos semiurbanos de veinte a cincuenta mil habitantes, que disponen en muchos casos de más de una biblioteca, uno o más teatros o centros culturales, algún museo y escuelas artísticas, junto con los más de 6800 ayuntamientos que no superan los 5000 habitantes y que ni siquiera tienen obligación de disponer de servicios culturales. En los estudios de la SGAE tampoco se dispone del desglose. No son accesibles los detalles de municipios menores y por tanto intentar aproximarse al análisis cuantitativo es tarea poco menos que imposible. No disponemos de un registro de Casas de Cultura o equipamientos culturales municipales, ni sus datos de uso. Para contar con un registro al menos numérico de los museos y centros de interpretación territoriales, hemos de acudir al Directorio general de Museos y Colecciones del Ministerio de Cultura y Deporte⁶. Si se dispone en cambio de un detallado desglose territorial de la red de bibliotecas públicas fijas y ambulantes, del que más adelante se detallan condiciones y déficits.

Esta falta de información específica de los pequeños y medianos municipios hace pues que la elaboración precisa del estado de la cuestión cultural de la España rural, que afecta a más del 60% del territorio nacional y a casi catorce millones y medio de personas en nuestro país, sea un trabajo necesario, para colaborar mejor a afrontar soluciones urgentes desde las políticas culturales públicas a los graves problemas de esos territorios en riesgo.

Se puede concluir no obstante que esas redes invisibles siguen sosteniendo una actividad

4. En un diálogo sobre la España vaciada incluido en el monográfico de la revista de FUHEM citado en la bibliografía. Disponible en: <https://www.fuhem.es/2019/11/13/dialogo-espana-rural-vaciada/>

5. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf>

6. <http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaGeneral.do>

cultural viva en la casi totalidad del territorio español. Aunque, como señalábamos, los datos desagregados del consumo cultural del periodo 2018-2019 solo llegan a diferenciar el bloque de los municipios inferiores a los 50.000 habitantes, algunos datos constantes si los comparamos con los referidos a las capitales de provincia y grandes ciudades son incontestables. Así, son evidentes las dificultades crecientes para el acceso a internet y al entorno digital, inversamente proporcionales al número de habitantes de una localidad, dificultades que afectan tanto al acceso a plataformas de servicio como las bibliotecas digitales como al consumo digital de la cultura. Además, estas poblaciones tienen más dificultades para acceder a museos, bibliotecas, exposiciones o conciertos y lo manifiestan doblando en número a quienes desde el espacio urbano argumentan su no participación cultural por el hecho de no disponer de oferta de servicios culturales accesible y próxima.

Hay más de un 5% de diferencia negativa (20,7% frente a 26,4%) entre los usuarios de los servicios públicos de lectura de las zonas rurales y los de las urbanas. El 53,5% de esos potenciales usuarios rurales ni siquiera accede una sola vez al año a una biblioteca, frente al 46,8% de quienes viven en las urbes. Notamos esta misma diferencia en los datos de la asistencia a espectáculos de artes escénicas, donde las diferencias desfavorables para quienes habitan en entornos rurales son de más de 9 puntos (27,3% frente a 36,4%).

Lo mismo ocurre en todas las categorías del estudio de hábitos y consumos culturales, pero, pese a las grandes dificultades, quienes habitan en esa España vaciada siguen demandando y consumiendo en cantidades no tan dispares a las de las comunidades urbanas. Y lo harán mucho más si mejoran las condiciones de accesibilidad a los recursos. Redes desiguales que se sostienen o se apagan en función de las prioridades y sensibilidad de los Gobiernos de turno y que mantienen actividad en muchas de las

pequeñas poblaciones gracias a la entrega de miles de profesionales públicos y privados de la intermediación cultural, que asumen la cultura como compromiso personal para con las comunidades en las que conviven.

IV. LA VIDA CULTURAL COMIENZA EN LOS LIBROS

Son únicamente los datos de las bibliotecas los que permiten ir más al detalle del estado de la oferta cultural y de sus carencias entre los 7719 municipios de ese otro país en el que vive más del 30% de la población española. Los datos de la red nacional de bibliotecas y centros de lectura correspondientes a 2017⁷ indican que hay al menos 3065 municipios que ni siquiera disponen de puntos directos de servicio bibliotecario y que un total de 1.498.840 habitantes no tiene acceso, ni fijo ni móvil, a ninguna de las fuentes de lectura. Es decir, más de un 3,2% de la población española no dispone todavía de ningún servicio cultural básico. De esos 3065 municipios, 759 están en Castilla y León, 509 en Aragón y 504 en Cataluña.

Pero la atención de los servicios de lectura de esa otra España no puede comprenderse sin la existencia de la red de bibliobuses, las bibliotecas públicas ambulantes, creadas en tiempos de la Segunda República española (*) como parte de una política de difusión y democratización cultural pionera, que han resistido y ampliado sus servicios en muchos de estos territorios hasta llegar a servir a más de once millones de potenciales usuarios en 1956 de estos municipios. Esa red, que cuenta con un total de 76 unidades rodantes, se distribuye desigualmente por las comunidades afectadas, estando presente en diez comunidades autónomas y gestionada bien por los Gobiernos au-

7. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>

tonómicos, por las Diputaciones Provinciales o por algunos Ayuntamientos. Castilla y León lidera el esfuerzo en número de servicios, con 30 unidades circulantes, seguida de Cataluña con 12, Madrid con 10, Castilla-La Mancha con 10 y Murcia con 5. Llama la atención el hecho de que las comunidades dominantemente rurales del norte como Galicia, Asturias, Cantabria, el País Vasco, la Rioja o Navarra no dispongan ni de una sola unidad de este servicio.

Pese a todo ello, la posibilidad de acceso a la lectura sigue siendo una asignatura pendiente para un número importante de ciudadanos. Los recortes en los presupuestos de cultura tras la crisis de 2008 han afectado gravemente a las provisiones de fondos bibliográficos, especialmente a la compra de novedades. Los datos del Informe de FESABID (2019) sobre la situación de las bibliotecas públicas en España indican que la renovación de colecciones ha sufrido un importante retroceso entre 2010 y 2016, ya que en este último año se incorporaron a las bibliotecas 3,4 millones de documentos, un 35,8% menos que en el primer año del estudio. Este descenso se produce sobre todo en materiales audiovisuales, electrónicos y sonoros, pero también en la compra de libro. Como señalan en su resumen ejecutivo (p. 6): “En el capítulo de gastos corrientes, son precisamente las adquisiciones las que sufren un mayor impacto durante la crisis económica. Entre 2010 y 2016 se observa un descenso del 47,7% en este capítulo de gasto, pasando de 55,7 millones en 2010 a 29,1 en 2016”. Las bibliotecas públicas de la España rural han sido sin duda las más afectadas por este estado de cosas y esta debilidad en la oferta está afectando a su futuro.

En el mismo documento se hace referencia también al gran cambio habido en estos servicios básicos: la llegada a las bibliotecas del uso creciente de las redes sociales y la multiplicación de la cartera de nuevos servicios a través de canales como Twitter, Facebook, WhatsApp o Instagram. Pero se indica que la utilidad

indudable de estas herramientas, que han contribuido a generar dinámicas entre lectores e instituciones creando vínculos y comunidades activas de lectura e intercambio, generando respuestas más personalizadas y flujos de intercomunicación entre bibliotecas y personas usuarias, se ve lastrada por la evidente falta de datos generales y desagregados que permita evaluar y mejorar en la prestación tanto de las tareas habituales como de estos nuevos servicios de proximidad “... no tenemos datos de uso en estos medios, lo que hace replantear seriamente la definición de los indicadores oficiales que estamos utilizando. Unos indicadores que [...] podrían habernos mostrado una cara más amable de la gran labor que los profesionales de nuestras bibliotecas han realizado en su afán de obtener mejores resultados, y no tener que plasmar solo en sus memorias anuales cómo los recortes presupuestarios, por ejemplo, han menguado el crecimiento de sus colecciones”, como señala (FESABID, p. 3) Gloria Pérez-Salmerón, presidenta de Stitching IFLA Global Libraries.

V. MUSEOS CERCANOS Y PATRIMONIO EN PELIGRO

Nuestro país ha hecho un enorme esfuerzo en las últimas décadas en la salvación de su patrimonio cultural material e inmaterial. Pero, así como aquel situado en las zonas urbanas ha contado con las ventajas de inversiones y atención que propician los mayores recursos de administraciones e instituciones, el patrimonio rural sigue aún pendiente en muchos casos de catalogación y preservación suficiente. Las leyes de protección del patrimonio histórico y las nuevas normativas que incluyen en él al patrimonio industrial no pueden por sí solas atajar el deterioro de numerosos elementos y tradiciones en peligro de desaparición. No obstante, pese a todo, una creciente red de iniciativas atiende desigualmente objetivos culturales en todo el territorio rural.

De la lista de en torno a 1500 museos y centros patrimoniales recogida en el Directorio de Museos y Colecciones de España, casi la mitad, 742, están ubicados en localidades con poblaciones inferiores a los 20.000 habitantes, 130 de ellos en Castilla-La Mancha, 109 en Castilla y León, 104 en la Comunidad Valenciana, 52 en Aragón, 43 en Cataluña y 40 en Asturias y otros tantos en Galicia. La mayoría nacen de iniciativas institucionales, pero se mantienen también un número no desdeñable, superior al centenar, nacidos de iniciativas ciudadanas o patrocinios privados. Entre ellos encontramos centros dedicados a la antropología y la etnografía, la cultura y las tradiciones populares, la creación artística, el cuidado patrimonial histórico e industrial, la memoria de colectivos y personas destacadas, la música, los libros, la cultura científica, el patrimonio natural, las artesanías..., docenas de temáticas atendidas muchas veces con el cariño de las gentes por lo propio pero necesitadas de una mucho mayor dotación de recursos materiales y humanos.

Los programas de actividades y los trabajos de recuperación desarrollados por esta red informal de instituciones mantienen y alimentan en muchos casos el imaginario simbólico y el orgullo local de las comunidades en las que se sitúan. Inventan y renuevan sus discursos a través de una actividad creciente, con los escasos fondos disponibles y acudiendo muchas veces a la colaboración ciudadana y a la atracción de visitantes para su sostenimiento. Pero la falta de condiciones materiales de sostenibilidad les obliga en ocasiones a rendir su misión pública a la presión del turismo, convirtiéndose en pequeños parques temáticos o de ocio y tricionando muchas veces sus objetivos iniciales. Las propias tendencias del discurso desarrollista, tan azuzado por la inmediatez, ponen en riesgo la misión de servicio público y el sentido de estos equipamientos de gran valor para el futuro sostenible del territorio.

España, con 47 reconocimientos, era en 2019 el tercer país del mundo con sitios catalogados como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. Y Castilla y León era la región del mundo con un mayor número de ellos (8). Pero si acudimos a las listas de bienes muebles e inmuebles inscritos declarados de interés cultural⁸, eligiendo las comunidades con mayor proporción de territorios rurales, las cifras se multiplican exponencialmente. Con independencia de los distintos criterios empleados por las autoridades territoriales para definir grados de protección local o autonómico, los datos de los lugares patrimoniales protegidos son abrumadores.

Sobre un total nacional de 28.821 bienes registrados en España (2015), los de las comunidades autónomas con mayor territorio rural se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. BIENES DECLARADOS DE INTERÉS CULTURAL

| Comunidad | Muebles | Inmuebles | Total |
|--------------------|---------|-----------|-------|
| Andalucía | 3155 | 4930 | 8065 |
| Aragón | 659 | 7 | 666 |
| Asturias | 299 | 4 | 303 |
| Cantabria | 266 | 24 | 290 |
| Castilla y León | 1.266 | 134 | 1.400 |
| Castilla-La Mancha | 731 | 82 | 813 |
| Cataluña | 2.193 | 565 | 2.758 |
| Extremadura | 202 | 233 | 435 |
| Galicia | 690 | 382 | 1.072 |

Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte, Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales. Sin datos para La Rioja, Ceuta y Melilla.

Este patrimonio, que incluye monumentos y elementos museísticos, lenguas y formas de la expresión y la tradición oral, coleccio-

8. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/patrimonio/bienes-culturales-protegidos/consulta-de-bienes-muebles/sobre-muebles.html>

nes documentales, etc., es una riqueza muy frágil tanto en lo material como en lo inmaterial. Y gran parte de él está situado fuera de las ciudades y, pese a la existencia de una amplia normativa estatal y autonómica para su protección y su catalogación, esté o no en manos privadas, su mantenimiento es costoso y requiere recursos que muchas veces no se dotan con la presteza suficiente. Como vienen denunciando organizaciones tan poco sospechosas de activismo como Hispania Nostra a través de elementos como la Lista Roja del Patrimonio, son constantes los casos de patrimonio en peligro en todos los territorios, pero especialmente afectados están aquellos elementos situados en las áreas rurales menos visibles para los medios.

Y si la protección del patrimonio material es insuficiente, la supervivencia de la cultura inmaterial, protegida y reconocida tras la Convención de la Unesco de Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003⁹, está aún más en peligro. Son 19 elementos los que componen la lista española de patrimonio cultural inmaterial reconocida por Unesco y existe una amplia normativa de definición y protección del patrimonio cultural inmaterial que inscribe nacional, regional e incluso localmente numerosos elementos de ese capital cultural. Pero serán las organizaciones ciudadanas más cercanas a las comunidades las que harán posible, en un contexto de recuperación de las culturas locales, su supervivencia. Como señala la profesora González Cambeiro (2017): “La presencia de una normativa favorable es causa y a la vez consecuencia de muchos de estos proyectos, pero es seguro que, incluso en un contexto propicio, a menudo las iniciativas de todos estos grupos, y fundamentalmente de las y los protagonistas del patrimonio inmaterial [...], van un paso por delante de la legislación”.

9. http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

VI. LAS ARTES EN VIVO: COLABORACIÓN FRENTE A FESTIVALIZACIÓN

Reconociendo la existencia de un pequeño número de proyectos culturales profesionales resistentes, de producción escénica o musical y con vínculos indudables con sus comunidades, ubicados por décadas en los entornos rurales españoles, su carácter singular no permite analizar su impacto en términos de capital cultural. En cambio, si es necesario hacer mención a un fenómeno que en los últimos años viene teniendo una fuerte presencia en los medios: el de los festivales artísticos vinculados a entornos rurales o espacios naturales. Como bien señalan en su introducción los autores de un detallado estudio sobre su función y eficacia en el territorio (Bennet *et al.*, 2014, p. 1) “Históricamente los festivales, los carnavales y las ferias han sido formas importantes de participación social y cultural, usadas para articular y comunicar valores compartidos, ideologías y mitologías centrales a las visiones del mundo de pequeñas comunidades [...] están concebidos como eventos de corta duración rituales o repetidos en los que los miembros de la comunidad participan para afirmar y celebrar diversos lazos sociales, religiosos, étnicos, nacionales, lingüísticos o históricos”. Pero esta función originaria ha dado paso desde fines del pasado siglo al proceso global de la festivalización, concebido como una apropiación y resignificación puramente comercial que transforma estos rituales comunitarios en mercancía pensada únicamente para la vitalización del turismo y la economía de servicios.

Ese mecanismo unificador ha encontrado en numerosos festivales españoles celebrados en entornos rurales, una respuesta más transformadora e inclusiva, a la manera de lo que en muchos lugares de Europa y del mundo viene ocurriendo estas últimas dos décadas. Tal como señalan Gibson y Connell (2012), estos eventos pueden llegar a ser de gran importancia para la revitalización sostenible del entorno

en el que se instalan, además de fomentar los flujos de visitas. Se han convertido así en un fenómeno de cierta importancia económica para los lugares en los que ocurren y forman parte del paisaje cultural de muchos pueblos españoles hoy, creando lazos y desarrollando vínculos comunitarios, además de negocio, generando entornos propicios a la recuperación de otras formas de expresión cultural y atrayendo la atención de creadores que encuentran muchas veces en esos territorios condiciones idóneas para desarrollar su trabajo con costes productivos más sostenibles que los urbanos.

Así han ido naciendo y consolidando su presencia en la agenda cultural eventos que superan en su concepto y función la tradicional divulgación y que, con mayor o menor fortuna profundizan en la reflexión y en los procesos compartidos. Iniciativas en las que se encuentran la música y a veces la escena, el cine y las artes visuales, la gastronomía, la artesanía y las tradiciones y que ponen en valor todo lo bueno del medio rural y que están sirviendo como elemento dinamizador de la economía local en aquellas comarcas en las que se realizan.

Proyectos tan sugerentes como el festival Razón Valley/Música para la despoblación, que promueve en Soria el colectivo El Hueco, un activo grupo de militantes antidespoblación, o el Boina Fest en la población soriana de Arenillas, son solo dos de los cientos de iniciativas vivas y crecientes en un poblado mapa de eventos que van desde los ya muy establecidos Sonorama Ribera en Aranda de Duero, o el megafestival Resurrection Fest en Viveiro (Lugo) a otros más modestos como Demanda Folk en la localidad burgalesa de Tolbaños de Arriba, Leturalma en Letur (Albacete), Ababol Festival en Aladrén (Zaragoza), Poborina Folk en el Pobo (Teruel) o Biossegura, en Beas del Segura (Jaén), por citar algunos. En torno a ellos gravitan nuevos activos culturales vinculados a visiones del mundo rural cada vez más alejadas de la mirada urbana colonizadora.

VII. NUEVAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS Y MUNDO RURAL

La tradición crítica y reflexiva en torno al papel del arte en el entorno rural ha ido instalándose en España en torno a un creciente hervidero de iniciativas que nace desde la reflexión y la acción que, desde finales del pasado siglo, vienen fomentando distintas organizaciones campesinas e iniciativas institucionales. La recuperación de los valores de proximidad en un entorno crecientemente glocal, junto con el cada vez mayor acceso a internet, ha multiplicado la presencia en entornos rurales de activistas culturales que, usando una definición de Félix Guattari (1991), asumen su presencia en el territorio como un compromiso con algo similar a “una ecosofía de nuevo tipo, a la vez práctica y especulativa, ético-política y estética, (que) debe sustituir a las antiguas formas de compromiso religioso, político, asociativo...”.

Vinculados muchos de ellos a una fuerte convicción ambientalista, preocupados por la sostenibilidad y con distintos grados de implicación en su compromiso medioambiental, desarrollan proyectos en redes, muchos de ellos colaborativos, en los que buscar explorar y experimentar vínculos y transferencia de conocimientos entre los valores de la cultura tradicional y las iniciativas de la creación contemporánea. Un grupo importante de estos colectivos e instituciones se reúnen en una publicación reciente, *Creative Responses to Sustainability. Spain* (2019), con proyectos multidisciplinares tan diversos como la Fundación Cerezales Antonino y Cinia en León, uno de sus espacios de diálogo y encuentro más conocidos, festivales como Langaia en Lanzarote y Madrid, Paca Proyectos Artísticos en Asturias, o El Arreciado en Toledo. Todos ellos están vinculados a través de una red informal de 54 centros, El Cubo Verde, que aglutina iniciativas y promueve encuentros e intercambios de conocimiento en torno a maneras distintas de habitar a través de las prácticas artísticas.

Uno de sus más constantes miembros y divulgadores, Fernando García-Dory, fundador y promotor de la estrategia Campo Adentro, lo describe así: “La nuestra no es una filosofía bucólica basada en una vuelta al paisaje, a la Naturaleza, sino una maniobra conceptual para dotar al arte de verdadera utilidad y que se transforme en una herramienta que apuesta por el equilibrio ecológico y el cambio social. Eso pasa irremediablemente por recuperar la relación con lo rural”.

Con este mismo compromiso, podemos resaltar el trabajo continuado de pequeñas instituciones comprometidas con el encuentro entre arte y vida rural, como el Museu de la Vida Rural de la Fundación Carulla en L’Espluga de Francolí (Tarragona), cuya programación viene incorporando de forma constante proyectos desde esta perspectiva. También espacios urbanos como MediaLab Prado, el CDAN de Huesca y otras iniciativas institucionales mantienen vínculos crecientes con esta corriente innovadora.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: NUEVO PAPEL DE LA CULTURA EN EL ENTORNO RURAL

La presencia y funciones de la cultura y la creación en el entorno rural forma parte de un debate todavía marginal en España y en la Unión Europea. Pero cada vez más proyectos vinculados a ellas han encontrado una fuente de financiación en los programas dotados con fondos para el medio rural (FEDER y otros). Así que tanto las instituciones europeas como las españolas han comenzado a observar, al menos, cuál pueda ser el papel presente y futuro de la cultura en el sostenimiento y la recuperación de los activos que puedan hacer posible una salida a la crisis del medio rural. Esas preocupaciones e interés, crecientes ya hasta ahora, se agudizarán tras los previsibles conflictos derivados del *brexit* y de la nueva

financiación de la Política Agraria Común, tan relevante para incrementar la presencia de la cultura en la reconfiguración de un modelo de decrecimiento o ajuste que no dañe más a las comunidades y permita detener la sangría demográfica.

Pero existen algunas vías de compromiso que explorar: en su Declaración de Cork 2.0, en 2016¹⁰, “Una vida mejor en el medio rural”, la Unión Europea señala dos objetivos de gran relevancia para la cultura. El primero es que “Se debe prestar especial atención a superar la brecha digital y a desarrollar el potencial que ofrece la conectividad y la digitalización de las zonas rurales” y el segundo establece que “las políticas deben incentivar la entrega de bienes públicos ambientales, incluyendo la conservación del patrimonio natural y cultural de Europa”. Se percibe ese interés en trabajos como el que la organización Culture Action Europe (2019) desarrolla a través de su proyecto Más allá de lo evidente/Beyond the Obvious, plataforma europea de intercambio de reflexión, puesta en común y experiencias creativas en los entornos no urbanos; en el caso español instituciones como el Defensor del Pueblo (2017) o el Consejo Económico y Social (2018) han examinado el estado del espacio rural y sus problemas, identificando algunas iniciativas culturales que pueden colaborar a paliarlos. Lo mismo pasa en el marco de la acción general del Gobierno de España, especialmente en los trabajos iniciados hace casi cuatro años por el actual Ministerio de Cultura y Deporte con los Encuentros Cultura/Ruralidad¹¹ en el marco del programa Cultura/Ciudadanía, que reúnen a cientos de representantes de instituciones y proyectos que vinculan la cultura con el espacio rural.

10. https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/cork-declaration_es.pdf

11. <https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/cultura-medio-rural.html>

En este contexto adquieren importancia las conclusiones¹² alcanzadas en el Primer Foro Cultura y Medio Rural, que bajo el epígrafe “Procesos para la transformación social, económica y demográfica”, tuvo lugar hace tres años en la Fundación Cerezales y que vienen siendo la guía de trabajo de los sucesivos encuentros ministeriales hasta ahora.

Ese compromiso, sumado a los esfuerzos de plataformas ciudadanas vinculadas al mundo y a la reivindicación campesinos como la Red Española de Desarrollo Rural¹³ o la Plataforma Rural y su Comisión de Arte y Medio Rural¹⁴, por citar algunas, así como a los compromisos que fundaciones del tercer sector como Cerezales, Carasso¹⁵ y otras muchas vienen plasmando en sus programas de actividad y financiación, permiten imaginar que estamos en un momento decisivo para el impulso de un nuevo papel de la cultura en el contexto de un entorno rural envejecido, despoblado y en riesgo de perder su papel equilibrador en una nueva economía del territorio.

Y para avanzar en esta dirección estas son algunas estrategias posibles:

1. Garantizar una política de Estado que haga posible el derecho efectivo universal a las redes digitales y la mejora de las condiciones de acceso a los servicios básicos del medio rural, con una política institucional a largo plazo y que reduzca los actuales desequilibrios respecto al espacio urbano. Incluyendo entre estos servicios las dotaciones locales o comarcales de equipamientos y recursos culturales de proximidad y virtuales, que permitan desarrollar más plenamente sus derechos culturales a la ciudadanía.
2. El crecimiento del consumo y de la participación y creación colaborativa digital resultantes de la pandemia, junto con la consecución de un derecho eficaz de acceso, crearán un entorno mucho más favorable para ampliar las redes, generar proyectos... Se ha de reclamar, a través de los mecanismos financieros previstos para abordar la crisis, la puesta a disposición de las comunidades y de quienes participan en los procesos creativos de las herramientas productivas comunitarias que aprovechen ese nuevo escenario y sus oportunidades.
3. Fomentar modelos de gestión de proximidad que abran la puerta a la participación de las organizaciones civiles de las propias comunidades en la gestión público-privada de los programas, en especial de aquellos que crean plataformas de colaboración y generan identidad y capital cultural para la economía del procomún, tan bien entendida en las culturas rurales tradicionales como olvidada en la producción posfordista.
4. Las mujeres y las nuevas generaciones están llamadas a tener un protagonismo central en estos procesos, aportando sus propias visiones del mundo. Así, es necesario incorporar al debate y la reflexión para la acción a las organizaciones y colectivos que representan sus intereses, con el compromiso de la igualdad y la cooperación.
5. La cultura es un espacio de convivencia y uno de los motores del cambio social. Por eso ha de primar en los proyectos de las instituciones públicas su carácter de derecho, además de su indudable y necesaria capacidad para

12. <https://culturayciudadania.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ca30ac69-734a-47e5-b867-b07c7c9a343c/Conclusiones%20Foro.pdf>

13. <http://www.redr.es/es/portal.do>

14. <http://www.espaciotangente.net/CArteycultura.pdf>

15. <https://www.fondationcarasso.org/es/>

- generar recursos económicos a través de la explotación del turismo, el patrimonio o la identidad como mercancías para el ocio. Solo la utilización sostenible de esos valores en los procesos de la industria del entretenimiento garantiza su continuidad como factores transformadores.
- 6. Una escuela rural abierta, transmисora de valores de identidad y crítica, es un elemento que junto a la cultura colabora activamente en la generación de comunidades. Han de facilitarse las fórmulas institucionales que vinculen ambos procesos en programas comarcales o locales que, a la vez, propicien la transferencia intergeneracional y hagan posible la producción cultural innovadora.
 - 7. El inmenso patrimonio, material e inmaterial, de nuestras comunidades rurales es a la vez un elemento vertebrador y un generador importante de recursos. Es necesario facilitar legalmente a las comunidades locales un papel más activo en la gestión de ese patrimonio, propiciando mecanismos de colaboración con propietarios, instituciones del tercer sector y empresas especializadas en una gestión comercial justa del mismo.
 - 8. La cultura ha de encontrar su espacio en las políticas integrales de revitalización del medio rural, sin incentivar las formas de idealización de lo rural de los discursos gentrificadores. Por eso será necesaria su participación en las políticas de fomento de los actuales flujos hacia el medio rural, desde los retornos o las dobles residencias a las nuevas ruralidades que emergen entre colectivos desencantados con las formas de producción urbanas.
 - 9. Las formas de la creación cultural permiten no solo recuperar las identidades despreciadas o releer la historia de las comunidades, sino también actualizarlas o resignificarlas. Los márgenes son también lugares para la innovación y la experimentación y se ha de incorporar a las políticas activas para la cultura en el espacio rural una decidida mirada de apoyo a la creación contemporánea, aprovechando siempre los recursos que nos brindan la realidad de las comunidades locales y sus tradiciones. Primando si es posible a aquellas cuyos programas reflejen una mayor sensibilidad respecto a los procesos de sostenibilidad rural y a las formas de colaboración asistidas por equipos tecnocientíficos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARROYO VÁZQUEZ, N., HERNÁNDEZ-SÁNCHEZ, H. y GÓMEZ-HERNÁNDEZ, J. A. (2019): *Las bibliotecas públicas en España: Diagnóstico tras la crisis económica*, Madrid, FESABID.
- BENNETT, A., TAYLOR, J. y WOODWARD, I. (eds.) (2014): *The Festivalization of Culture*, Farnham, Ashgate Publishing Limited.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL (2018): *El medio rural y su vertebración social y territorial*, Madrid, CES.
Disponible en: [http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/Informe-sobre-el-Medio-Rural-y-su-vertebraci%C3%B3n-social-y-territorial-\(2018\)-20180621131520465Medio-Rural.pdf](http://www.datosdelanzarote.com/Uploads/doc/Informe-sobre-el-Medio-Rural-y-su-vertebraci%C3%B3n-social-y-territorial-(2018)-20180621131520465Medio-Rural.pdf)

- DEFENSOR DEL PUEBLO (2019): *La situación demográfica en España. Efectos y consecuencias*, separata del Informe anual 2018, Madrid, Defensor del Pueblo. Disponible en: <https://www.defensordelpueblo.es/informe-monografico/la-situacion-demografica-espana-efectos-consecuencias/>
- DEL MOLINO, S. (2013): *La España vacía. Viaje por un país que nunca fue*, Madrid, Turner Libros.
- GERTZ, D. (1991): *Festivals, Special Events, and Tourism*, Nueva York, Van Nostrand Reinhold.
- GIBSON, C. Y CONNELL, J. (2012): *Music Festivals and Regional Development in Australia*, Aldershot, Ashgate.
- GOERLICH GISBERT, F., RUÍZ GONZÁLEZ, F., CHORÉN RODRÍGUEZ, P. Y ALBERT PÉREZ, C. (2015): *Cambios en la estructura y localización de la población. Una visión de largo plazo (1842-2011)*, Bilbao, Fundación BBVA.
- GONZÁLEZ CAMBEIRO, S. (2017): «La legislación sobre patrimonio cultural inmaterial en la Comunidad Foral de Navarra», separata, *Revista de Etnología y Etnografía de Navarra*, n.º 71. Disponible en: <http://www.culturnavarra.es/uploads/files/03GonzalezCEEN91.pdf>
- GUATTARI, F. (1990): *Las tres ecologías*, Valencia, PreTextos.
- IZQUIERDO, J. (2019): *La ciudad agropolitana, la aldea cosmopolita*, Oviedo, KRK Ediciones.
- MARÍN RUÍZ, C. (2014): «Arte medioambiental y ecología», *Revista Arte y Políticas de identidad*, vol. 10-11, pp. 35-54.
- MILLÁN, J. A. (coord.) (2017): *La lectura en España. Informe 2017*, Madrid, Federación de Gremios de Editores de España.
- ROSEMAN, S. R., PRADO CONDE, S. Y PEREIRO PÉREZ, X. (2013): «Antropología y nuevas ruralidades», monográfico, *Gazeta de Antropología* vol. 29, n.º 2. Disponible en: <https://culturciudadania.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:0c172533-96a7-4798-88d5-479f9ba0b686/antropologia-y-nuevas-ruralidades.pdf>
- VV. AA. (2017): *Ecologías y sistemas del arte*, Madrid, Matadero. Disponible en: <https://culturciudadania.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:9d5104fa-e461-4f43-b79a-7708e427fb0e/ecologias-sistemas-del-arte.pdf>
- VV. AA. (2019): «*Periferias. Nuevas geografías del malestar*», monográfico, *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, n.º 147, Madrid, FUHEM/Icaria.
- VV. AA. (2019): *Creative responses to sustainability. Cultural Initiatives Engaging with Social and Environmental Issues. Spain*, Asia-Europe Foundation (ASEF). Disponible en: <http://www.asef.org/images/docs/FINAL%20ASEF%20Spain%20Directory%20Online%20Version.pdf>

LA INCORPORACIÓN DE LA CULTURA Y LAS ARTES AL CURRICULUM EDUCATIVO: UNA TAREA PENDIENTE Y URGENTE

Raquel Caerols Mateo

El presente estudio afronta la presencia, el papel y significado de la cultura y las artes en el currículum educativo español, abordando, como primera tarea, un análisis de las leyes que han conformado en este ámbito la historia de la democracia, hasta nuestra última ley educativa vigente. Desde este contexto, nos situábamos en una posición privilegiada para analizar las líneas de actuación presente y futuras de lo que ya recogía la nueva ley de educación diseñada por el nuevo gobierno cuando, a punto de ser aprobada, hizo la irrupción en nuestras vidas la pandemia provocada por la COVID-19. El análisis es posible realizarlo igualmente, proponiendo, a la par, para su valoración, un estudio comparado de lo que está aconteciendo al respecto en el panorama europeo en particular e internacional, en general. Pero, desde esta nueva realidad somos testigos de primera mano de que lo destacado y acontecido en este análisis sobre la importancia de las artes y la cultura cobra aún más relevancia por la crisis sanitaria, que refuerza la necesidad de que sean protegidas como un bien de primera necesidad y, para ello, la exigencia de la educación como base.

Palabras clave: reformas educativas, cultura, artes, educación artística, STEAM.

I. REFORMAS EDUCATIVAS EN LA DEMOCRACIA ESPAÑOLA: PRESENCIA DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA

Como punto de arranque para abordar la cuestión presente, debemos poner de relieve las numerosas reformas educativas –concretamente ocho– de las que ha adolecido la democracia española desde sus inicios hasta nuestra contemporaneidad. Esta circunstancia tiene, sin duda, una incidencia directa en la presencia, peso y enfoque de la cultura, las artes, la educación artística en cada uno de los cambios que han traído cada una de las citadas leyes. No obstan-

te, es importante señalar a este respecto que no todas han tenido el mismo calado, como afirma Tiana Ferrer (2013): “En realidad, los grandes modelos del sistema educativo español en los últimos 50 años han sido dos, el de la EGB que implantó la LGE y el de la ESO que implantó la LOGSE. El resto son retoques sobre la LOGSE. No digo que sean retoques desdeñables, pero el modelo sigue siendo el mismo”¹.

1. <https://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/17/espana/1368776806.html>

No obstante, aunque desde el punto de vista de las transformaciones en la estructura institucional se trata de una afirmación cierta, desde el abordaje de la cultura y las artes, si se han dado giros significativos que nos sirven como espejo de los cambios que ha vivido la sociedad española: socioculturales, económicos, que escriben nuestra propia historia, la historia del papel de la cultura y de las artes en nuestra sociedad, en nuestros más de 40 años de democracia.

Para ello, haremos un estudio ley a ley centrada en la búsqueda de palabras clave en cada una de las citadas leyes: cultura, educación artística, enseñanzas artísticas y artes, lo que nos llevará no solo a saber su valor y significado, sino, si incluso, han estado incluidas, han estado presentes en cada una de las leyes.

Desde este punto de partida, la primera apreciación y diferenciación se debe centrar en definir una clara distinción entre cultura, artes y educación artística, por las implicaciones y calado en el sentido y fundamento de un sistema educativo que tal distinción conlleva.

En ese sentido, debemos apuntar, que la puesta en valor de la cultura en un sistema educativo no lleva implícito, *per se*, la inclusión y puesta en valor de las artes y la educación artística como áreas de conocimiento curriculares con entidad propia. La cultura sería la dimensión que engloba a aquellas y sería multidimensional en relación al conjunto como señala Ariño (2000) (ontológica, fenomenológica, carismática y socio-histórica), mientras que las artes recogen una parte de ese acervo cultural, y la educación artística supone un más allá de unas habilidades técnicas en el desarrollo de su *praxis*, supone una sensibilización, valoración crítica de esas señas de identidad que conforman un devenir cultural, la convergencia entre las artes y los usos culturales de las artes.

Esta diferenciación entre ambas queda evidenciada en el propio transcurrir de nues-

tro sistema educativo, pues como podremos comprobar en el recorrido propuesto, no siempre que se ha puesto en valor la cultura como principio fundamental de la educación, tenían presencia las artes y, más concretamente, la educación artística y las enseñanzas artísticas.

Más clara es aún esta cuestión si ponemos nuestra mirada en las leyes educativas de las dos primeras décadas de nuestra democracia, en las cuales podremos comprobar que tanto las artes, como la educación y las enseñanzas artísticas, no se han contemplado o han tenido un papel subsidiario. Desde esta trascendental carencia respecto al resto de los países europeos, podemos establecer un punto de partida esclarecedor sobre el recorrido y la presencia de la cultura y las artes en nuestro sistema educativo, la falla del sistema educativo en relación a estas áreas de conocimiento.

Por último, en estos párrafos, a modo de introducción, debemos señalar que nos vamos a detener, esencialmente, en el contexto de la enseñanza obligatoria, pues solo se podrá contribuir a la valoración social de la cultura si se asientan las bases en ella, y solo desde ahí o, esencialmente desde ahí, se podrán despertar vocaciones que lleven a los ciudadanos a las escuelas superiores de enseñanza artística.

Un análisis sintético de estas leyes se recoge en la tabla 1.

Como parte final de este análisis, debemos señalar que, además de este marco general, se han llevado a cabo reformas educativas en las siguientes Comunidades Autónomas: Andalucía, Canarias, Cantábrica, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, País Vasco. Lógicamente, por el contexto del estudio y el espacio requerido para el mismo, se hace inviable un análisis pormenorizado.

Tabla 1. ANÁLISIS DE LAS LEYES EDUCATIVAS

LGE: Ley 14/1970, de 4 de agosto, General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa. Publicado en BOE n.º 187 de 6 de agosto

Cultura

Las referencias a la cultura se centran en: la cultura patria, patrimonio cultural de España, al desarrollo científico, social, cultural, actividades culturales, fondos culturales, cultural religiosa, conocimiento de la realidad social y cultural, progreso cultural, promoción cultural, instituciones culturales, creación de círculos culturales, asociaciones de carácter cultural, control de las mismas.

Artes

NO se contempla la educación artística.

LOECE: Ley Orgánica 5/1980, de 19 de junio, por la que se regula el Estatuto de Centros Escolares. Publicado en BOE n.º 154 de 27 de junio

Cultura

Artes

Tras el golpe de Estado y la victoria del PSOE nunca llegó a aplicarse.

LODE: Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio, Reguladora del Derecho a la Educación. Publicado en BOE n.º 159, de 4 de julio

Cultura

Artes

NO se contempla la educación artística.

LOGSE: Ley Orgánica 1/1990, de 3 de Octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo, Publicado en BOE n.º 238, de 21 de noviembre

Cultura

- Alusión a la cultura para la formación de ciudadanos europeos.
- Contempla los cambios culturales, productivos y tecnológicos, de una sociedad organizada democráticamente (educación + tecnología).
- Formación versátil y prolongada en el tiempo (aprendizaje a lo largo de la vida).
- Descentralización, competencias educativas Comunidades Autónomas, lo que supone un cambio en la dimensión cultural, entre ellos, el que tiene que ver con pluralidad lingüística.
- Se valora por primera vez el papel de la cultura en relación a la igualdad entre sexos.

Artes

- Esta es la primera ley en la que se incluye la educación artística, es obligatoria y con carácter global e integrador.
- Educación Primaria: Educación artística. Objetivo: utilizar los diferentes medios de representación y expresión artística.
- Educación Secundaria: Educación Plástica y Visual. Objetivo: Conocer, valorar y respetar los bienes artísticos y culturales.
- Primera vez que se incluye el Bachillerato de Artes, entre cuatro modalidades de Bachillerato elegibles.
- Como objetivos en Bachillerato: “Desarrollar la sensibilidad artística y literaria como fuente de formación y enriquecimiento cultural”.

LOPEG: Ley Orgánica 9/1995, de 20 de Noviembre, sobre Participación, la Evaluación y el Gobierno de los Centros Docentes, Publicado en BOE n.º 278, de 21 de noviembre

Cultura

- Plena libertad de los Consejos Escolares para establecer convenios de colaboración con asociaciones culturales para actividades extraescolares.

Artes

- Los Consejos Escolares dedicados a la formación de artes plásticas y diseño podrá haber un representante propuesto por las organizaciones empresariales o instituciones laborales.
- Se potencia que los centros superiores de enseñanzas artísticas, fomenten los programas de investigación en sus disciplinas.
- Se podrá contar con profesores especialistas en el campo de las artes.
- Se contempla la figura de profesor emérito para las enseñanzas artísticas de carácter superior.

LOCE: Ley Orgánica 10/2002, de 23 de diciembre, de Calidad de la Educación. Publicado en BOE n.º 307 de 24 de diciembre

Esta ley viene a modificar tanto la LODE de 1985 como la LOGSE de 1990, se publicó el 24 de diciembre de 2002 y entró en vigencia, pero no se desarrolló reglamentariamente, siendo reemplazada por la LOE de 2006.

LOE: Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Publicado en BOE n.º 106, de 4 de mayo

Cultura

- La cultura como pilar fundamental para el máximo desarrollo de las capacidades de los ciudadanos.
- Se incluye la dimensión **afectiva** como pilar fundamental para el desarrollo de la personalidad, más allá de la dimensión cognoscitiva y axiológica
- Comunidades Autónomas: pluralidad lingüística, interculturalidad y diversidad cultural.
- Cultura-Sociedad del conocimiento.

Artes

- Educación Primaria: desarrollo del sentido artístico, la creatividad y la afectividad, este último concepto, como novedad.
- Las asignaturas en artes en Educación Secundaria son Educación Plástica y Visual y Música, como obligatoria entre 1º-3º y optativa en 4º.
- Se mantienen el Bachillerato de Artes.
- Por primera vez, se crea el Consejo Superior de Enseñanzas Artísticas, “como órgano consultivo del Estado y de participación en relación con estas enseñanzas”. (Artículo 45).

LOMCE: Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. Publicado en BOE n.º 295 de 10 de diciembre. También conocida como la Ley Wert, se diseñó para la modificación de la LODE-1985 y la LOE-2006

Cultura

- Se elimina el compromiso del Estado de garantizar plaza en un centro público.
- Cultura: democracia participativa.
- Se presenta como marcos de referencia para la educación la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación de la Organización de la UNESCO (que pone establece el nivel CINE 3) y Proyecto de Indicadores de la Educación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).
- Por primera vez en una ley educativa se dedica un capítulo específico a la tecnología digital: plataformas digitales y tecnológicas de acceso a toda la comunidad educativa (Artículo 111).
- Se elaborará por primera vez, un “marco común de referencia de competencia digital docente” (Artículo 111).

Arte

- Las asignaturas de artes dejan de ser materias obligatorias.
- Educación Primaria: educación artística pasa a ser materia elegible por cada comunidad autónoma, al menos 1 asignatura de entre las 4 ofertadas.
- Educación Secundaria: en 1.º, 2.º y 3.º de la ESO, a regular por la comunidad autónoma, mínimo 1 máximo 4 entre 9 asignaturas ofertadas (se incluyen por primera vez educación audiovisual y cultura clásica).
- Educación Secundaria (4.º): a regular por la comunidad autónoma, mínimo 1 máximo 4 entre 12 asignaturas ofertadas (se incluye entre ellas, por primera vez, Artes Escénicas y Danza, además de las de artes ya señaladas).
- Bachillerato solo se incluyen materias de artes en el Bachillerato de Arte. Y en relación a asignaturas como Música, Dibujo Artístico, Artes Escénicas o Cultura Audiovisual: “en función de la regulación y de la programación de la oferta educativa que establezca cada Administración educativa”.

Fuente: elaboración propia.

II. PERSPECTIVA DOMINANTE DEL MODELO EDUCATIVO ESPAÑOL: EL PAPEL DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA

Tras el análisis pormenorizado de cada una de las leyes que han tenido lugar en la historia de nuestra democracia, en la cuestión específica de la

cultura y las artes, tenemos la suficiente perspectiva como para dibujar una valoración y un mapa del modelo educativo dominante, del enfoque, del paradigma y las líneas de trabajo presente y futuras por dónde camina y podrá caminar la educación en España y, más concre-

tamente, lo referido al valor y peso de la cultura y las artes en el *curriculum* educativo.

Emprendiendo sobre esta base una valoración crítica del análisis realizado, podemos señalar en primer lugar que, en relación a los datos objetivos que nos arroja el análisis de las leyes, la inclusión de la cultura ha sido una cuestión que ha estado presente desde la ley de 1970, pero con muy diferentes matices, lo que nos da la medida de la situación presente. Si bien en la ley de 1985 hace referencia a la pluralidad lingüística de nuestro país, solo lo hará en el artículo dos, sin más referencia a la pluralidad cultural de este. No será hasta la ley de 1990 cuando se desarrolle explícitamente la cuestión de las autonomías en relación a la diversidad cultural y lingüística, en coincidencia con el momento de la transferencia de competencias.

También, hasta esta ley no hay una referencia a la cultura con una mirada al exterior, es decir, a la educación y la cultura como garante de la formación de ciudadanos europeos, por tanto, de una sociedad y, con ella un sistema educativo que abre su mirada al exterior, que contempla un mundo cambiante y con un importante peso de lo tecnológico. Así, en relación a la cultura en nuestro sistema educativo, llevamos apenas unas décadas caminadas, moviéndonos en unos márgenes muy estrechos, pues en las leyes anteriores todas las referencias a la cultura pasaban por los valores patrios y el patrimonio cultural español. Tal es así que, como se afirma en la propia ley, se crearon mecanismos para “superar los residuos autoritarios subsistentes en la norma aprobada en 1970 y abrir el sistema educativo a la nueva dinámica generada en diversos campos” (Preámbulo).

De hecho, hasta la ley de 2006 no aparece el plano afectivo de la persona y el concepto de creatividad como dimensiones vinculadas a la educación y al desarrollo integral de la persona, así como el desarrollo del sentido artístico.

Y de este contexto, podemos fundamentar el devenir de la educación artística en el *curriculum* de nuestro sistema educativo.

Sobre la base pues del análisis de las leyes educativas que han conformado la historia de la democracia de nuestro país, estamos en disposición de afirmar que, en los más de 40 años de democracia, solo durante 13 años la educación artística ha estado incluida como área de conocimiento obligatoria, con carácter global e integrador. Y decimos con carácter obligatorio, porque en la ley de 2013 toda la educación en artes, todas las asignaturas concernientes a esta área, pasaron a ser materias elegibles por cada uno de los sistemas educativos de cada comunidad autónoma y, por tanto, quedaron relegadas a un segundo plano.

Ante esta situación de la educación artística de nuestro sistema educativo, nos podemos preguntar: ¿desde qué modelos educativos se puede explicar esta situación de las artes?, ¿qué modelo educativo las ampara? Desde una perspectiva general, nos encontramos con que el primer vislumbre de la inclusión de la educación artística se produce en la ley de 1990, y podemos poner en valor que este salto se produce porque la ley se articula dentro de un cambio de modelo educativo, desde el modelo conductista que había regido hasta esa fecha hasta un modelo constructivista o participativo.

Ahora bien, una vez incluida la educación artística en el sistema educativo, ¿desde qué enfoque educativo podemos justificar su presencia minúscula en relación al resto de materias, su fundamentación no definida en relación al objeto de su acción, y su mal definida jerarquización y sistematización? Como señala el profesor Rubio Arostegui: “la justificación de los beneficios y la importancia de la educación artística en el contexto académico va paralela a una crisis de las humanidades y de las artes en un mundo transido por la ideología neoliberal” (2016, p. 324).

Esto nos lleva entender el porqué de la fundamentación dominante de las artes en nuestras leyes educativas. Si los enfoques que han guiado la educación artística a lo largo del siglo XX, se han centrado en entender el arte como experiencia estética, o bien como un aprendizaje técnico y procedimental, o el arte como vía de conocimiento del mundo, en nuestras leyes educativas ha predominado el discurso centrado en la formación técnica y de procedimientos.

Por otro lado, se presenta también un importante déficit en cuanto a la sistematización y jerarquización, en cuanto a los desfases que median entre los usos culturales de las artes y su desarrollo como disciplina en las aulas. Como señalan Aguirre y Giráldez: “Tenemos que resolver la contradicción que supone mantener el doble criterio: el cultural y el escolar. La vía cultural, que nos orienta hacia una consideración común de todas las materias como arte, o el planteamiento disciplinar, que se deriva de las prácticas escolares y que nos empuja a separar las materias a la hora de diseñar y desarrollar el currículo” (2010, p. 84).

Es decir, esto se traduce en el hecho de que solo se incluyen dentro del concepto de educación artística las artes visuales, plásticas y audiovisuales y la música, dejando fuera el teatro, la danza y la literatura desde un enfoque de las artes. Asimismo, dichas materias –las incluidas–, aunque se contemplaban desde un enfoque integrador cuando fueron incluidas como obligatorias, en la práctica se desarrollaban como materias que se daban de forma autónoma y en muchos casos, impartidas por profesores con un perfil generalista.

Por tanto, si ya partíamos de una tardía y escasa presencia de la educación artística en el *curriculum* educativo, además de una falta de definición en su fundamentación, sistematización y jerarquización, con la ley de 2013, caminamos unos pasos hacia atrás en el tiempo. Y

este hecho se dio, esencialmente, porque esta normativa se alineaba dentro de los márgenes descritos por el profesor Rubio Arostegui: “El discurso académico sobre los beneficios de la educación artística va contracorriente de la corriente neo-liberal y en el marco de la definición por competencias y resultados de aprendizaje de los contenidos del currículo. La educación artística no presenta rasgos de calidad ni estándares que puedan ser susceptibles de ser comparables entre los países. Por otro lado, aunque hay una literatura científica sobre sus beneficios intrínsecos (esencialistas) y extrínsecos (contextualistas) hay algunas publicaciones que ponen en duda esta actitud optimista y justificativa que adoptan muchas de las investigaciones en este campo educativo y cultural (2016, p. 338).

No obstante, la citada ley de 2013 y el planteamiento de la corriente neoliberal podría llevarnos a pensar que el objetivo de la misma estaba encaminada a fomentar las vocaciones científicas, pero su propuesta curricular estaba alejada de los nuevos enfoques de las vocaciones científicas que se estaban empezando a dar a partir de esta primera década del siglo XX, nos referimos a las vocaciones Science, Technology, Engineering and Mathematics (STEM), cuya principal característica se centra en un planteamiento interdisciplinar en los procesos de enseñanza y aprendizaje, los puntos de encuentro y retroalimentación de estas cuatro materias.

A pesar de que, según datos de Eurostat, en España solo 15 de cada 1000 personas completaron sus estudios en estas ramas, este enfoque no lo recogió la ley de 2013, cuando en Estados Unidos, o en gran parte de los países europeos, especialmente, Reino Unido o Finlandia, los enfoques STEM habían pasado a ser una prioridad. Tal es así, que en el programa marco 2014-2020 la Comisión europea presupuestó más de 13 millones de euros para subvencionar estas iniciativas (Muñoz, 2015).

Pero sí bien este planteamiento innovador no quedaba recogido en nuestra última ley educativa, nos quedamos más atrás aún, cuando, en torno a estas mismas fechas, se empezó a conformar una transformación en relación al enfoque STEM, incluyendo la nueva área de conocimiento deART, transformándose esta combinación en STEAM (Science, Technology, Engineering, Art and Mathematics).

El primer centro educativo en desarrollar esta iniciativa fue la Rhode Island School of Design, asimismo Corea del Sur ha desarrollado un modelo propio de educación STEAM, y en un entorno más cercano, el 17 y 18 de abril de 2015, en Barcelona, se celebró la 1.^a Conferencia Internacional STEAM con el objetivo de “reunir en Barcelona algunos de los proyecto más destacados y evaluados en el campo de la investigación, la metodología y, muy especialmente, la práctica relativa a la aplicación de STEM y STEAM, tanto en Europa como en Estados Unidos”. Ejemplos de actividades diversas donde se muestra esta relación entre arte y materias STEM pueden ser el certamen de monólogos y microteatros científicos “Guiones para la ciencia”, de la Universidad de Extremadura, o la Tinkering-zone del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, de Milán (Muñoz, 2015).

Otra de las iniciativas que podemos encontrar en España han sido puestas en marcha por EducaCaixa², la Fundación Telefónica³, el Gobierno de Canarias desde el curso 2017-2018, la Universidad de Oviedo junto con la Universidad de Deusto para el fomento a las vocaciones STEAM en Primaria⁴ o el Gobierno Vasco⁵. Y entre otras iniciativas a nivel internacional

y de carácter investigador, pero que también apuntan en esa dirección, encontramos iniciativa europea H2020 STARTS (Science, Technology + ARTS)⁶ o el proyecto americano From STEM to STEAM⁷.

El giro es tan evidente que el tan controvertido informe PISA, como reacción a los resultados que obtenemos habitualmente, va a introducir este enfoque en su próxima convocatoria de 2021, es decir, que además de la competencia en matemáticas, la científica y lectora, tiene previsto incluir la competencia creativa, pero sin determinar aún el procedimiento de evaluación que seguirá. Quizás puedan tomar como referencia algunas de las pocas publicaciones que existen en relación a la influencia de la educación artística, más allá del propio campo de las artes, como *Art for art's sake?: The Impact of Arts Education* (¿Arte por el arte?: El impacto de la *educación artística*), publicada en 2014 y que pone el foco en cinco campos de las artes: teatro, música, danza, artes visuales y educación multiartística (Winter, Goldstein, Vincent Lacrin, 2013).

Tras la nueva situación de la pandemia COVID-19, nos preguntamos cómo afrontará PISA su informe. Sí podemos evidenciar, tras la experiencia vivida, que el papel de las artes y la cultura en una etapa de excepcionalidad como es el confinamiento es un bien de primera necesidad, y que ha sido nuestra red. Lo que nos lleva no solo a reflexionar sobre la importancia trascendental de que PISA de este giro sino incluso a preguntarnos desde quién debe partir esta evaluación del sistema educativo: ¿desde una organización empresarial? ¿o desde los profesionales de la educación? Todo apunta, necesariamente, a un mundo cambiante, a modelos que hagan un mundo sostenible, en el que la cultura y las artes tienen un papel central.

2. https://www.educaixa.com/microsites/steam/steam_es/recursos_aux/

3. <https://www.fundaciontelefonica.com/wp-content/uploads/2018/11/7-educacion-inspira-team-premiosFT.pdf>

4. <https://inspirasteam.net/conoce-el-proyecto/>

5. <http://steam.eus/es/haces-steam/>

6. <https://www.starts.eu/>

7. <http://stemtosteam.org/>

III. ESCENARIOS DE FUTURO: INCLUSIÓN DE LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA DESDE UNA PERSPECTIVA TRANSDISCIPLINAR

Así pues, partiendo de la ley educativa de 2013 y tomando conciencia de hacia dónde tendríamos que ir según lo apuntado anteriormente, podemos apuntar que se requiere de un gran compromiso y consenso de todos los partidos políticos. Nos obstante, sí podemos observar que las líneas maestras del Proyecto de Ley de la próxima ley educativa que recoge el documento colgado en la página de Moncloa, de la ley que quedó diseñada en 2019 por la Ministra Celá, antes de la repetición electoral, parece que van a ir en la dirección de lo anteriormente estudiado⁸ (LOMLOE)), lo que compromete a dar ese giro vital y necesario para no quedarnos definitivamente atrás.

Una de estas líneas de trabajo significativas, al encontramos entre los nueve desafíos del sistema educativo español que recoge dicho documento: **7. Aumentar las vocaciones STEAM, especialmente entre las chicas.**

Bien es cierto que la LOMCE no contemplaba las vocaciones STEM, y claro está, menos las STEAM, y a su vez, tampoco, centradas especialmente en las chicas, por lo que tenemos que construir entre todos esos territorios para llegar a este desafío. Asimismo, queremos hacer notar que, el primer intento a nivel internacional ha sido y es, en relación al género femenino, fomentar las vocaciones científicas (STEM), desafío que debería recoger la próxima ley que estamos analizando y, seguidamente, el enfoque STEAM en todo el diseño curricular. Por lo que nos surgen dudas si en el desafío 7 se están refiriendo realmente a STEM.

El resumen de los futuros retos a alcanzar que plantea la nueva ley de educación, con la que se tiene previsto derogar la LOMCE, queda recogido en el gráfico 1.

Gráfico 1. RETOS DE LA NUEVA LEY DE EDUCACIÓN



La referencia a la Agenda 2030, en relación al objetivo que tiene que ver con la educación (el 4) de los 17, se centra en los enfoques, metas y estrategias e indicativas, encaminadas, esencialmente, en “garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos”⁹.

Pero lo que más nos interesa en este estudio es lo referente a la educación artística y, por tanto, más allá de los objetivos que haya marcado la Unesco en la agenda 2030, nos interesan las conclusiones que se aglutan en la Conferencia Mundial sobre la Educación Artística: construir capacidades creativas para el siglo XXI (Lisboa, 6-9 de marzo de 2006). La Oficina de la Unesco en Santiago. Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe, recoge en su página web el resumen de las líneas de trabajo y enfoque propuesto por la Unesco en materia de Educación Artística: “La educación utiliza las artes y las prácticas y tradiciones culturales como método de enseñanza de asignaturas generales del currículo para conseguir su mejor comprensión, pero también comprende al arte como una forma de conocimiento que se vincula con la investigación científica y la práctica pedagógica.

La educación artística debe desempeñar una función importante en la transformación de los

8. https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeminstros/referencias/documents/2019/refc20190215e_1.pdf

9. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245656_spa

sistemas educativos. Puede aportar una contribución directa a la solución de los problemas sociales y culturales que afronta el mundo contemporáneo por lo que la Unesco promueve la educación artística en entornos educativos (formales y no formales) para contribuir en establecer un marco sólido para las decisiones y acciones que deban emprenderse en este campo de cara al futuro en la región de América Latina y el Caribe¹⁰.

Como podemos comprobar se ajusta a los lineamientos de los planteamientos STEAM, las artes como un área de conocimiento transdisciplinar y como una vía de conocimiento y, por tanto, motor de cambio del paradigma educativo. Asimismo, se toma como referencia el Education & Training, referido a la Cooperación de la Unión Europea en el ámbito de la educación y la formación (ET 2020), cuyo documento es un “informe que mide el progreso de los países hacia los objetivos del marco estratégico Educación y Formación 2020 (ET 2020) para la cooperación europea en estos campos”¹¹.

También cita la *G20 Leaders' declaration Building consensus for fair and sustainable development*, cuyo documento apunta a referencias centrales en materia de educación como aprender a aprender, aprendizaje permanente, pedagogías y métodos innovadores, así como habilidades digitales¹².

El *Education Policy Outlook 2018* (publicado por la OECD, ya está el texto de 2019) es un informe que incluye alrededor de 200 políticas que abarcan desde la educación y el cuidado de la primera infancia (ECEC) hasta la educación superior y el aprendizaje permanente¹³, Y,

por último, hacemos la referencia a 2021 *Metas Educativas. La educación que queremos para la generación de los bicentenarios*¹⁴, ya que, en relación a estas metas, se publicó un texto centrado en la educación artística, titulado *Educación Artística, cultura y ciudadanía*, coordinado por Lucina Jiménez, Imanol Aguirre y Lucía G. Pimentel, iniciativa de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), en colaboración con la Editorial Santillana, y financiado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y la AECID¹⁵.

Este texto ha servido de referencia en el presente estudio, precisamente porque pone el acento en las fallas de la educación artística, en relación a su fundamento y a su objeto de acción, así como a los agudos problemas relacionados con la sistematización y jerarquización de los contenidos. Lo que quiere decir que, si estas pautas, reflexiones y hoja de ruta están en la nueva ley, no solo contemplará el hecho de que la educación artística esté presente en las políticas educativas como un contenido obligatorio, sino que además se supone que estará abriendo las puertas, desde un enfoque transversal y transdisciplinar, a un nuevo modelo y paradigma educativo.

IV. CONCLUSIONES: COMPROMISOS Y PROPUESTAS DESDE EL REFERENTE EUROPEO E INTERNACIONAL

Sobre la base del análisis realizado en este texto, la pregunta pertinente es cómo lo vamos a conseguir o si nos preceden solo 13 años de educación artística en nuestras leyes educativas, peor aún después de estos últimos siete años, desde 2013 especialmente, en que las ar-

10. <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/arts-and-arts-education/>

11. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:ef0016&from=EN>

12. https://www.consilium.europa.eu/media/37247/buenos_aires_leaders_declaration.pdf

13. <https://www.oecd.org/education/education-policy-outlook-2018-9789264301528-en.htm>

[education-policy-outlook-2019-2b8ad56e-en.htm](https://www.oecd.org/education/education-policy-outlook-2019-2b8ad56e-en.htm)

14. www.oei.es/historico/metas2021

15. <https://uppv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0740/documentos/educArtCulyCiud.pdf>

tes solo han sido una materia de conocimiento elegible por cada comunidad autónoma. Tras esta pérdida de valor de la cultura y las artes tan evidente, no solo necesitaremos unas leyes que pongan los cimientos sino un compromiso de pacto de ley, y de utilizar todas las herramientas tanto públicas como de iniciativa privada, para tejer el valor de la cultura y las artes en nuestra sociedad presente y futura.

Por ello apuntamos las siguientes medidas, que supondrían cambios legislativos importantes y que comprometerían a todas las comunidades autónomas:

1. Pacto de Estado para la inclusión de la educación artística en la ley educativa como materia de conocimiento integrador, transversal y transdisciplinar.
2. Replantear y fijar los fundamentos que justifican la presencia de las artes en el *currículum* educativo, lo que pasa por resolver las divergencias entre los usos culturales de las artes y el desarrollo disciplinar de las prácticas escolares, que se han dado en todas las leyes educativas que han recogido las artes como materia obligatoria.
3. Con ello, superar los límites de los planteamientos de las leyes educativas que nos han precedido, incluyendo no solo como materias de educación artística las artes plásticas y visuales y

música, sino también la danza, el teatro y la literatura.

4. Plantear la inclusión de dichas materias como materias integradas, relacionadas y en convergencia con el uso culturales de las artes.
5. Fijar los objetivos formativos de la educación artística, por tanto: establecer una clara diferencia entre la educación artística y la formación artística como enseñanza especializada y profesional de las artes.
6. Sistematización y jerarquización de sus contenidos y, con ello, el desarrollo de sus metodologías: ¿el arte como experiencia estética, como vía de conocimiento o como “saber hacer”? Si planteamos un enfoque transdisciplinar deberíamos aunar las tres versiones y, por tanto, estaríamos en la necesidad de un cambio en el modelo educativo.
7. Este enfoque conecta directamente con el marco y directrices europeas en el ámbito educativo, fomentar las vocaciones STEM y el enfoque educativo STEAM. Por tanto, tejer una cultura STEAM mediante programas integrados en los centros educativos, abiertos para ello también a todas las colaboraciones externas con centros especializados.

BIBLIOGRAFÍA

- ARIAS APARICIO, F. Y GENTILE, A. (2011): *Calidad y reforma de la Educación Secundaria Obligatoria en España. Estudios de progreso*, n.º 67, Madrid, Fundación Alternativas. Disponible en: https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/estudios_documentos_archivos/b99819763f5f0b844a-121f9572c4b4fe.pdf.
- ARIÑO, A. (2000): *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, Barcelona, Ariel.
- BARRAGÁN RODRÍGUEZ, J. M. (1995): «Para comprender la Educación Artística en el marco de una fundamentación crítica de la educación y el currículum», *Revista Universitaria de Formación del Profesorado*, n.º 24, pp. 39-63, Murcia, Universidad de Murcia.

- BERENGUERAS PONT, M. y VERA MUR, J. M. (2015): «Las leyes de educación en España en los últimos doscientos años», *Supervisión 21. Revista de Educación e inspección*, n.º 38.
- COLL, C. y PORLÁN, R. (1998): «Alcance y perspectivas de una reforma educativa: la experiencia española», *Revista Investigación en la Escuela*, n.º 36, Sevilla, Universidad de Sevilla.
- DE JUAN, S. (2018): *Formas en acción. Apuntes situados sobre la formación artística del profesorado. 2018-2019*, Madrid, Fundación Daniel y Nina Carasso.
- EGIDO GÁLVEZ, I. (1997): «Tres reformas educativas europeas. Reino Unido, Francia y España. Aspectos comparativos», *Revista Española de Educación Comparada*, n.º 3, pp. 215-245.
- GONZÁLEZ MEDINA, A. Á. (2017): «Cuarenta años de cambios educativos en España», *eXtoikos*, n.º 20, Granada, Instituto Econospérides.
- JIMÉNEZ, L., AGUIRRE, I. y G. PIMENTEL, L. (coords.) (2010): *Educación artística, cultura y ciudadanía. Metas Educativas 2021*, Madrid, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: <https://upvv.clavijero.edu.mx/cursos/LEB0740/documentos/educArtCulyCiud.pdf>.
- MARÍN IBÁÑEZ, R. (2013): *La reforma educativa española*, Madrid, UNED.
- MECD/CIDE (2004): *Evolución del sistema educativo español. El Sistema Educativo español*, Madrid. Disponible en: https://uom.uib.cat/digitalAssets/202/202199_6.pdf.
- MUÑOZ, J. (2015): «STEM, STEAM... ¿pero eso qué es?». Disponible en: <http://odite.ciberespiral.org/comunidad/ODITE/recurso/stem-steam-pero-eso-que-es/58713dbd-414c-40eb-9643-5dee56f191d3>.
- MUÑOZ-REPISO, M., MURILLO, F. J., VALLE, J. M. y GARCÍA, R. (1996): *Una década de reformas en la educación obligatoria de la Unión Europea (1984-1994)*, EURYDICE, DG XXII: Educación, Formación y Juventud, Bruselas. Disponible en: https://www.sel-gipes.com/uploads/1/2/3/3/12332890/1997_eurydice_-a_decade_of_reforms_at_compulsory_education_inthe_european_union_level_1984-1994_sp.pdf.
- RIUS ULLDEMOLINS, J. y RUBIO ARÓSTEGUI, J. A. (coords.) (2016): «Dimensiones y papel de la educación artística en las políticas educativas y culturales en la España democrática: Auge de la institucionalización en un horizonte de crisis sistémica y financiera», *Treinta años de políticas culturales en España: Participación cultural, gobernanza territorial e industrias culturales*, Valencia, Universitat de València, Servei de Publicacions, pp. 321-339.
- Una educación para el siglo XXI. Proyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación (LOMLOE). Madrid. Disponible en: https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/documents/2019/refc20190215e_1.pdf.
- UNESCO (2016): *Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4*. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245656_spa.
- UNESCO (2016): *Hoja de Ruta para la Educación Artística*, Conferencia Mundial sobre la Educación Artística: construir capacidades creativas para el siglo XXI, Lisboa, 6-9 de marzo de 2016. Disponible en: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/CLT/pdf/Arts_Edu_Road-Map_es.pdf
- Winter, E., Goldstein, T. R., Vincent Lacrin, S. (2013): *Art for art's sake?: The Impact of Arts Education*, Educational Research and Innovation, OCD Publishing. Disponible en: https://read.oecd-ilibrary.org/education/art-for-art-s-sake_9789264180789-en#page3

PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE FICCIÓN AUDIOVISUAL EN ESPAÑA: ENTRE LOS OPERADORES TRADICIONALES Y LA EMERGENCIA DE LOS SERVICIOS DE VÍDEO BAJO DEMANDA

Concepción Cascajosa Virino

En el contexto internacional actual se analiza la situación de la producción y distribución de contenidos audiovisuales tras la emergencia de los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD), en tres ámbitos interrelacionados. En primer lugar, el modelo “de dos velocidades” en el que está instalado el cine español y la lenta intervención de los servicios SVOD. En segundo lugar, la explosión de ficción seriada y el protagonismo de dichos servicios en su producción. En tercer lugar, se evalúa el contenido audiovisual español en los servicios de vídeo bajo demanda. Por último, se analiza el impacto de la crisis sanitaria de la COVID-19 en la producción audiovisual.

Palabras clave: cine español, ficción seriada, servicios de vídeo bajo demanda, producción audiovisual, distribución audiovisual.

I. INTRODUCCIÓN. UN PANORAMA AUDIOVISUAL CAMBIANTE

Los sistemas audiovisuales se encuentran en un periodo de transformación en el marco de la digitalización. Por un lado, los operadores tradicionales de base nacional (públicos y privados) buscan las maneras de adaptarse a un nuevo contexto de exacerbada fragmentación donde algunos de los ejes de la industria (como la medición de audiencias y los modelos de negocio tradicionales) están en cuestión. Por otra parte, nuevos operadores tecnológicos de base transnacional, como los denominados FAANG (Facebook, Amazon, Apple, Netflix y Google),

lideran la conversión de la industria hacia el consumo de vídeo bajo demanda y explotan nuevas formas de monetización aprovechando una inexistente o, en el mejor de los casos, lenta regulación¹.

Sin embargo, desde el ámbito europeo se ha producido un impulso regulatorio cuya consecuencia más visible fue la aprobación de la Directiva de Servicios de Comunicación Au-

1. El acrónimo FAANG fue creado por el inversor y comentarista económico Jim Cramer para referirse a las empresas de base tecnológica con mayor rentabilidad en bolsa.

diovisual 2018/1808. Esta Directiva incorpora la obligación de que el contenido de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual sea al menos un 30% europeo, así como la obligación de estos prestadores de servicios de invertir en la producción de obras europeas. Además, permite a los Estados Miembros imponer una tasa proporcional al nivel de ingresos². Pero mientras se traspone esta Directiva a las diferentes legislaciones nacionales, las consecuencias sobre los ecosistemas de producción empiezan a ser visibles. En el caso de Reino Unido (cuya aplicación de la Directiva tras su salida de la Unión Europea permanece en cuestión), la Cámara de los Lores alertó de que los operadores de vídeo bajo demanda por suscripción (*subscription video-on-demand [SVOD]*) como Netflix estaban aumentando los presupuestos medios y haciendo menos competitivos a los medios públicos en el ámbito de la producción (House of Lords, 2019, p. 76). La posibilidad de que los operadores públicos pierdan su posición de liderazgo en la producción de contenidos audiovisuales es especialmente relevante en el ámbito de la ficción televisiva porque fueron responsables del 73% de los títulos producidos entre 2015 y 2016 (Fontaine, 2017, p. 17).

Hay varios aspectos que confirman la relevancia de esta transformación. Uno es la rápida penetración de los servicios de VOD, que en 2017 estaban presentes en una media del 25% de los hogares europeos con conexión de banda ancha (Ene, 2019, p. 17). Algunas estimaciones anticipan que pueden llegar al 69% de los hogares de la Europa Occidental para el año 2023 (McDonald, 2018). Este crecimiento se ha articulado sobre la concentración en lugar de la diversidad. A pesar de los numerosos ser-

vicios de VOD que operan en Europa, el 89% de los estimados 6000 millones de ingresos en 2018 correspondieron a la actividad de 5 empresas: Netflix, Amazon Prime Vídeo, Sky, HBO y Viaplay. Especialmente relevante en el mercado es el peso de Netflix, con un 51% de los ingresos, y de Amazon Prime Vídeo, con un 21% (Meier, 2019).

En algunos mercados, esta concentración es notoria. Según datos de Ampere Analysis, Netflix y Amazon sumaron en 2018 el 97% de abonados a servicios SVOD en Francia, el 89% en Reino Unido, el 84% en Alemania y el 81% en España (Fontaine, 2019, p. 9). Esto es relevante considerando que los servicios internacionales de SVOD cuentan apenas con un 24% de películas europeas (Fontaine, 2019, p. 16). La hegemonía de estos servicios de vídeo bajo demanda en algunos mercados ha llevado a colaboraciones entre competidores, como es el caso de la alianza de BBC e ITV para el servicio BritBox en Reino Unido o de RTVE, Atresmedia y Mediaset en España para la plataforma gratuita con tecnología HbbTV LOVEStv.

Esta disruptión se produce en un contexto de notable aumento de la producción. Si bien hasta 2016 se podía considerar que la contribución de los servicios de VOD era marginal, con apenas un 1,5% de los títulos de ficción televisiva (Fontaine, 2017, p. 23), el ritmo de producción se ha acelerado desde entonces. La apuesta estratégica de Netflix por España (sobre la que se incidirá en las secciones posteriores) es paralela a acciones dirigidas a aumentar su presencia en otros mercados europeos, como es el caso de la región nórdica, Reino Unido, Alemania, Francia e Italia. No cabe duda de que este aumento de la producción tiene ver con la inminente implementación de la Directiva 2018/1808 y la apuesta decidida de Netflix por los mercados donde todavía tiene margen de crecimiento. Pero tampoco se puede pasar por alto la aparición de nuevos competidores como Disney+, HBO Max, Peacock

2. El texto completo de la Directiva se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea el 28 de noviembre de 2018. Disponible en: <https://www.boe.es/DOUE/2018/303/L00069-00092.pdf>

y Apple TV+. Anticipando su llegada a unos mercados que muestran síntomas de saturación, y considerando que suponen una nueva pérdida de autonomía para las industrias creativas nacionales, algunos países han empezado a reforzar sus medidas protecciónistas, como es el caso de Francia (Wood, 2020).

En las siguientes páginas se hará un repaso de la situación reciente del mercado audiovisual español, con especial énfasis a las alteraciones directamente relacionadas con la actividad de los servicios de VOD.

II. EL CINE ESPAÑOL: UN MODELO EN CUESTIÓN

El cine español se encuentra en los últimos años determinado por un sistema “de dos velocidades”, con un tipo de producciones de carácter más comercial, que se beneficia de la promoción de los operadores televisivos que las financian, y otro de carácter más autoral y experimental que, salvo casos concretos, tiene una vida corta en las salas de cine y obtiene escasa visibilidad. La separación entre ambos modelos se ha ido acrecentando como consecuencia de una disfuncionalidad en los dos principales mecanismos de fomento del cine español.

Por un lado, las ayudas del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), que mantiene dos convocatorias, una general donde “la solvencia” de la empresa productora o coproductora otorga una puntuación superior, y una selectiva, dirigida a películas de interés artístico o social, experimental, documental y *operas primas*, con una cantidad presupuestaria muy inferior. La desigual inversión entre ambas convocatorias es evidente: 35 millones frente a 7 en 2019³. Por otro lado, la

aplicación del artículo 5.3 de la Ley 7/2010 determinaba la obligación de invertir el 5% de los ingresos en producción europea a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

La gestión directa de esta obligación ha acabado trasladando el ámbito decisorio sobre el tipo de películas que se producen a los grandes grupos de televisión: en el último informe sobre el cumplimiento de dicha obligación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2019), de los 44.656.000 euros establecidos como obligación de financiación en cine producido en lenguas oficiales en España, 42.125.711 euros correspondieron a RTVE, Atresmedia, Mediaset y Telefónica (un 94%)⁴. De hecho, en su parte del informe, el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) alertaba de la elevada concentración: de las 329 empresas productoras que habían participado en la producción de largometrajes, únicamente 4 de ellas habían producido cinco o más películas, 43 empresas habían participado en la producción de entre dos a cuatro películas y 282 empresas lo habían hecho en una película de largometraje (CNMC, 2019, p. 58).

Este modelo de “dos velocidades” se extiende a la taquilla: en 2019 las 20 películas más vistas concentraron el 86,6% de la taquilla de todo el cine español. Los títulos producidos por los dos operadores privados con cadenas generalistas, Atresmedia y Mediaset, tienden a

3. Información sobre las Ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto de 2019 disponible en:

<https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/general/20/202995/ficha/202995-2019.html> (Consulta: 15/01/2020). Información sobre las Ayudas selectivas para la producción de largometrajes sobre proyecto disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/general/05/051790/ficha/051790-2019.html> (Consulta: 15/01/2020).

4. El porcentaje es levemente inferior, un 92%, si se tiene en cuenta el gasto imputado: 69.440.015 euros invertidos por RTVE, Mediaset, Atresmedia y Telefónica, sobre los 75.306.386 euros invertidos por todos los operadores estatales con obligación de inversión.

concentrar su inversión en pocos títulos (12 y 6 respectivamente en 2018) a los que dedican una intensa promoción en su estreno. Estos títulos suelen ser *thrillers* o comedias y en ellos hay con escasa presencia de mujeres directoras: un largometraje tanto en Atresmedia como en Mediset en 2018 (CIMA, 2019, p. 60). En su rendimiento en salas, el cine español sigue ocupando una posición menor, con cuotas de pantalla que oscilan entre el mínimo del 13,86% (en 2013) al máximo del 25,43% (en 2014, año de *8 apellidos vascos*). En 2019 el porcentaje se situó en el 15%, más de dos puntos por debajo de los años precedentes (ver tabla 1).

En su contribución al *Informe sobre el estado de la Cultura en España 2018*, José Vicente García Santamaría (2018, pp. 116-117) ya anticipaba que la llegada de los servicios de video bajo demanda al mercado cinematográfico presentaba tanto oportunidades (como la ampliación de mercados, especialmente para la producción independiente) como peligros (muchas empresas del sector estaban llamadas a la extinción), aunque el verdadero impacto era todavía una incógnita.

El sector vive todavía pendiente de un impulso legislativo que ayude a regular algunas de las carencias del actual sistema de financiación, especialmente la ausencia de los servicios VOD internacionales en las obligaciones

de financiación de contenido europeo. Sin embargo, estos servicios sí han comenzado a invertir en cine. Netflix comenzó con *Siete años* en 2016 y posteriormente ha explorado como fórmula principal la adquisición de derechos de distribución internacional en exclusividad (salvo en los mercados correspondientes en las coproducciones). Así ha participado en una treintena de títulos entre 2016 y 2019, con películas destacadas en premios o recaudación en taquilla como *El autor* (2017), *La enfermedad del domingo* (2018), *El cuaderno de Sara* (2018) y *La trinchera infinita* (2019).

En algunos casos ha adquirido derechos de exclusividad que eliminaban la exhibición en salas o la limitaba a cortos períodos de tiempo para permitir su participación en premios cinematográficos. Aunque fue una fórmula puntual tras *Siete años*, en 2019 Netflix realizó una importante apuesta por estos “*Originales Netflix*” con *¿A quién te llevarías a una isla desierta?*, *A pesar de todo*, *Elisa y Marcela*, *Diecisiete* y *Klaus*, esta última nominada al Óscar como mejor película de animación. Esta estrategia es criticada por los exhibidores, que hasta ahora habían impuesto un periodo entre ventanas de 16 semanas. De momento, las inversiones cinematográficas de Amazon Prime Video y otros servicios son limitadas y han mantenido la ventana tradicional respecto a la exhibición de salas.

Tabla 1. DATOS DE RECAUDACIÓN CINEMATOGRÁFICA EN SALAS, EN MILLONES DE EUROS

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| Espectadores de largometrajes españoles | 12,92 | 15,52 | 18,28 | 11,01 | 22,41 | 18,57 | 18,84 | 17,35 | 17,73 | 15,9 |
| Espectadores de largometrajes extranjeros | 88,66 | 82,82 | 75,87 | 67,68 | 65,58 | 77,57 | 82,99 | 82,45 | 81,17 | 89,6 |
| Total | 101,6 | 98,34 | 94,16 | 78,69 | 87,99 | 96,14 | 101,83 | 99,8 | 98,9 | 105,5 |

Fuente: ICAA (2010-2018) y ComScore (2019).

III. EL IMPULSO EN LA PRODUCCIÓN DE LA FICCIÓN SERIADA

Una de las transformaciones más significativas del mercado audiovisual en los últimos años ha sido el crecimiento en la producción de series de ficción, para lo que han sido clave tanto la llegada de nuevos operadores como la internacionalización de los contenidos (ver gráfico 1). La acentuada crisis del mercado publicitario a partir del año 2010 afectó a la producción de múltiples formas. Por un lado, tuvo lugar un descenso de costes de en torno al 20%, lo que llevó a la desaparición a las productoras más pequeñas (Álvarez Monzoncillo y López Villanueva, 2016, p. 48). Una consecuencia ha sido el mantenimiento de un modelo basado en la atomización y la concentración vertical: solo el 5% de productoras (12 empresas) han participado en más de 10 estrenos de ficción desde 1990 (Lacalle y Sánchez-Ares, 2019, p. 6).

La significativa reducción de la producción de ficción en los canales autonómicos y la paralización de los primeros esfuerzos en las cadenas de pago situaron a las productoras de ficción en una posición de clara dependencia de tres únicos operadores: TVE, Mediaset y Atresmedia. Sin embargo, desde 2016 el mercado de la producción de ficción seriada ha vivido una significativa apertura. Uno de los factores relevantes para entender este incremento es que el Ley de Comunicación Audiovisual solo obliga a que el 60% de la inversión de los operadores en contenidos audiovisuales sea en cine, y de este porcentaje el 60% en alguna de las lenguas oficiales en España. El porcentaje de la inversión total en cine español ha ido perdiendo peso con el paso de los años en términos porcentuales, hasta el mínimo histórico del 18,81% en 2017, frente al 53,13% en series de televisión. Uno de los casos más significativos es el de Telefónica, propietaria de la plataforma Movistar+. Según datos de la CNMC, en 2018 su inversión en películas españolas fue de 7 millones y medio de euros, frente a los casi 72 millones invertidos

en series⁵. En el caso de Fox, el margen que da la ley en invertir en contenido específico en el caso de los canales temáticos ha llevado a centrar la inversión en series y documentales, hasta los 2 millones y medio de euros en 2018⁶. En ese periodo, Fox produjo su primera serie original, la tercera y cuarta temporadas de *Vis a vis* (Antena 3: 2015-2016; Fox: 2018-2019).

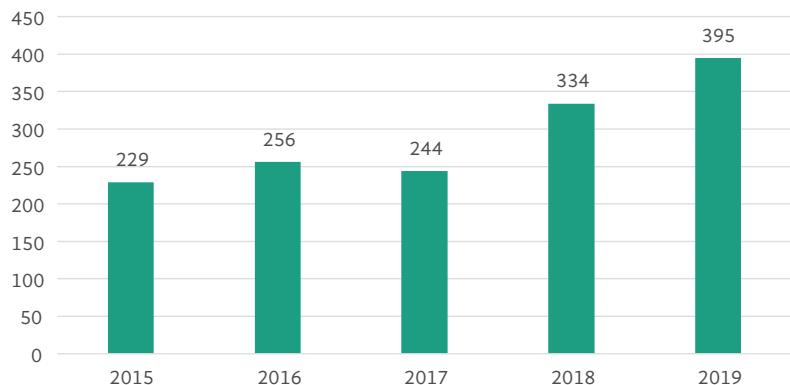
Movistar+ apostó en su selección de proyectos por ampliar el espectro de productoras a empresas de base más cinematográfica o limitada experiencia en ficción para operadores estatales, como fue el caso de Atípica Films (*La Peste*), Portocabo (*Hierro*), Apache Films (*Vergüenza*), VerandaTV (*Merlí: Sapere Aude*), Escándalo Films (*Matar al padre*), Andy Joke (*Arde Madrid*) y Corte y confección de películas (*Vida Perfecta*). *Merlí: Sapere Aude* es la única serie original producida en catalán (su estreno fue en una versión dual que incluye doblaje al castellano), pero muchas de estas producciones se han rodado y cuentan con equipos creativos de diferentes comunidades autónomas, rompiendo el tradicional centralismo de la ficción seriada española. Movistar+ ha priorizado para la explotación de sus series el modelo de estreno de temporadas completas en vídeo bajo demanda, mostrando su apuesta por favorecer la migración del consumo a esta modalidad por encima de la emisión en lineal en los diferentes canales propios (Cascajosa Virino, 2018). Finalmente, en 2019 Movistar+ lanzó un servicio de OTT (*over-the-top*), con el nombre de Movistar+ Lite, que se puede contratar de forma independiente a sus servicios integrados de telecomunicaciones (ver gráfico 2).

La estrategia de producción de Movistar+ en contenido original (incluyendo de no fic-

5. Resolución de la CNMC disponible en: <https://www.cnmc.es/sites/default/files/2823507.pdf>

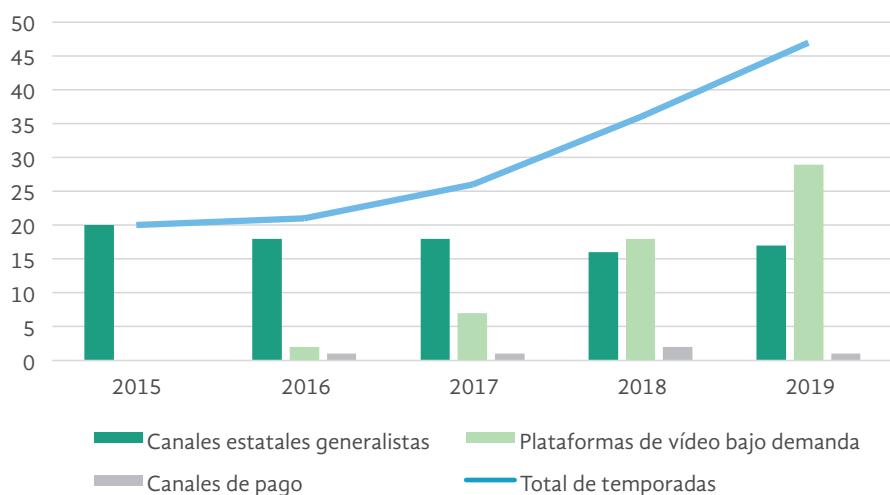
6. Resolución de la CNMC disponible en: https://www.cnmc.es/sites/default/files/2827953_2.pdf

Gráfico 1. CAPÍTULOS DE SERIES DE FICCIÓN DE ESTRENO (2015-2019)



Fuente: elaboración propia sobre datos recopilados por la autora.

Gráfico 2. NÚMERO DE TEMPORADAS DE SERIES ESTRENADAS EN PRIMERA VENTA POR TIPO DE OPERADOR



Fuente: elaboración propia sobre datos recopilados por la autora. Se tienen en cuenta series con capítulos de más de 20 minutos.

ción y entretenimiento a través de la marca #0) coincidió con la llegada de los servicios de vídeo bajo demanda internacionales a España en la modalidad de OTT. Netflix ha sido sin duda la empresa más activa, especialmente tras la apertura de oficinas y un centro de producción en Madrid. Como en el caso de la actividad cinematográfica, Netflix ha apostado

por estrategias diversas, desde participar en proyectos liderados por otros operadores (como *El Ministerio del Tiempo*, *La catedral del mar* o *Vivir sin permiso*) hasta continuar con la producción de series tras su cancelación, como con *Paquita Salas* y *La Casa de Papel*. También se ha convertido en la primera ventana a nivel estatal de series de cadenas autonómicas como

La víctima número 8 (ETB y Telemadrid) y *El sabor de las margaritas* (TVG), este último un contenido en una lengua co-oficial.

En 2017 estrenó su primera serie original en España, *Las chicas del cable*, y su apuesta por la ficción española ha crecido desde entonces: de 3 temporadas estrenadas en 2018 se pasó a 10 en 2019. También ha iniciado producción original Amazon Prime Vídeo, servicio incluido dentro de la suscripción Amazon Prime. La compañía ha optado por producir en solitario menos series originales (hasta 2020 no llegará su primer estreno), y en su lugar participa en proyectos de otros operadores como primera ventana, como con la serie de Atresmedia *Pequeñas coincidencias* en 2018 y la ficción de Mediset *El pueblo* en 2019. Por su parte, HBO España comenzó a producir series originales de ficción en 2019 (solo una se estrenó ese año, *Foodie Love*) y cuenta con tres proyectos previstos para 2020, entre ellos la adaptación de la novela *Patria*.

Los operadores tradicionales han flexibilizado los modelos de producción de sus ficciones, cuya audiencia han experimentado una profunda erosión. Así, mientras han comenzado a ceder la primera ventana de explotación a servicios de VOD internacionales, también han reforzado su oferta en este ámbito. En el caso de RTVE y Atresmedia, los servicios Playz y Flooxer respectivamente han servido para crear contenido dirigido a audiencias jóvenes. Atresmedia ha impulsado Atresplayer con una modalidad de suscripción de bajo coste que incluye el estreno (en primicia o exclusividad) de sus ficciones.

IV. EL CONTENIDO ESPAÑOL EN LOS SERVICIOS DE VÍDEO BAJO DEMANDA

La penetración de los servicios de vídeo bajo demanda comercializados en forma de OTT ha crecido de forma apreciable en los últimos años. Antes de dejar de ofrecer datos a través

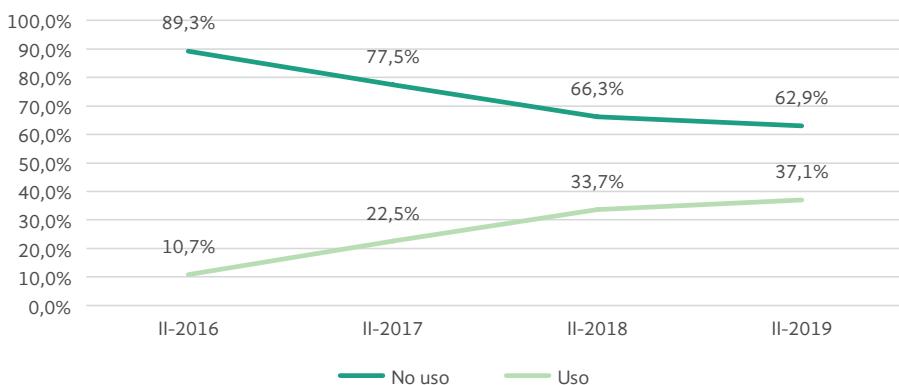
de su Panel de Hogares, la CNMC constató el aumento en el acceso a este tipo de servicios bajo el liderazgo de Netflix, que pasó de un 1,8% de usuarios en 2016 a 12,5% dos años más tarde⁷. Además, la CNMC ha acreditado la importancia de las plataformas de pago para el consumo de contenidos audiovisuales (ver gráfico 3).

Por su parte, según datos del anuario de la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación (AIMC, 2020, p. 44), un 41% de los individuos declararon tener acceso a los servicios OTT (ya fuera como clientes o de manera gratuita). Este posicionamiento de los servicios de vídeo bajo demanda en el escenario audiovisual español obliga a tener en consideración no solo su inversión en la producción de cine o televisión, cuestiones revisadas en los epígrafes anteriores, sino también en la presencia de contenidos de producción española en los catálogos.

Según datos del Observatorio Audiovisual Europeo, el cine español solo alcanzaba un 4% del catálogo de Netflix España en el periodo entre diciembre de 2017 y enero de 2018 (Nikoltchev, 2018, p. 112). Este porcentaje ha crecido en los últimos años, pero sigue siendo bajo. La búsqueda de cine español en el catálogo de Netflix el 15 de enero de 2020 ofrecía únicamente 125 películas de ficción y documental, frente a los 1200 títulos en total. Es decir, aproximadamente, solo uno de cada diez títulos era catalogado como español por el propio servicio. Prácticamente todas las películas se habían estrenado desde el año 2009 en adelante, con escasas excepciones, como una colección dirigida por Pedro Almodóvar.

El cine español parece tener una presencia limitada no solo en términos cuantitativos, sino

7. Información disponible en: <https://blog.cnmc.es/2018/11/16/panel-de-hogares-cnmc-netflix-se-cuela-en-2-millones-de-hogares-en-espana/>

Gráfico 3. USO DE PLATAFORMAS DE PAGO PARA VER CONTENIDOS AUDIOVISUALES ONLINE (PORCENTAJE DE HOGARES)

Fuente: elaboración propia sobre datos de la CNMC.

también en cuanto al periodo del que proceden las películas. En este sentido, se puede establecer una comparación con el servicio de vídeo bajo demanda independiente Filmin, que en la misma fecha de enero de 2020 contaba con más de 2.000 películas españolas en su catálogo (un 20% del total)⁸. El catálogo permite acceder a películas españolas menos comerciales y, por tanto, más desconocidas, pero mantiene un elemento en común con Netflix: la mayor parte de los títulos pertenecen a los últimos diez años. Salvo títulos contados, la historia del cine español solo está disponible en el servicio de vídeo bajo demanda FlixOlé, lanzado en 2017 como OTT e integrado en la plataforma de televisión pago Orange TV desde 2018. Cabe destacar en este aspecto que FlixOlé es copropiedad de la empresa Dinamedia, cuyo responsable Enrique Cerezo controla los derechos de emisión de una parte significativa del patrimonio del cine español, más del 70% según sus propias estimaciones (Mucha, 2015).

V. LA FICCIÓN ANTE LA CRISIS DE LA COVID-19

El inicio de la crisis de la COVID-19 en marzo de 2020 tuvo importantes repercusiones sobre la industria de la ficción, debido al cierre de las salas de cine y la paralización de rodajes. Las pérdidas son difíciles de calcular, pero la Asociación Estatal de Cine ofreció un dato inicial de 2500 millones de euros si el confinamiento se extendía, como finalmente ocurrió, unos cuatro meses. Esta crisis marca un aceleramiento en la transformación de los modelos de exhibición y consumo, favoreciendo a los servicios de vídeo bajo demanda por encima de la exhibición cinematográfica tradicional. Según un estudio de Nielsen y Dynata, el porcentaje de españoles que admitía consumir películas y series a través de estos servicios pasó del 53% en 2019 a un 72% durante la cuarentena (ABC, 2020).

A ello contribuyó el lanzamiento el 24 de marzo de Disney+ que, como otros servicios internacionales, llegó en un formato dual: como servicio OTT que se podía contratar de forma separada y como producto de valor añadido en plataformas existentes, en este caso Movistar+. La incertidumbre sobre la reapertura de salas

8. Filmin también ha realizado una apuesta específica por las lenguas co-oficiales, especialmente a través de su versión Filmin.CAT, donde hay más de 2200 títulos doblados o subtitulados al catalán, e incorpora otras lenguas cooficiales como el euskera.

y las dudas de que con una capacidad reducida pudieran satisfacer el modelo de rápida amortización del *blockbuster* cinematográfico contemporáneo llevó a las distribuidoras a un inmediato aplazamiento de estrenos y, en algunos casos, a renunciar a ellos para optar por una exhibición exclusivamente bajo demanda. *Ofrenda a la tormenta* (2020, Fernando González Molina), la tercera parte de la Trilogía del Baztán, canceló su estreno en salas, previsto para abril, y finalmente pasó directamente al catálogo de Netflix a finales de julio, una estrategia replicada con *Orígenes secretos* (David Galán Galindo, 2020) en agosto. Sin embargo, los servicios que todavía no cuentan con producción en España solo pudieron seguir esta estrategia con estrenos internacionales, como fue el caso de Apple TV+ con *Greyhound: Enemigos bajo el mar* (2020, Aaron Schneider) y Disney+ con *Onward* (2020, Dan Scanlon). Por su parte, el servicio de vídeo bajo demanda Filmin aprovechó la suspensión física de los festivales de cine para reforzar alianzas y convertirse en una plataforma de exhibición de su contenido, como fue el caso del D'A Film Festival Barcelona en el mes de abril.

Esta situación también fue aprovechada por los servicios nacionales de vídeo bajo demanda para adelantar estrenos, como fue el caso del primer capítulo de *Veneno* en Atresplayer Premium (cuyo rodaje quedó incompleto por la pandemia) y de la serie *La línea invisible*, que se convirtió en el contenido original más visto de la historia de Movistar+ según la propia compañía (Audiovisual 451, 2020). De hecho, a pesar del incremento de audiencia, los operadores tradicionales no utilizaron el periodo de cuarentena para lanzar sus grandes estrenos de ficción, sino que más bien han reforzado la posición de los servicios de vídeo bajo demanda propios (como Atresplayer Premium) o externos como primera ventana para sus contenidos. En este segundo caso se encuadra el refuerzo de la colaboración entre Mediaset y Amazon Vídeo, que permitió al servicio bajo

demand a estrenar en este periodo las series *Caronte* y *Desaparecidos*. El ocaso de las salas de cine parece ir paralelo al de la ficción seriada en las cadenas generalistas. A pesar de ello, la cuarentena llegó en un momento de importante auge de la producción de series en España, como se discutió en los apartados anteriores, y la paralización de los rodajes (que solo se podrán retomar de forma escalonada debido al solapamiento de agendas) amenaza con crear un cuello de botella que hipoteque el desarrollo de nuevos proyectos en los próximos años.

Mientras los rodajes estaban paralizados, sin embargo, surgieron iniciativas para desarrollar obras audiovisuales sobre la experiencia del confinamiento. La más rápida en desarrollarse y ver la luz fue *Diarios de la cuarentena*, estrenada el 7 de abril, apenas tres semanas después del inicio del estado de alarma. Se trataba de una comedia coral grabada por los propios actores siguiendo las instrucciones remotas del equipo creativo. Se trató de la iniciativa más señalada de RTVE en el periodo por contribuir a una cierta dinamización del sector audiovisual, aunque la serie contaba con un presupuesto reducido y tuvo escasa audiencia. A pesar de ese limitado éxito en la audiencia, el formato de *Diarios de la cuarentena* se vendió internacionalmente. La senda de *Diarios de la cuarentena* fue seguida por otros proyectos de estructura antológica y base más autoral, como *En casa en HBO España* y *Relatos con-fin-a-dos* en Amazon Vídeo. Todas estas series se han sumado a un particular subgénero formado por relatos creados durante las semanas de más estricto confinamiento, como fue el caso de la película *Madrid, interior* de Juan Cavestany, que fue estrenada en la página web del diario *El País* el 8 de mayo.

Este tipo de experiencias no sirvieron para atenuar la crisis generalizada del sector de la creación audiovisual. Según un estudio de la entidad de gestión de derechos de autor DAMA, solo un 37,6% de los profesiona-

les mantuvieron su situación laboral durante el confinamiento, con un 34,1% pasando a la inactividad y un 24,3% pasaron a ERTE (Cabrera, 2020). Esta crisis del sector audiovisual tardó en recibir respuesta por parte de los estamentos públicos, lo que provocó una movilización por parte de los profesionales y el nacimiento de plataformas como la Agrupación de Asociaciones del Audiovisual a nivel estatal y la Plataforma del Audiovisual Andaluz a nivel autonómico. La ausencia de las industrias culturales en las primeras medidas de estímulo y apoyo del gobierno estatal provocó una carta de protesta de 38 asociaciones y la convocatoria de un “apagón cultural” de 48 horas el 10 y el 11 de abril (Barranco, 2020). De hecho, las medidas llegaron antes a nivel autonómico en Madrid y Cataluña. Estas medidas llegaron finalmente con el Real Decreto-ley 17/2020 de 5 de mayo, que potenció la línea de avales de la Sociedad de Garantía Recíproca CREA y la apertura de líneas de financiación específica para PYME. En cuanto al cine, se activó una línea de subvenciones directas por 13,2 millones de euros para salas de exhibición cinematográfica, se aumentaron levemente los incentivos fiscales relacionados con producción cinematográfica y se flexibilizaron los requisitos relacionados con la obtención de ayudas. El más relevante de todos fue la exención del estreno en salas comerciales para mantener las ayudas del ICAA. El ICAA también se sumó a la Academia de Cine y Acción Cultural Española (AC/E) para la aplicación en España de la línea asistencial global de Netflix, financiada con 100 millones de dólares (Petski, 2020). La rápida con la que reaccionó Netflix contrasta con la ausencia de relevancia de RTVE, y ejemplifica la manera en la que los nuevos operadores están aprovechando el espacio dejado por los estamentos públicos para ofrecer estímulos y liderar la industria. De hecho, en el Dictamen de la Comisión para la Reconstrucción Social y Económica del Congreso de los Diputados, remitido al Pleno en julio de 2020 para su apro-

bación, las referencias al sector audiovisual se presentan como excesivamente indeterminadas o generalistas. A modo de ejemplo, se plantea un Plan estratégico de I+D+i en cultura digital y un Plan de Atracción y Fomento del Audiovisual Español, pero no se establece qué ámbitos deben promover estos planes y cuáles deben ser sus prioridades.

VI. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

La revisión de la situación actual del cine y la ficción seriada en España permite establecer una serie de conclusiones:

- La repercusión en la taquilla del cine español se mantiene en un nivel medio-bajo, dependiente de los títulos apoyados por los operadores de televisión y de los estrenos de algunos directores de especial relevancia.
- El nivel de concentración es elevado en cuanto a títulos y compañías productoras.
- La inversión tanto en cine español como en producción independiente por los operadores legalmente obligados a ello es superior a lo establecido por la ley, lo que indica que dichos operadores obtienen ventajas cuantificables de esta inversión.
- Los nuevos servicios de vídeo bajo demanda de base transnacional no están en este momento obligados a esta inversión en producción audiovisual europea. Sin embargo, Netflix está realizando una inversión significativa tanto en cine como en series.
- La inversión pública en cine con aspiraciones no comerciales es baja: la convocatoria de ayudas selectivas del ICAA equivale al 20% de las ayudas generales.
- Se ha producido un incremento significativo en la producción de ficción

seriada en los últimos tres años, especialmente gracias a las inversiones de Movistar+ y Netflix.

- Las alianzas entre servicios bajo demanda y operadores tradicionales tienen ventajas (aumento de la producción), pero generan dudas en aspectos como el acceso a los contenidos (los servicios de SVOD retienen a menudo los títulos en exclusividad).
- La apuesta por la diversidad es variable: hay más rodajes fuera de Madrid, pero la presencia de mujeres en equipos creativos sigue siendo baja. Por su lado, la precarización en las producciones limita el acceso de profesionales de un perfil socio-económico bajo.
- La presencia del cine español en el catálogo de los servicios de vídeo bajo demanda es baja, y se concentra especialmente en los últimos diez años.
- El patrimonio histórico del cine español se concentra en un catálogo de suscripción de escasa presencia en el mercado como FlixOlé.

Por tanto, se proponen algunas medidas con las que eliminar o atenuar algunas de las disfunciones presentes en el modelo audiovisual español.

1. La inminente modificación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual para su adaptación a la Directiva 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo debe aumentar la aumentar el porcentaje exigido en producción cinematográfica en lenguas oficiales (del 60 al 70%) y a la producción independiente (del 60 al 70%).
2. Dicha modificación debe incorporar obligaciones adicionales en relación a producción a películas dirigidas por mujeres, *operas primas* y obras en lenguas cooficiales, así como evitar

la concentración de la inversión en pocos títulos (un mínimo en una horquilla entre 10 y 15).

3. Las modificaciones de la Ley General de la Comunicación Audiovisual deben establecer igualmente una tasa separada respecto a este 5% de un mínimo del 1% para dotar al ICAA de financiación adicional para las ayudas de carácter selectivo y otro tipo de medidas de promoción del audiovisual con el fin de potenciar su diversidad.
4. Entre el tipo de medidas que el ICAA podría acometer con esta financiación adicional, se pueden citar el apoyo a los servicios de vídeo demanda que ofrecen contenido subtitulado y doblado a lenguas co-oficiales, la restauración y digitalización del patrimonio audiovisual español y la potenciación de la utilización del cine español para la alfabetización audiovisual.
5. La Ley General de la Comunicación Audiovisual debe incorporar a los servicios de vídeo bajo demanda internacionales en condiciones completamente equivalentes a los del resto de operadores de servicios audiovisuales.
6. La Corporación RTVE debe asumir su liderazgo en la producción y promoción de contenido audiovisual, incorporando compromisos concretos en cuanto a porcentajes para la producción de películas y series dirigidas y escritas por mujeres, una de las prioridades establecidas en el acuerdo para una coalición progresista (punto 6.7).
7. Igualmente, RTVE debe retomar colaboraciones pasadas con los operadores autonómicos para la producción de contenidos en lenguas cooficiales y la producción de cine y televisión fuera de Madrid y en lugares con me-

nor desarrollo audiovisual. En este sentido, se recuerda el papel que la producción audiovisual puede tener para articular las prioridades establecidas en el acuerdo para una Coalición Progresista en cuanto a cohesión territorial y apoyo a la “España vaciada” (puntos 6.5 y 8.2).

8. Tanto RTVE como el resto de operadores públicos deben mejorar la transparencia en sus acuerdos con servicios de vídeo bajo demanda, garantizando el acceso de los ciudadanos a los contenidos audiovisuales que han producido, especialmente aquellos con potencialidad didáctica y educativa.
9. Se deben articular medidas con las que reducir la precariedad en la producción audiovisual. Especialmente, se debería contemplar por los ámbitos competenciales adecuados la prohibición de las becas no remuneradas que restringen el acceso a la profesión a personas procedentes de clases medio-bajas y bajas.
10. Además de impulsar los programas de alfabetización audiovisual, se debe potenciar la incorporación de la enseñanza a través del cine español durante la formación obligatoria. Para ello, se deben modificar los itinerarios curriculares establecidos por el Ministerio de Educación.

En relación a la situación creada por la crisis de la COVID-19, son necesarias medidas más concretas que permitan a la industria audiovisual española salir de la crisis actual con la mayor celeridad posible. La principal conclusión del análisis sobre la reacción a la para-

lización de la industria acredita la lentitud en la reacción de los poderes públicos y la escasa relevancia de RTVE en este periodo, frente a la labor de liderazgo adoptada por otros países por los medios estatales. Para ello, es necesario potenciar algunas de las medidas ya adoptadas e implementar otras nuevas, que se detallan a continuación:

11. Extensión de las medidas de apoyo a empresas y profesionales que han visto reducida su actividad para tener en cuenta el gradual reinicio de la actividad: ERTE, ayudas a los autónomos Societarios y la compaginación de las ayudas y trabajo en contratos intermitentes...
12. Establecimiento de una partida extraordinaria para RTVE en los Presupuestos Generales del Estado orientada al estímulo de la producción original tanto de series como de películas.
13. Implementación urgente de las medidas contenidas en el Estatuto del Artista, especialmente aquellas relativas a las particularidades de los ingresos de los profesionales audiovisuales y su tratamiento tributario diferenciado.
14. Abono inmediato de las ayudas concedidas a todos los niveles de la administración y refuerzo de las líneas de liquidez, con el fin de evitar la desaparición de las productoras independientes.
15. Extensión del programa de apoyo a las salas de cine, con especial énfasis en las medidas para recuperar los espectadores y favorecer la diversidad en su programación.

BIBLIOGRAFÍA

- ABC (2020): «La cuarentena dispara el consumo de plataformas hasta las 45,6 horas semanales», *ABC*, 5 de abril de 2020. Disponible en: https://www.abc.es/play/television/noticias/abci-cuarentena-dispara-consumo-plataformas-hasta-456-horas-semanales-202004051827_noticia.html
- AIMC (2020): *Marco General de los Medios en España 2020*. Disponible en: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2020/01/marco2020.pdf>
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M. Y LÓPEZ VILLANUEVA, J. (2016): «La producción audiovisual: promesas a través de la crisis», en: E. Bustamante (coord.), *Informe sobre el estado de la cultura en España 2016. La cultura como motor del cambio*, Madrid, Fundación Alternativas, pp. 43-51.
- AV451 (2020): «La línea invisible, un fenómeno de audiencias en Movistar+», *Audiovisual 451*, 11 de mayo de 2020. Disponible en: <https://www.audiovisual451.com/la-linea-invisible-un-fenomeno-de-audiencias-en-movistar/> (Consulta: 13 de julio de 2020).
- BARRANCO, J. (2020): «Apagón cultural de 48 horas en las redes contra el ministro Rodríguez Uribe», *La Vanguardia*, 9 de abril de 2020. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20200409/48401777864/apagon-cultural-Rodriguez-uribe-ministro-cultura.html> (Consulta: 13 de julio de 2020).
- CABRERA, E. (2020): «El 62% de los directores y guionistas se han quedado sin actividad laboral por efecto del coronavirus», *El Diario*, 13 de mayo de 2020. Disponible en: https://www.eldiario.es/cultura/profesionales/audiovisual-drastica-laborales-coronavirus_0_1026798402.html
- CASCAJOSA VIRINO, C. (2018): «De la televisión de pago al vídeo bajo demanda. Análisis de la primera temporada de la estrategia de producción original de ficción de Movistar», *Fonseca: Journal of Communication*, n.º 17, pp. 57-74. Disponible en: <https://doi.org/10.14201/fjc2018175774>
- CIMA (2019): *Informe 2018. La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico*. Disponible en: https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2019/06/INFORME_ANUAL_CIMA_2018.pdf
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA (2019): *Informe sobre el cumplimiento en el ejercicio 2017, de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación*. Disponible en: <https://www.cnmc.es/sites/default/files/2480612.pdf>
- ENE, L. (2019): *Pay AV Services in Europe. The State of Play*, European Audiovisual Observatory. Disponible en: <https://rm.coe.int/pay-av-services-in-europe/168094b6bd>
- FONTAINE, G. (2017): *TV Fiction Production in the European Union*, European Audiovisual Observatory. Disponible en: <https://rm.coe.int/tv-fiction-production-in-the-eu-2017/16807bb1c2>
- FONTAINE, G. (2019): *Update on VOD Markets and Catalogues*, European Audiovisual Observatory, <https://rm.coe.int/eurovod-berlin-feb-2019-fontaine/168092e01a>
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. (2018): «El cine español en la era digital: transformaciones profundas, actuaciones escasas», en: E. Bustamante (coord.), *El estado de la cultura en España 2019. Cultura local, democracia, desarrollo*, Madrid, Fundación Alternativas, pp. 109-119.
- HOUSE OF LORDS (SELECT COMMITTEE ON COMMUNICATIONS AND DIGITAL) (2019): *Public Service Broadcasting: as Vital as Ever*, HL Paper 16. <https://publications.parliament.uk/pa/ld201919/ldselect/ldcomuni/16/16.pdf>

- LACALLE, R. Y SÁNCHEZ-ARES, M. L. (2019): «Producción de ficción televisiva española a partir de la desregulación: entre la atomización de las empresas y la concentración vertical», *El profesional de la información*, vol. 28, n.º 1. Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.10>
- MCDONALD, A. (2018): «SVOD use in Western European tipped to reach 69% of homes by 2023», *Digital TV Europe*, 10 de septiembre de 2018. Disponible en: <https://www.digitaltveurope.com/2018/09/10/svod-use-in-western-european-tipped-to-reach-69-of-homes-by-2023/>
- MEIER, D. (2019): «Five streaming services dominate SVoD revenues in Europe», *TVB Europe*, 6 de marzo de 2019. Disponible en: <https://www.tvbeurope.com/data-centre/five-streaming-services-dominate-svod-revenues-in-europe>
- MUCHA, M. (2015): «El amo del cine español», *El Mundo*, 17 de mayo 2015. Disponible en: <https://www.elmundo.es/cronica/2015/05/17/5556ee25268e3ed7718b456f.html>
- NIKOLTCHEV, S. (2018): *Films in VOD Catalogues. Origin, Circulation and Age*, European Audiovisual Observatory. Disponible en: <https://rm.coe.int/films-in-vod-catalogues-origin-circulation-and-age-edition-2018/168094627a>
- PETSKI, D. (2020): «Netflix Establishes \$100 Million Coronavirus Relief Fund», *Deadline Hollywood*, 20 de marzo de 2020. Disponible en: <https://deadline.com/2020/03/netflix-100-million-fund-aid-tv-film-industry-workers-coronavirus-1202888750/>
- WOOD, C. (2020): «A new bill would force Netflix, Amazon, and other streaming services to put 25% of French revenue into funding French cinema», *Business Insider*, 15 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.businessinsider.com/france-seeks-25-of-revenue-from-netflix-amazon-2020-1?IR=T>

LA COORDINACIÓN INSTITUCIONAL, Y EL VALOR DEL PATRIMONIO ESCÉNICO EN LA GLOBALIZACIÓN: RETOS DE LA POLÍTICA CULTURAL EN EL SECTOR ESCÉNICO

Juan Arturo Rubio Arostegui

Sobre la base del análisis del sector, se analiza un conjunto de medidas que deberían marcar la política cultural sobre el sector de las artes escénicas en un futuro próximo. Algunas de ellas han sido objeto de debate por parte del sector escénico y no han sido tematizadas en los informes anuales anteriores: la reorganización jurídica y fiscal del sector, la coordinación institucional y los efectos de la globalización en el sector privado de la exhibición escénica. Otras, como la recuperación y puesta en valor del patrimonio escénico son necesarias, dada su débil presencia en la política cultural y su importante relación con la investigación teatral y musicológica.

Palabras clave: política cultural, gestión cultural, patrimonio escénico, globalización, artes escénicas, nueva gestión pública.

PREFACIO: LOS EFECTOS DRAMÁTICOS DE LA COVID-19 EN EL SECTOR ESCÉNICO

Este capítulo había sido redactado apenas unos días antes de la pandemia y la declaración del Estado de Alarma en España en marzo de 2020. Después, la paralización de la actividad escénica durante este periodo ha sido generalizada. A partir del levantamiento de las medidas de confinamiento se ha producido una tímida programación, adaptada a las medidas sanitarias, que solo es posible llevar a cabo en algunos festivales internacionales estivales (Granada, Mérida, entre otros) y algunos recintos escénicos de titularidad pública.

Aunque en el mes de abril las asociaciones del sector publicaban un conjunto de medidas

extraordinarias¹, que se encuadran en distintos ámbitos de actividad del sector relacionadas con la fiscalidad, y la seguridad social, las subvenciones, la financiación de los agentes, la contratación pública –pues el Estado multinivel sigue siendo el principal contratante de la exhibición escénica y otras medidas de fomento que incentiven el sector escénico–, las medidas de los gobiernos han sido limitadas y evidentemente no han llegado a los distintos agentes y subsectores escénicos. Los efectos darwinistas de la crisis aún no pueden ser eva-

1. <https://academiadelasartesescenicas.es/396-documento-52-medidas-extraordinarias-para-las-artes-escenicas-y-la-musica/>

luados porque el regreso a la normalidad de la actividad escénica aún no ha tenido lugar.

La cuestión es: ¿sigue teniendo validez en este nuevo escenario pandémico el contenido de los epígrafes posteriores de este capítulo? La respuesta sin ambages es sí. La cuestión prioritaria de la Administración pública evidentemente ha de ir en el sentido de acompañar con todas las medidas que sean posibles por parte de las administraciones públicas con el objetivo de paliar una nueva ola de precariedad sobre la propia estructural del sector. Ahora bien, en el horizonte se ha de repensar la política cultural desde una perspectiva que vaya más allá de las urgencias laborales y financieras del sector, tal como publicaba hace un par de años en un artículo de *El País*².

Este era el objetivo del capítulo antes de la pandemia y sigue siéndolo tras ella. El sector escénico en particular, el cultural en general, necesitan más presupuesto público, pero no todo consiste en dotar más consignación presupuestaria tal como hemos analizado en la primera década del siglo XXI, antes de la crisis de 2008 (Rubio Arostegui, Rius-Ulldemolins y Martínez Illa, 2014).

I. INTRODUCCIÓN

Los problemas estructurales del sector de las artes escénicas han sido analizados desde las ciencias sociales en distintos informes sobre el sector. En sucesivos capítulos del *Informe de la Cultura* de la Fundación Alternativas (Rubio Arostegui, 2015 y 2017; Alberto Fernández Torres, 2014) así como en otras publicaciones de otras instituciones. Señalamos aquí un informe más extenso que los anteriores, el de la Academia de las Artes Escénicas redactado por Colomer (2016) en el que además del enfoque

y datos aportados también se resumen muchos de los informes publicados en España sobre el sector escénico.

Tras la crisis global los datos de consumo de las artes escénicas comienzan a tener unos incrementos atemperados que aún no logran paliar los bruscos descensos de los peores años de la crisis financiera de la cultura (Rubio Arostegui, Rius-Ulldemolins y Martínez Illa, 2014). En este estado de cosas, el diagnóstico del sector de las artes escénicas no cambia significativamente de unos años a esta parte. Un denominador común de los déficits estructurales que comparten los distintos informes y estudios y que protagonizaron las políticas inversoras de la cultura fue la rehabilitación y construcción de recintos escénicos de titularidad pública. Y, posteriormente la creación de las Redes de Teatros. Tras el esfuerzo inversor por el conjunto de las administraciones públicas (incluido el Plan Nacional de Rehabilitación de Teatros de las décadas de los ochenta y noventa), en hormigón e infraestructura en su mayoría por parte de los gobiernos locales no se ha traducido en la dinámica que se pretendía para el sector escénico: “la falta de planificación de su funcionamiento, de responsables especializados y de modelos de gestión adecuados no han permitido rentabilizar las inversiones realizadas. [...] la gestión de los espacios escénicos ha pasado de ser una oportunidad a ser un problema” (Colomer, 2016, 98).

Un problema derivado, añadido a la ausencia de los mecanismos de control, al intrusismo político, a la falta de transparencia y rendición de cuentas de las redes de teatros públicas es la del mercado interno fragmentado en el que las compañías y empresas de producción y distribuidores manifiestan una notable dificultad en planificar las giras de sus espectáculos por el territorio español. En este sentido, conviene señalar la errática política cultural del INAEM que a finales del siglo XX abandonó la titularidad y la gestión de la entonces Red Nacional

2. https://elpais.com/economia/2018/07/16/alternativas/1531743595_868811.html

de Teatros para pasar a ser un financiador de la Asociación en la que se convirtió la Red Nacional, hoy Redescena a través de una subvención nominativa de la que no se conoce rendición de cuentas alguna, si atendemos a la información pública disponible en la web, en las memorias de dicho organismo del Ministerio de Cultura ni en la propia Red Nacional de Teatros. Así, ante la crisis de las redes públicas de teatros la solución no vino por parte del INAEM en el sentido de articular una nueva política dirigida a la mejora en la coordinación de las redes públicas de teatros, sino a plantearse un nuevo programa paliativo con la Federación de Municipios y Provincias (Platea), dado el desplome del mercado escénico tras la crisis de 2008.

El anuario SGAE de 2019 muestra ligeros incrementos de los espectadores en el consumo de las artes escénicas, un 1,9% en 2018 sobre el año anterior, que se tradujo en un consecuente incremento de la recaudación de un 1,5% sobre lo recaudado en el año 2017. Lejos, en términos absolutos de los indicadores pre-crisis de 2008, no obstante (235 millones de espectadores de 2018, frente a los 260 millones de 2008). La concentración de la oferta teatral (en Madrid y Cataluña, Madrid y Barcelona) se mantiene estable en los últimos años entre el 51 y el 55%, superando el 60% (entre el 61 y el 64% en el periodo 2013-2018) en ambas ciudades metropolitanas y sus coronas. El sector de la danza también tiene una ligera recuperación en 2018 frente años anteriores, si bien estamos hablando de cifras que no llegan a un millón de espectadores anuales en dicho año frente (0,90 de 2018 frente al 1,63 de 2008) y una concentración mayor que el teatro (superior al 60%) en las grandes ciudades metropolitanas. Estos datos son la consecuencia de una política cultural descoordinada, tal como hacemos referencia a lo largo de este informe.

El género lírico presenta una situación muy similar a la danza, con ligeros incrementos en la oferta y el número de espectadores con 0,74

millones de espectadores en 2018, pero lejos también de los 1,27 de 2008. Números similares a la danza, con una concentración metropolitana aún mayor, superando el 80 % pero una estructura y dinámicas bien diferentes entre ambos sectores.

Más allá de la evolución de los últimos datos de consumo y de oferta y la distribución y exhibición del sector escénico español, el afán de este informe, por tanto, no es el de reiterar diagnósticos anteriores, conforme a los datos de la actividad del mercado, ya que los problemas estructurales del sector en general no han cambiado en el periodo posterior a la crisis global. Por el contrario, tratamos de plantear aspectos y dimensiones que no han sido tematizadas en estudios e informes anteriores y que podrían conformar una buena parte de la agenda política del sector de las artes escénicas en el inicio de la segunda década del siglo XXI, viniendo a sedimentarse con las debilidades estructurales del sector ya analizadas.

II. EL EJE AMATEUR-PROFESIONAL Y SU ENCAJE EN EL MARCO JURÍDICO Y FISCAL: PROPUESTAS PARA UNA MAYOR EFICIENCIA EN LA GESTIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS

Uno de los pocos documentos de interés generados a lo largo de trayectoria del Consejo Estatal de las Artes Escénicas y de la Música, órgano colegiado dependiente del INAEM es la publicación de “El tercer sector profesional de las artes escénicas y de la música”. En el documento se analiza el difícil encaje que han tenido históricamente los agentes del campo escénico en su relación con las administraciones públicas en España al ser consideradas como organizaciones lucrativas para poder optar a subvenciones, sobre todo en los casos de la creación y producción independiente, frente a países del entorno europeo (Portugal, Francia, Reino Unido) con un encaje fiscal y jurídico más apropiado a las características de las artes escénicas y musicales.

En concreto, se analizan las relaciones de la administración pública con el sector profesional que no tiene cabida fácil en el tercer sector por su identificación con el amateurismo. Asimismo, se contextualiza el nulo impacto de la Ley de Mecenazgo actual en el sector escénico, dadas las restricciones que presenta la normativa de 2002 en la cadena de valor de las artes escénicas (Rubio Arostegui y Villarroya Plana, 2019). En cuanto a las propuestas del documento, destacamos aquella que se refiere a la creación de un mecanismo jurídico-fiscal que permita a los profesionales del tercer sector tener las mismas condiciones que el sector privado en sus relaciones con las administraciones públicas, que permita así la concurrencia en las subvenciones, la contratación pública, el régimen fiscal y las condiciones laborales. El efecto de la implantación de dicho mecanismo permitiría un mejor encaje de la función social de los intérpretes y coreógrafos de las compañías independientes y su naturaleza artesanal con la dimensión mercantil y dependiente de las subvenciones públicas.

III. LA CRISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL TEATRAL EN LAS GRANDES CIUDADES: EL CASO DE BARCELONA COMO EFECTO DE LA GLOBALIZACIÓN

Tal como refieren Walliser y Sorando (2019), los efectos de la globalización en las ciudades se refieren a la gentrificación, la turistificación y la financiarización. Estos fenómenos globales afectan no solo a la vida cotidiana de los ciudadanos y sus condiciones de movilidad, medio ambiente y capacidad de renta para afrontar el pago de la vivienda, sino que también terminan afectando a la propia infraestructura del sistema teatral. En el caso de Barcelona, a finales de 2019 y comienzos de este año los medios de comunicación han alertado del cierre y la inactividad de los recintos escénicos históricos del sector privado como consecuencia de los efectos de la globalización.

En distintos medios de comunicación se pone de relieve la dificultad de afrontar desde la gobernanza local fenómenos complejos de la globalización que hasta hace poco no afectaban a las grandes capitales culturales (Charles, 2009). La especulación inmobiliaria está arrinconando al sector empresarial privado del centro de la ciudad, pese a los esfuerzos descoordinados del gobierno local, el sector no lucrativo y empresarial y la Generalitat. En este sentido, el Antic Teatre se ha convertido en un paradigma de las contradicciones de una política cultural débil (*El punt avui*, 17 de febrero de 2020) en el que se han invertido por parte de la administración pública 519.000 € en los últimos años para su puesta en uso teatral del edificio, sin que esté claro actualmente si dicha reforma va a tener un uso cultural en el futuro próximo. Casos similares con problemas de sostenibilidad son las salas Muntaner, la Vilella y el club Capitol. Otras, sin embargo, como el Teatro Tantarantana han sido adquiridos por el Ayuntamiento para salvar su viabilidad y misión cultural, adhiriéndolo al proyecto de las fábricas de creación. También cuenta esta sala cuenta con ayudas públicas del Ministerio de Cultura y la Generalitat de Cataluña. Parece en todo caso, que la sostenibilidad de los edificios teatrales en las grandes ciudades metropolitanas necesitan también de una política coordinada entre los sectores públicos, privados y el tercero sector para hacer frente a la especulación inmobiliaria³.

3. El Ayuntamiento cerrará la operación por 1,3 millones de euros y convocará un concurso público para su gestión. *La Vanguardia*. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20170111/413253952486/barcelona-compra-el-teatro-tantarantana-por-13-millones-para-salvar-su-viabilidad.html>

"Cal un canvi de model: L'especulació immobiliària arraona els projectes teatrals privats i obliga a fer un canvi de model per mantenir oberts finestres a la creació i exhibició a Barcelona", *El punt avui*. Disponible en: <http://www.elpuntavui.com>

IV. EL FIN DEL CICLO DE LA POLÍTICA CULTURAL EN EL SECTOR DE LA DANZA

Pese a que las políticas culturales europeas desde mediados del siglo XX se han apoyado en la oferta (Menger, 2016) y en intentar proveer un entorno propicio para la mercantilización de la cultura en condiciones de fallo del mercado en el caso de las artes escénicas (Bau-mol y Bowen, 1966), esta política presenta síntomas de agotamiento e insostenibilidad, sobre todo a partir de la crisis de la financiación de la cultura (Rubio Arostegui, Rius-Ulldemolins y Martínez-Illa, 2014). Pero si comparamos el apoyo y financiación pública por el lado de la oferta del campo coreográfico con la música clásica o la producción pública de los teatros de titularidad del estado, autonómica y de algunos grandes teatros de titularidad municipal, los datos muestran una contundente debilidad del sector dancístico.

Así que, por un lado mientras la Asociación Española de Orquestas Sinfónicas (AEOS), que agrupa a treinta y cinco orquestas sinfónicas españolas con una distribución territorial, en trece comunidades autónomas ofrece una panorámica de cierto equilibrio territorial en la oferta de la música clásica y por otro lado, en el campo teatral se da una mayor oferta proveniente de las administraciones autonómicas, locales, del propio INAEM y del dinamismo del sector privado teatral, el sector de la danza española desde la oferta no ha terminado

cat/cultura/article/19-cultura/1740797-cal-un-canvi-de-model.html

“El cierre de un mítico teatro de Barcelona incendia las redes: ‘Vomitivo’”, *El Nacional.cat*. Disponible en: https://www.elnacional.cat/enblau/es/viral/club-capitol-teatro-cierre-incendia-redes_451155_102.html

“La gentrificación ataca los teatres de Barcelona: El tancamiento del Club Capitol i La Vilella alerta de la desaparición de sales al centro de la ciudad”, *Ara.cat*. Disponible en:

https://m.ara.cat/cultura/gentrificacio-ataca-teatres-barcelona-club-capitol-la-vilella-tancament_0_2366163578.amp.html?__twitter_impression=true

de establecerse sobre todo si lo comparamos con el panorama de la oferta de compañías en Francia, Gran Bretaña y Alemania.

Es paradójico, no obstante, que, como consecuencia de una falta de coordinación entre las políticas culturales y educativas y la necesaria coordinación pública, la danza haya tenido un mayor impulso en la financiación autonómica de la política educativa, a través de las enseñanzas artísticas profesionales y superiores. La oferta de conservatorios de danza ha tenido un cierto despliegue con el protagonismo de los Gobiernos autonómicos que han destinado una parte importante de los recursos económicos del sector a la formación reglada (Rubio Arostegui, 2016). Ello trae como consecuencia directa un incremento de los profesionales dispuestos a comenzar una carrera profesional en el mundo de la danza, y el consecuente cuello de botella para el desarrollo de los bailarines españoles al no contar en España con un conjunto de compañías estables de danza en sus distintos estilos.

A pesar de las débiles bases desde la oferta que apuntalaron al sector de la danza desde la recuperación de la democracia, la política cultural en este campo da muestras de un agotamiento y un necesario cambio de ciclo. El cierre de las compañías de Víctor Ullate a finales del año 2019, con una subvención nominativa del Gobierno de la Comunidad de Madrid y subvenciones puntuales por parte del INAEM por un lado, y la de Ananda Dansa, compañía radicada en la Comunidad Valenciana más ligada a la danza contemporánea y con un formato de compañía más reducido que la anterior, por otro, suponen perdidas del capital coreográfico muy relevantes de las últimas cuatro décadas⁴.

4. “Víctor Ullate echa el cierre a su compañía después de tres décadas”, *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2019/10/02/actualidad/1570021950_250495.html

“Ananda Dansa echa el cierre con un baile contra la violencia machista: La compañía valenciana de danza contemporánea

Pero esta situación crítica no solo afecta a la creación del campo coreográfico español sino también a la distribución en las redes públicas de teatros y a festivales que han estructurado la difusión de la danza española en el periodo democrático. Así, el Mes de Danza en Sevilla también recientemente anunciaba el cierre de la edición de 2020 tras 26 años de continuada oferta, ante la imposibilidad de hacer frente a la gestión. Tal como refiere la prensa: “La asfixia financiera del certamen, provocada por los impagos de las Administraciones –con el Ayuntamiento de Sevilla, la Junta andaluza y el Ministerio de Cultura a la cabeza– ha provocado que la dirección haya tirado la toalla después de emprender demasiados riesgos económicos ‘inasonables’”⁵.

La política cultural de la danza necesita un replanteamiento profundo desde la oferta y la demanda, con todos los actores públicos coordinados, porque en ello radica la sostenibilidad presente y futura de este arte con unos rasgos identitarios que son reconocidos en todo el mundo. Una de las claves es hacer sostenible los grandes costes de los conservatorios profesionales y superiores con un planteamiento territorializado y congruente de la oferta y, a su vez, con unas compañías que tengan la suficiente solvencia económico-financiera para poder llevar a cabo sus producciones y su distribución. O dicho burdamente: sobran conservatorios, faltan compañías estables donde los bailarines puedan trabajar dignamente.

V. UNA POLÍTICA DE ESTADO SOBRE EL PATRIMONIO ESCÉNICO-MUSICAL. EL PROYECTO ZARZA DEL TEATRO DE LA ZARZUELA

1. La necesidad de una política sobre el patrimonio escénico-musical

Una de las orientaciones principales de las políticas culturales surgidas en Europa a mediados del siglo XX es la protección y valorización del patrimonio cultural. Si bien desde la Ilustración los Estados ya expresaron su interés por el patrimonio histórico-artístico, es a través de la institucionalización de los primeros museos nacionales, la publicación de ordenamientos legales y la creación y regulación de profesiones con experticia en la conservación del arte y de una parte de la academia (historiadores del arte), cuando se sientan las bases para el establecimiento de una política cultural que valora el patrimonio artístico.

En el caso de los países del sur de Europa, que constituyen un modelo propio de política cultural (Rubio Arostegui y Rius-Ulldemolins, 2020; Rius-Ulldemolins, Pizzi y Rubio Arostegui, 2019), el gasto de las Administraciones públicas en el patrimonio cultural es una de los aspectos más características y dimensionados, concretamente sobre su sostenibilidad y extensión. Ya en las sociedades postmodernas, la patrimonialización de la cultura ha alcanzado a la sociedad civil y a un conjunto de actores que reinterpretan y redefinen la propia noción de patrimonio, que van más allá de los expertos, los académicos y las propias instituciones públicas de la cultura. Por ello, algunas políticas culturales nacionales sobre el patrimonio artístico, como el caso canadiense, han sido rediseñadas a partir de la consulta en forma de encuesta al conjunto de la ciudadanía. Tal como señala Ariño (2009), el patrimonio cultural ha pasado de una definición de uniformidad que se da en la modernidad (con una lógica *top-*

se despide 38 años después de su creación”, *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2020/01/15/actualidad/1579110226_806418.html

5. “El festival Mes de Danza se frena en Sevilla tras 26 ediciones por el impago de las Administraciones”, *El País*. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2020/02/06/actualidad/1580984803_546247.html

down), a la heterogeneidad de definiciones y usos en las sociedades complejas de hoy, sobre todo en su dimensión pragmática (sobre los usos y sujetos) y su sostenibilidad financiera.

Ello lo podemos constatar en el último Eurobarómetro europeo de 2017 (Special Eurobarometer 466, Cultural Heritage). Ciertamente, una mayoría de los ciudadanos europeos (un 84%) piensa en general que el patrimonio cultural es importante, tanto a nivel personal como a nivel comunitario en sus respectivas ciudades, regiones o países, si bien hay diferencias entre los distintos sectores que componen el patrimonio. Así, de la encuesta europea se evidencia una mayor participación de los europeos en las visitas a museos o monumentos que en el caso de asistencia a conciertos de música, ópera o danza caracterizados como tradicionales o pertenecientes al patrimonio musical escénico (43%, frente al 61%).

En el caso del patrimonio musical, es paradójico observar cómo en los países sudeuropeos, los cuales valoran muy significativamente por encima de la media europea el patrimonio arquitectónico y arqueológico y su vinculación con su dimensión económica y turística, no se correlaciona dicho valor con la apreciación y participación del patrimonio escénico-musical. Así, algunos países nórdicos como Suecia destacan por la participación –definida como la asistencia de al menos una vez al año– en conciertos musicales-escénicos, muy por encima de los países del sur, que presentan los indicadores más bajos (Grecia un 14%, Portugal, 19% y España 27%, por debajo en todo caso de la media UE-28, de 35). Asimismo, la encuesta europea permite medir la actitud de los europeos acerca de su financiación pública del patrimonio cultural: la mayoría de los europeos cree que las administraciones públicas (incluida la propia UE) deben asignar más recursos a la conservación y valoración del patrimonio cultural europeo, destacando España, con un 81%, por encima de la media UE-28.

Por lo tanto, podemos constatar que las políticas culturales sobre el patrimonio se han ido democratizando, ampliando su horizonte social, llegando hasta las propias actitudes individuales y complejizándose entre los actores de la sociedad civil en sus distintas dimensiones. No obstante, en el caso del patrimonio escénico-musical español, los datos muestran que hay un margen de mejora en la participación y consumo del patrimonio escénico-musical. En este sentido, en España se echa en falta una política sustantiva sobre el patrimonio escénico-musical y en la que deberían de estar representados en el diseño y formulación no solo los implicados desde el campo artístico sino también los del campo académico: la investigación y puesta en valor del patrimonio escénico musical necesita de la investigación en humanidades y las ciencias sociales, habiendo en la actualidad proyectos de investigación europeos, nacionales y regionales liderados por grupos de investigación de reconocido prestigio⁶.

Uno de los actores que necesariamente implicado en el diseño de una política patrimonial del sector escénico-musical debería ser el INAEM, que, aunque entre sus funciones incluya la del “inventario, catalogación y difusión del patrimonio musical y escénico” (INAEM, 2018, p. 4) a lo largo de su historia no ha tenido una consecuente política sustantiva para cumplir dicha función encomendada.

6. En el caso de la Comunidad de Madrid, en la última convocatoria de proyectos para grupos de investigación de la comunidad autónoma, dos proyectos de una veintena han sido financiados cuyo objeto es la recuperación y puesta en valor del patrimonio lírico y escénico: *Cartografía digital, conservación y difusión del patrimonio teatral del Madrid contemporáneo*, coordinado por Julio Vélez Sainz (UCM) y *Espacios, Géneros y Públicos de la Música en Madrid (Ss. XVII-XX)*, coordinador por Álvaro Torrente Sánchez Guisande (ICCMU). ORDEN 66/2019, de 12 de diciembre, del Consejero de Ciencia, Universidades e Innovación, por la que se resuelve la convocatoria de ayudas para la realización de programas de actividades de I+D entre grupos de investigación de la Comunidad de Madrid en Ciencias Sociales y Humanidades, cofinanciada con el Fondo Social Europeo. BOCM n.º 302 20/12/2019, p. 97.

2. El proyecto Zarza del Teatro de la Zarzuela

Sin embargo, y paradójicamente es un centro dependiente del INAEM, el Teatro de la Zarzuela, al que queremos significar por su labor en la recuperación y puesta en valor del patrimonio lírico español. El Proyecto Zarza tiene como objetivo el desarrollo de audiencias de los jóvenes por el género lírico español a través de la producción, distribución y exhibición de un conjunto de obras del patrimonio lírico español realizado por músicos, cantantes, directores de escena y escenógrafos jóvenes. El proyecto que se inició en la temporada 2016/17, produce anualmente una obra adaptada al público juvenil que se presenta en el Teatro de la Zarzuela, si bien algunas producciones comienzan a girar por otros teatros fuera de la capital (Sevilla, Avilés, entre otros). Además de la producción lírica es destacable este proyecto por su calidad de la propuesta didáctica a través de una guía del profesor⁷. La participación de colegios e institutos de bachillerato es muy alta y muy bien recibida por los centros escolares. El proyecto es una apuesta personal del director del Teatro de la Zarzuela, Daniel Bianco.

Desconcentrar la oferta en Madrid y llegar a más teatros por España en colaboración con otros teatros públicos es quizás el único modo posible de que la Zarzuela tenga la renovación de audiencias de necesita y que debería afrontar el proyecto en un futuro próximo. Ciertamente, se trata de la única de las unidades de producción del INAEM que cuenta con un proyecto de estas dimensiones en cuanto a su calidad artística y didáctica y la participación de nuevos públicos, en este caso en el género lírico.

7. <http://teatrodelazarzuela.mcu.es/es/proyectos-didacticos/proyecto-zarza/>

VI. CONCLUSIONES Y SÍNTESIS DE PROPUESTAS

Tratamos de sintetizar un conjunto de propuestas como consecuencia de los datos y evolución del sector y del análisis de este informe, así como de estudios anteriores:

1. Replanteamiento de la política de coordinación funcional y orgánica del INAEM dada las deficiencias de las redes de teatros públicas. La activación de la ley del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), prioridad para 2020, según el Gobierno socialista, no ha sido aún difundida. No obstante, dados los agentes que han participado en la nueva ley es difícil pensar que se trate de una reforma de calado y que aborde la coordinación pública multinivel tanto a nivel orgánico, como funcional. En este sentido, tal como planteamos en el texto, es necesaria una rendición de cuentas y una mayor transparencia de los resultados de las redes de teatros tanto la nacional como las de los circuitos autonómicos. La no consecución de la misión de estas redes hace necesaria una evaluación de su rendimiento y una rendición de cuentas de la financiación pública que reciben. No es sostenible desde el enfoque de la Nueva Gestión Pública que la subvención nominativa anual del INAEM a la Red Nacional de Teatros no tenga aparejada una evaluación del rendimiento desde la misión y objetivos de dicha asociación.
2. Creación de un mecanismo jurídico-fiscal que permita a los profesionales del tercer sector tener las mismas condiciones que el sector privado en sus relaciones con las administraciones públicas, que permita así la concurrencia en las subvenciones, la contratación pública, el régimen fiscal y

- las condiciones laborales. Es insostenible la continuidad de las compañías independientes desde la asignación al sector privado, dada la naturaleza artesanal del arte escénico.
3. Establecer mecanismos de coordinación para la salvaguarda de los edificios teatrales en las ciudades metropolitanas frente a los efectos de la globalización y la especulación inmobiliaria, tal como hemos planteado a raíz del caso de la ciudad de Barcelona.
 4. Reformular una nueva política desde la oferta y desde la formación de los profesionales en la danza en los términos analizados en la colaboración del conjunto de las administraciones públicas y teniendo en cuenta el mecanismo de habilitación profesional
 5. Implantar una política de recuperación y puesta en valor integral del patrimonio escénico-musical más allá de propuestas individuales de teatros públicos en colaboración con los gestores culturales y el campo académico e investigador. Algunas acciones como el Proyecto Zarza muestran que es posible la confluencia de la participación de los jóvenes, la recuperación del patrimonio musical español y el buen hacer pedagógico, todo ello necesario para la creación de nuevas audiencias y nuevas formas de vinculación al patrimonio escénico-musical español.

BIBLIOGRAFÍA

- ARIÑO VILLARROTA, A.: «La patrimonialización de la cultura y sus paradojas», en: G. Gatti Casal del Rey, I. Martínez de Albeniz Ezpeleta y B. Tejerina Montaña, *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento*, pp. 131-156.
- Asociación Española de Orquestas Sinfónicas (AEOS). Disponible en: <http://www.aeos.es/asociados/>
- BAUMOL, W. J. y BOWEN, W. G. (1966): *Performing arts: The economic dilemma; A study of problems common to theater, opera, music and dance*, Cambridge MA, MIT.
- BONNIN ARIAS, P. y RUBIO AROSTEGUI, J. A. (2019): «Vocación y precariedad laboral en la profesión de la danza en España», *AusArt*, vol. 7, n.º 2, pp. 105-114.
- CHARLE, C. (dir.) (2009): *Le temps des capitales culturelles XVIIIe-XXe siècles*, Seyssel, Champ Vallon.
- COLOMER, J. (2016): *Estudio de las artes Escénicas en España*, Academia de las Artes Escénicas de España. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1TWO6ryYK01PlLubWOzA-865vvZu0LDQx/view>
- EUROPEAN COMISSION (2017): *Special eurobarometer 466, Cultural Heritage*. Disponible en: https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2150_88_1_466_ENG
- INAEM (2009): *Plan General de la Danza 2010-2014*, Foro Estatal de la Danza, Tenerife, 2-3 noviembre de 2009. Disponible en: www.cioff.es/documentos/descargas/6-Plan%20Danza%20Inaem.pdf
- INAEM (2018): *Memoria anual 2018*. Disponible en: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ce9f22f7-c35a-4874-92ba-5643384f46f1/memoria-anual-2018.pdf>
- MENGER, P. M. (2016): «Art, politització i acció pública», *Debats*, vol. 130, n.º 2, pp. 73-98.

- MORAGA GUERRERO, E. (2018): *Propuestas para la mejora de la Red de Teatros de la Comunidad de Madrid y de la situación de la danza en la Red*, Asociación Emprendo Danza. Disponible en: http://emprendodanza.feced.org/wpcontent/uploads/sites/8/2018/10/Informe_Red_Teatros_Eva_Moraga_Emprendo_Danza.pdf
- MORAGA GUERRERO, E. (2019): *El Tercer Sector Profesional de las Artes Escénicas y de la Música*, Grupo de Trabajo del Tercer Sector Profesional, Consejo Estatal de las Artes Escénicas y de la Música. INAEM. Disponible en: <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:ef907eb9-bb9f-49be-a99a-a046b58bf391/tercer-sector-profesional-artes-escenicas-musica.pdf>. Fecha de consulta 1/02/2020)
- RIUS-ULLDEMOLINS, J., PIZZI, A. Y RUBIO AROSTEGUI, J. A. (2019): «European models of cultural policy: towards European convergence in public spending and cultural participation?», *Journal of European Integration*, vol. 41, n.º 8, pp. 1045-1067.
- RUBIO AROSTEGUI, J. A. (2016): «Dimensiones y papel de la educación artística en las políticas educativas y culturales en la España democrática», en: J. Rius Ulldemolins y J. A. Rubio Arostegui (eds.), *Treinta años de políticas culturales en España*, Valencia, Universitat de València, pp. 321-339.
- RUBIO AROSTEGUI, J. A. Y VILLARROTA PLANAS, A. (2019): *El papel del mecenazgo en la política cultural española. Propuestas para reconfigurar su papel en la crisis en las artes y la industria cultura*, Fundación Alternativas y Ministerio de Cultura. Disponible en: <https://www.fundacionalternativas.org/las-publicaciones/informes/el-papel-del-mecenazgo-en-la-politica-cultural-espanola-propuestas-para-reconfigurar-su-papel-en-la-crisis-en-las-artes-y-la-industria-cultural>
- RUBIO AROSTEGUI, J. A., RIUS-ULLDEMOLINS, J. Y MARTÍNEZ ILLA, S. (2014): *El modelo español de financiación de las artes y la cultura en el contexto europeo: Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*, Madrid, Fundación Alternativas. Disponible en: www.fundacionalternativas.org/public/storage/cultura_documentos_archivos/3c1678b9d12200244b199cde7bbbc27a.pdf
- RUBIO-AROSTEGUI, J. A. Y RIUS-ULLDEMOLINS, J. (2020): «Las políticas culturales en el sur de Europa tras la crisis global: su impacto en la participación cultural», *Revista Española de Sociología*, vol. 29, n.º 1, pp. 33-48.
- RUBIO AROSTEGUI, J. A. Y RIUS-ULLDEMOLINS J. (2020): «Cultural policies in the South of Europe after the global economic crisis: is there a Southern model within the framework of European convergence?», *International Journal of Cultural Policy*, vol. 26, n.º 1, pp. 16-30.
- SGAE (2019). *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*: Disponible en: <http://www.anuariosgae.com/anuario2019/home.html>
- TEATRO DE LA ZARZUELA (2020): *Proyecto Zarza*. Disponible en: <http://teatrodelazarzuela.mcu.es/es/proyectos-didacticos/proyecto-zarza/>
- WALLISER, A. Y SORANDO, D. (2019): «Las ciudades en España y el impacto de la globalización sobre los sistemas urbanos», en: A. Blanco, A. Chueca, J. A. López-Ruiz y S. Mora, (coords.), *Catedra José María Martín Patino de la Cultura del Encuentro*, Madrid, Universidad Pontificia Comillas, pp. 227-269.

EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA (2020): DOS ENCUESTAS, DOS FOTOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS SOBRE LA SITUACIÓN DE LA CULTURA

Patricia Corredor Lanas

INTRODUCCIÓN: DEL NUEVO GOBIERNO DE COALICIÓN A LA “NORMALIDAD” POS COVID-19

Nuestra séptima encuesta periódica a los agentes culturales españoles estaba ya a punto de ser publicada en el Informe sobre el Estado de la Cultura en España 2020, realizado por el **Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas**. Y desde la web de la Fundación llegamos a anunciar incluso su presentación pública a mediados de marzo en el Instituto Cervantes que, desgraciadamente, tuvo que ser suspendida, como tantas otras actividades culturales, por la declaración del estado de alarma.

Al retomar esa edición, nos hemos esforzado por actualizarla y contextualizarla en las nuevas e inéditas circunstancias de la epidemia de la COVID-19 que nos ha tocado vivir y, sobre todo, de sus efectos evaluables hasta ahora.

En esa línea pensamos que los resultados de la Encuesta realizada conservan toda su validez, al ofrecer una fotografía a principios de año de la conciencia y opinión de los 96 agentes culturales españoles de siete sectores en aquellos momentos, marcados por la constitución del nuevo Gobierno y las expectativas suscitadas. Además de que esos resultados tienen el valor añadido de permitir una comparación con los resultados de nuestra primera en-

cuesta (a finales de 2010 y principios de 2011) en pleno desarrollo de la crisis financiera y en los inicios del fin del Gobierno de Rodríguez Zapatero. Sus datos reflejan así el estadio final de una década entera de fuertes conmociones económicas y políticas, pero también tecnológicas sobre el mundo cultural, que queda retratada en los siete Informes publicados.

Pero las duras consecuencias de la pandemia actual sobre la economía en general y sobre la cultura en particular exigen lógicamente una actualización de ese pulso a la opinión de los agentes culturales, que han vivido cómo sobre la fragilidad mantenida por las políticas de austeridad han repercutido ahora duramente los efectos del cierre de actividades sociales, especialmente de las que se realizan en espacios públicos y colectivos, pero en general sobre todas las actividades culturales, su financiación y sostenibilidad, y especialmente sobre las pymes, los autónomos y los creadores (y el tejido de técnicos e industrias y colaboradores auxiliares que los sostienen).

Para ello, hemos elaborado un cuestionario sencillo pero complementario del anterior, cuyo objetivo es discernir entre las medidas de apoyo ya anunciadas o puestas en marcha por el Gobierno central, pero también por las administraciones autonómicas; y comenzar a apuntar los instrumentos y objetivos más necesarios para un inminente plan de recuperación

del sector cultural. Con la intención de contribuir a que se escuche la voz de los protagonistas de la/s cultura/s españolas en el diseño e implementación de estas nuevas políticas públicas que solo con su participación pueden tener éxito. Para que efectivamente este nuevo sondeo fuera complementario del anterior, lo hemos sometido al escrutinio de la misma muestra de la encuesta de principios de 2020. De los 96 encuestados del cuestionario inicial, 52 han cumplimentado asimismo el nuevo sondeo.

La Encuesta COVID-19 y Cultura contiene dos partes breves, de diecinueve cuestiones en total: la primera sobre las medidas de ayuda adoptadas: los niveles de la administración estatal y la adecuación y suficiencia de sus decisiones, la efectividad de sus instrumentos; la segunda sobre las líneas maestras del Plan de Relanzamiento de la Cultura, que permite aclarar la importancia atribuida a cada uno de las herramientas de apoyo para el inmediato futuro. En ambos apartados la valoración debía hacerse en una escala que va de **1 (desacuerdo absoluto)** a **10 (aceptación total)**. El cuestionario era común a todas las actividades culturales, y respondía por tanto a una visión integral de la Cultura, aunque se entendía que cada encuestado respondía desde la experiencia concreta de sus tareas y especializaciones profesionales.

EVALUACIÓN DE LOS AGENTES CULTURALES. PRIMER TRIMESTRE DE 2020: APROBADO CON UN PLUS DE ILUSIONES

RESUMEN EJECUTIVO

La séptima encuesta que hemos realizado a los agentes culturales españoles, con un esfuerzo notable para aumentar la representatividad de las asociaciones profesionales y civiles en ese ámbito, ha dado como resultado global un aprobado con una décima más que en 2019, un plus muy modesto que sin embargo resul-

ta significativo de las esperanzas mantenidas y ligeramente crecientes sobre la situación de la cultura española. Tras casi una década de depresión económica cultural ocasionada por la gran crisis, pero también y especialmente por la desgana de los gobiernos respecto a la cultura, reflejada en suspensos variables pero reiterados en cuatro informes sucesivos, no solo se revalida el aprobado del pasado año, sino que se amplía hasta coincidir exactamente con la puntuación media inicial de 2011, en plena etapa final del Gobierno de Rodríguez Zapatero.

En la edición del pasado año, el ambiente cultural reflejaba, tras el éxito de la moción de censura del 1 de junio de 2018, una recuperación apreciable de la confianza de sus agentes ante síntomas como la reposición del Ministerio de Cultura, la unanimidad del parlamento en el apoyo a los derechos de los creadores o la reinstauración del IVA cultural reducido a las principales actividades culturales *off line*. Aunque esa fe quedaba sustancialmente limitada por la incertidumbre política que se confirmó en la congelación de los nuevos presupuestos (y el fracaso de su conato de incremento del casi diez por ciento del gasto cultural estatal), y la consecuente disolución de las cámaras.

Tras el convulso periodo político de 2019, que va desde las elecciones generales del 28-A a su repetición del 10-N, y del complejo proceso de formación del nuevo Gobierno con el éxito de su investidura, nuestro sondeo a un centenar de agentes culturales, representativos de sus mayores sectores de actividad y sus diversos roles profesionales, no podía menos de reflejar ese balance difícil entre las ilusiones de una mayor atención pública a la cultura y una mejora de su diagnóstico general y las evidentes debilidades y dificultades que presentaba el nuevo Ejecutivo.

Calificación media de la Cultura en España: 5,1.

Si la calificación media general de la cultura española nunca bajó del 4,4 en sus peores momentos de la crisis, a pesar del desmoronamiento

namiento del gasto cultural privado y público, esta prudencia de los agentes culturales se expresa también en los momentos de optimismo, que en 2011 acertaba a moderar toda euforia pasada presagiando la debacle inminente que se avecinaba. Ahora, en un renovado ambiente de ilusión ante la recuperación económica y las promesas oficiales de los dos partidos en coalición de una renovada política cultural pública, pesan también los interrogantes sobre la aprobación de los presupuestos, sobre el incremento del gasto estatal en cultura en lucha siempre desigual con la presión del déficit, y sobre la duración y estabilidad misma del gobierno de coalición. De ahí que, relativamente al menos, sea una buena noticia ese cierre de ciclo de casi una década entre las esperanzas medidas de los inicios de la década de 2010 y las ilusiones templadas de finales de la década (ver gráfico 1).

Cuestiones de actualidad

Si las proclamaciones de las instancias, asociaciones y eventos culturales (incluso la gala de los Goya a pesar de su extrema prudencia política en 2020) han urgido a recuperar el papel esencial del Estado en el fomento y proyección de las actividades culturales, la mayor parte de los medios de comunicación ha apuntado especialmente en ese contexto a la extrema urgencia de

relanzar –renovar– la acción cultural en el exterior. Una preocupación que este ICE, 2020 ha adoptado como lema central de sus reflexiones.

Nuestra encuesta incorpora por ello dos preguntas relativas a ese rico universo de temas y preocupaciones, lógicamente sintetizadas en cuestiones aparentemente elementales pero destinadas a pulsar la opinión de los agentes consultados en dos aspectos vitales y complementarios: situación e imagen de la acción internacional y cultural española. Los resultados apelan inequívocamente a la necesidad de repensar, actualizar, relanzar esa actuación múltiple, porque abarca culturas y lenguas diversas pero también agentes e instancias distintas, desde lo público a lo privado, mercantil o del tercer sector, y objetivos diferentes aunque complementarios: proyección exterior para el prestigio o el comercio, cooperación con otras culturas potentes o débiles, suplemento espiritual de la diplomacia política, estrechamiento de lazos con sociedades y creatividades, potenciación de la diversidad ajena y enriquecimiento de la propia.

De esta manera, los encuestados atribuyen un pobre 4,2 de media a “la estrategia clara y coherente” de la acción cultural española en el exterior, lo que puede entenderse como juicio de valor sobre los estragos que la crisis hizo

Gráfico 1. EVOLUCIÓN DE LA CALIFICACIÓN DEL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2011-2020



sobre nuestra acción cultural internacional, pública y también privada; pero también como una consideración sobre la falta de actualización de esas estrategias frente a los cambios políticos internacionales de esta última década y las transformaciones notables de la cultura en esos años.

Mucho más baja es sin embargo la valoración de los resultados prácticos en términos de imagen mental global sobre esa acción cultural exterior, cuya resultante obtiene solo un 3,8 al juzgar si es “acorde con su riqueza y diversidad”, en referencia a la cultura española. Porque ese suspense claro afectaría no solo a las políticas gubernamentales a todos los niveles del Estado español, sino también a la exportación y la circulación de nuestros bienes y servicios culturales por todos conceptos.

ACCIÓN CULTURAL EXTERIOR

Cuestión n.º 55

La acción cultural española en el exterior tiene una estrategia clara y coherente 4,2

Cuestión n.º 56

La imagen cultural de España en el exterior resulta acorde con su riqueza y diversidad 3,8

La tercera pregunta de actualidad enlaza en este caso con un tema primordial que hemos abordado desde distintas perspectivas en nuestros informes y que en este ICE desarrolla un capítulo específico: la educación artística y cultural en general de la juventud española, que afecta a la cantidad y calidad de nuestros creadores futuros, pero también a la formación de públicos para el futuro de nuestra producción cultural. La evaluación media suspende ampliamente a esta cuestión, atribuyendo un 4,1 a su efecto sobre “la valoración social de la cultura”, un resultado que puede relacionarse con el consumo y el gasto cultural pero también con la remuneración de los creadores.

EDUCACIÓN CULTURAL

Cuestión n.º 57

La educación artística y cultural de nuestros jóvenes contribuye a la valoración social de la cultura 4,1

Finalmente, hemos preguntado a nuestros encuestados sobre un asunto cultural y mediático que ha saltado a la actualidad con fuerza en los últimos tiempos como es el relanzamiento de la ficción audiovisual española, penalizada también con la crisis y que ahora parece beneficiarse no solo de la relativa recuperación de la publicidad sino especialmente, según la prensa, de la eclosión de las plataformas de pago, internacionales y nacionales. Pues bien, la opinión en el mundo de la cultura no deja lugar a dudas de que la valoración generalizada es positiva hasta puntuar a este fenómeno con un 5,5, aunque no lanza las campanas al vuelo en consonancia con el correspondiente capítulo de nuestro informe sobre este tema que matiza mucho estos procesos, muy diferentes en el cine y en la ficción televisiva, y evalúa sus luces y sombras.

FICCIÓN AUDIOVISUAL ESPAÑOLA

Cuestión n.º 58

La ficción audiovisual española se está beneficiando del nuevo clima competitivo multiplataforma y multimedia 5,5

PUNTUACIONES

Por esferas de actividad: mejoran la producción/edición y las políticas públicas

La creación y el consumo de la cultura mantiene su primacía en las valoraciones por esferas culturales, y persiste asimismo la nota aprobada de la distribución/comercialización,

pero sube la producción/edición, reflejando un cierto mayor optimismo económico. Y aumenta asimismo de forma significativa la estimación de las políticas públicas que rozan el aprobado, mientras que la actividad peor puntuada sigue siendo la proyección exterior y la cooperación cultural que, aunque mejora también en tres décimas, sigue obteniendo un suspenso claro.

Por sectores: los videojuegos saltan al primer puesto

El *ranking* de puntuación por sectores da un vuelco en 2020, al acelerarse el ritmo anterior de ascenso de los videojuegos, colocándose en el primer puesto en lugar de la creatividad publicitaria y el diseño que pasan al segundo puesto. Les sigue en tercer lugar las artes visuales y, en cuarto puesto, la música y la industria discográfica que suben del quinto al cuarto puesto (del 4,7 al 5).

Ahora, en el quinto lugar se sitúan este año las Artes Escénicas, mientras que el sector del libro y bibliotecas, que compartía puntuación y puesto quinto en 2019 con la música, cede en el *ranking* hasta el sexto lugar. El caso más preocupante radica en el cine y la producción audiovisual, que ocupaban en 2019 el cuarto puesto y se desploman ahora hasta el turno séptimo y último.

Por roles profesionales: los gestores imponen su mayor optimismo

Una vez más, los gestores expresan el mayor optimismo en sus respuestas y mejoran más rápidamente sus puntuaciones medias, hasta el 5,6 de 2020, muy por encima de la puntuación media general. En cambio, los creadores son los más pesimistas habitualmente y en esta ocasión se mantienen aferrados a la puntuación media de la cultura que enunciaron en 2019, con un suspenso cinco décimas por de-

bajo de la nota media general. Finalmente, los expertos y críticos actúan generalmente como fiel de la balanza entre los roles anteriores.

Puntuaciones máximas y mínimas: NTIC y diversidad versus proyección cultural exterior

El *top ten* de puntuaciones, se mantiene, como cada año concentrado en torno a las cuestiones sobre el efecto y las potencialidades de las nuevas redes digitales, así como la constancia del pluralismo y creatividad de la cultura española hacia sus públicos, casi a partes iguales.

En concreto, cuatro de las máximas valoraciones se refieren al efecto directo de las NTIC sobre la creatividad o el consumo de la cultura, con las puntuaciones más altas de la encuesta, aunque disminuyendo su número (siete de diez en 2019): Las nuevas redes permiten a los creadores conectar mejor con sus públicos (notable alto con 7,5), potencian el boca a boca entre usuarios (6,9), aumentan la creatividad de los autores (6,7), y garantizan el pluralismo de creación y voces a disposición de los usuarios (5,8). Sin embargo, desciende de forma patente el entusiasmo por los efectos automáticos de las tecnologías y las redes digitales respecto a anteriores resultados.

A cambio, otras seis máximas valoraciones se relacionan con la diversidad disponible para los creadores y los usuarios, dando por hecho unos parámetros sociales en los que se puede presumir también la mediación de los dispositivos y redes digitales.



De las 10 puntuaciones máximas alcanzadas, 4 se refieren a las NTIC y 6 a la diversidad cultural española.

De las 10 peores valoraciones, 6 aluden a la proyección exterior cultural y 3 a la remuneración de los creadores

De entre las 10 peores puntuaciones, seis se siguen acumulando esta vez sobre la pro-

yección exterior de la cultura española, ya sea en términos de cooperación e intercambio o de exportación y presencia internacional. Esta baja valoración de la presencia de nuestra cultura, y su descenso relativo con los años, complementada y confirmada con las dos cuestiones de actualidad ya comentadas, presta una base seria de reflexión al tema central de este ICE sobre la acción cultural española en el exterior. E imprime un sello de urgencia a la formulación y puesta en práctica de una nueva estrategia potente para el futuro.

I. INTRODUCCIÓN. SÉPTIMO SONDEO A LOS AGENTES CULTURALES

Nuestra séptima encuesta a un centenar de agentes culturales españoles profundiza en el propósito que nos animó hace casi una década al iniciar la primera edición del Informe sobre la Cultura española: la de testar las opiniones y valoraciones del ambiente cultural español sobre la situación y evolución del estado de esas actividades, como contrapunto a los habituales sondeos sobre la compra y el consumo de los bienes y servicios culturales (a veces confundidos entre sí). Lejos de cualquier visión corporativista (la cultura para los creadores), partíamos de la base de que su experiencia y conocimiento eran vitales para las estrategias y avances de nuestra cultura, y contribuían inexorablemente a conformarlas; y, en consecuencia, de que las formulaciones numéricas de las opiniones de los muy diversos agentes sociales de la oferta (creación, producción, difusión, crítica) en los diversos y complejos sectores de actividad simbólica (de las artes escénicas y musicales al libro el audiovisual, o el multimedia) constituían un termómetro vital para calibrar la situación y las estrategias que hay que adoptar.

En especial, esas evaluaciones alcanzan un valor clave a la hora de pensar y adoptar las políticas culturales públicas, en las que el his-

tórico despotismo ilustrado estatal, la presión de los *lobbies* comerciales o de las estrellas mediáticas, se muestran actualmente como caminos que no responden a las necesidades sociales. Porque si sus objetivos y sus presupuestos se ven obligados a ser cada vez más participativos en la sociedad civil (como evidencia la tendencia al debate público sobre los presupuestos locales), la consulta y participación de los agentes culturales se impone como condición *sine qua non* para tener probabilidades de éxito. El diálogo y el balance entre esos dos términos interrelacionados, agentes y públicos, es tan vital como complejo, porque la cultura trasciende al mercado y la industria para constituirse también en parte indisoluble de la sociedad civil (asociaciones, papel solidario de los artistas, pymes, etc.). Pero resulta imprescindible para conformar esos Libros Blancos cuya reflexión en profundidad sobre el papel de la cultura en una sociedad democrática debería anteponerse siempre a los grandes planes culturales para darles una base firme y realista. Más aun en la resaca de crisis que, como la actual, reclama una revisión actualizada de las políticas públicas por la doble exigencia de los cambios sociales ante la cultura y de las mutaciones mismas de la cultura en las redes digitales.

Por ello también nuestro sondeo va rotando y combinando sus objetivos de muestra y de representatividad sobre el complejo universo de la cultura española, lo que se traduce en un esfuerzo sostenido por abarcar el máximo equilibrio de género posible por sus carencias numéricas heredadas, sumando esa exigencia a las ya habituales y mantenidas de atención a pymes y grandes grupos empresariales o de compensación entre centros metropolitanos y periferia. Y en esta edición y precisamente por las circunstancias citadas, hemos realizado un esfuerzo adicional por abarcar no solo a la base de datos acumulada, de más de 350 agentes de todo tipo, sino para hacer más presente en ella a las asociaciones múltiples que articulan

la cultura española: generales o territoriales, sectoriales por actividades, económicas y empresariales, de creadores y amateurs, de reivindicación parcial y general, etc.

Con resultados todavía modestos, que evi- dencian nuestras limitaciones, pero también los déficits nacionales, porque si ese tejido sociocultural empieza a ser denso como corresponde a un país desarrollado económica y socialmente, mantiene una estructura muy atomizada y todavía en ocasiones sin una conciencia clara de su imbricación con la cultura en su conjunto y con la sociedad general. Entidades y asociaciones culturales relevantes en el conjunto de la cultura española, que reclaman periódicamente la solidaridad pública con sus fines, han declinado u omitido su respuesta a nuestro cuestionario. Aunque otras muchas han dado una respuesta rápida y cumplida a la responsabilidad que implicaba, lo que ha redundado en la mayor representatividad de la encuesta y, por tanto, en el mejor conocimiento de la percepción que los agentes culturales tienen sobre la cultura en España, como puede comprobarse en el panel final de los expertos que han compartido su visión certera sobre el estado de este campo tan vital para nuestra democracia (ver Apéndice II).

A partir de un cuestionario estable de 54 preguntas y cuatro de actualidad en cada ocasión, enunciadas siempre en términos positivos y calificables de 1 a 10, se busca cuantificar opiniones que abarcan a los principales parámetros de nuestra cultura en términos de diversidad, lo que implica necesariamente cuestiones económicas e industriales, pero también de declinación de derechos democráticos y sobre las políticas públicas que pueden y deben reforzar ambas caras de la cultura.

El sondeo ha sido realizado en los dos primeros meses de 2020, cuando ya se había confirmado la investidura del nuevo Gobierno de coalición, que daba sus primeros pasos.

II. RESULTADOS GENERALES (ICE 2020)

1. Calificación media total de la cultura en España: aprobado con plus

El resultado medio general de todas nuestras cuestiones y puntuaciones arroja este año un aprobado con el incremento de una décima sobre el pasado ejercicio. Un plus que puede parecer mínimo pero que refleja una ilusión emergente en medio de la incertidumbre política que ha rodeado al primer Gobierno de coalición de la historia española desde la II República, y de la crispación sostenida por la oposición sobre la gobernabilidad del Estado.

5,1

2. Recuperación de la puntuación de 2011 (Gobierno de Rodríguez Zapatero)

El 5,1 de puntuación general media sobre más de cincuenta cuestiones evaluadas encuentra toda su significación cuando se calcula su incremento de cuatro décimas sobre 2018, de siete sobre 2017; y especialmente al destacar su recuperación de la puntuación inicial de 2011, realizada durante el Gobierno de Rodríguez Zapatero, pero cuando se empezaba a comprobar la gravedad de la crisis que había comenzado a repercutir además en el descenso de los presupuestos culturales del Estado central.

Por tercer año consecutivo aumentan las puntuaciones desde el 4,4 más bajo alcanzado tras tres años de bajadas y su suelo durante los momentos acumulados más duros de la crisis para la cultura (2017). De forma que si en 2019 señalábamos como síntesis las “esperanzas medidas y las ilusiones prudentes”, ese optimismo contenido vuelve a expresarse en 2020 con toda la timidez que supone la situación política y económica, de un nuevo Go-

bierno de fortaleza y duración desconocidas, y cuyos propósitos hacia el mundo de la cultura se movían en terrenos movedizos justo en los meses de la encuesta: buenos objetivos en las proclamaciones electorales, pero permuto de Ministro de Cultura (cambio de un gestor comprobado por un político), promesas de acciones culturales importantes pero canto a la lucha contra el déficit, etc.

3. Nuevas cuestiones de actualidad: la acción – coherente– exterior y cultural española

Como ha reflejado el Observatorio de Cultura y Comunicación en diversas actividades recientes y han refrendado medios de comunicación en sus informaciones y editoriales, la acción cultural española en el exterior constituye seguramente el capítulo más dañado y degradado de nuestro panorama cultural como consecuencia de la crisis fiscal pero también de la desorientación de las actuaciones gubernamentales durante siete años. A la tradicional falta de una política de Estado en este terreno se suman las importantes transformaciones de las relaciones internacionales durante la última década y la propia mutación de la cultura, no solo por el cambio de hábitos inducido por los dispositivos y las redes digitales sino también por la actuación cada vez más incisiva de múltiples actores sociales, entre ellos los propios agentes culturales y sus asociaciones. Lo que hace todavía más necesaria una reflexión sobre las estrategias españolas a todos sus niveles en la proyección y la interacción de la cultura española con las culturas internacionales.

Para intentar responder a esta problemática, juntamente con el dossier central de este ICE, 2020, hemos incluido dos preguntas de actualidad en nuestro cuestionario, que pretenden formular en positivo y de forma sintética los dos grandes interrogantes que enfrenta la acción internacional cultural española: qué estrategia exterior sostiene (con qué grado de claridad y coherencia) y qué imagen global

presenta respecto a su riqueza y diversidad percibidas.

Las puntuaciones correspondientes a estas preguntas suspenden en ambos casos, evidenciando la existencia de un problema importante en opinión del conjunto de los agentes culturales encuestados.

ACCIÓN CULTURAL EN EL EXTERIOR

| | |
|--|-----|
| Cuestión n.º 55 | |
| La acción cultural española en el exterior tiene una estrategia clara y coherente | 4,2 |
| Cuestión n.º 56 | |
| La imagen cultural de España en el exterior resulta acorde con su riqueza y diversidad | 3,8 |

El 4,2 con que se evalúa la acción cultural exterior española parece ya una nota bastante baja en relación con la media general, pero se confirma en otras cuestiones relacionadas sistemáticamente en nuestra encuesta con la proyección internacional de nuestra cultura. El 3,8 atribuido a la “imagen” cultural de España en el exterior, en relación con su riqueza y diversidad, agrava notablemente la percepción de esta situación y de la “marca” España vista desde el interior.

Las otras dos preguntas de actualidad del ICE 2020 están relacionadas con dos capítulos novedosos de esta edición del Informe. En primer lugar, la educación cultural (y artística, creativa...) de nuestros jóvenes que constituye un factor destacado para toda reflexión cultural, porque tiene una importancia decisiva en la formación de nuevos creadores, incluyendo en nuestra época los que trabajan a caballo entre nuevas tecnologías y artes, pero también en general para el nivel de los consumidores de cultura (su presupuesto de dinero y tiempo). Pues bien, el diagnóstico de los encuestados es claro al atribuirle un 4,1, un suspenso, a esta situación.

EDUCACIÓN CULTURAL

Cuestión n.º 57

La educación artística y cultural de nuestros jóvenes contribuye a la valoración social de la cultura 4,1

La otra aportación puntual del cuestionario tiene que ver con la situación de la producción (y creación) de la ficción española que si en informes anteriores se había dedicado preferentemente al cine, busca en este ICE, 2020 ampliarse al conjunto de la creatividad audiovisual ficcional española, que se está haciendo cada vez más compleja al impulso de los grandes cambios de la televisión y del audiovisual, especialmente de la televisión por demanda y de pago, por redes digitales terrestres, por cable o por Internet, de empresas nacionales o de plataformas globales. La positiva opinión general de los encuestados sobre estos procesos, con un aprobado alto, confirma al menos que se trata de un fenómeno importante que el análisis de la creatividad cultural española y de su interlocución con el audiovisual mundial deberá tener muy en cuenta, también en las regulaciones y políticas públicas.

FICCIÓN AUDIOVISUAL ESPAÑOLA

Cuestión n.º 58

La ficción audiovisual española se está beneficiando del nuevo clima competitivo multiplataforma y multimedia 5,5

4. Las máximas valoraciones de la cultura: Efectos de las NTIC y diversidad disponible para creadores y usuarios

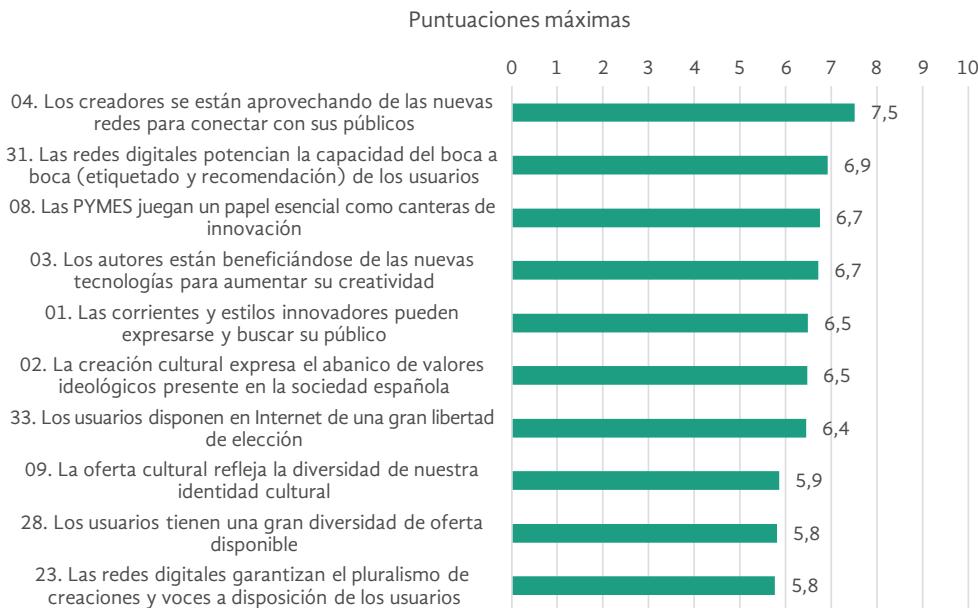
Las máximas puntuaciones se mantienen, como cada año, concentradas en torno a las cuestiones sobre el efecto y las potencialidades de las nuevas redes digitales, así como del pluralismo y creatividad de la cultura española hacia sus públicos, casi a partes iguales.

En concreto, cuatro de las máximas valoraciones se refieren al efecto directo de las NTIC sobre la creatividad o el consumo de la cultura, con las puntuaciones más altas de la encuesta, aunque disminuyendo su número (siete de diez en 2019): Las nuevas redes permiten a los creadores conectar mejor con sus públicos (notable alto con 7,5), potencian el “boca a boca” entre usuarios (6,9), aumentan la creatividad de los autores (6,7), garantizan el pluralismo de creación y voces a disposición de los usuarios (5,8). Sin embargo, desciende de forma patente el entusiasmo por los efectos automáticos de las tecnologías y las redes digitales respecto a anteriores resultados (ver cuadro 1).

A cambio, otras seis máximas valoraciones se relacionan con la diversidad de los creadores y los usuarios, dando por hecho unos parámetros sociales en los que se puede presumir también la mediación de los dispositivos y redes digitales: los corrientes y estilos innovadores pueden llegar a sus públicos (6,5), las pymes juegan un papel esencial como “cántoras de innovación” (6,7), la creación expresa el “abánico” ideológico de la sociedad española (6,5), los usuarios disponen de una “gran capacidad de elección” (6,4), y –en descenso– la oferta cultural “refleja” la diversidad de nuestra identidad cultural (5,9), así como los usuarios tienen “una gran” diversidad de oferta disponible (5,8).

5. Los agujeros negros de la cultura en España: la cooperación y la proyección exterior

Las peores puntuaciones se siguen acumulando esta vez sobre la proyección exterior de la cultura española, ya sea en términos de cooperación e intercambio o de exportación y presencia internacional. Hasta el punto de concentrar seis de las diez valoraciones más bajas que incluyen, de abajo a arriba a la proyección “suficiente” de las pymes (3,6), las políticas públicas de cooperación “suficientes y efectivas” (3,7), los intercambios comerciales

Cuadro 1. LOS PUNTOS MÁS FUERTES DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2020

exteriores “equitativos” (3,9), los intercambios con la UE “suficientes y equilibrados” (4,1), las estrategias comerciales de los grandes grupos “acertadas” para la expansión exterior (4,3) o los intercambios con América Latina que responden “suficientemente” a los lazos lingüísticos y culturales (4,3) (ver cuadro 2).

Esta baja valoración de la presencia de nuestra cultura, y su descenso relativo con los años, complementada y confirmada con las dos cuestiones de actualidad ya comentadas, presta una base seria de reflexión al tema central de este ICE sobre la acción cultural española en el exterior. E imprime un sello de urgencia a la formulación y puesta en práctica de una nueva estrategia potente para el futuro.

En cambio, las preguntas relativas a las políticas públicas culturales internas, que nutrían abundantemente en las primeras ediciones el listado de las peores valoraciones, han ido saliendo paulatinamente de este ranking

negativo, aunque no brillen todavía por sus estimaciones elevadas. Solo se mantiene el suspense bajo sobre su labor en la defensa de “la remuneración justa” del autor (4,2), tocando un apartado que aparece también en otras dos cuestiones más ampliamente negativas: la remuneración “justa” de los creadores (3,4) y la remuneración de las pymes de edición/producción “suficiente para su sostenibilidad” (3,9).

La décima pregunta peor valorada se refiere a los medios de comunicación tradicionales, cuya promoción de “la identidad cultural” es penalizada con un 4,3.

III. LAS ESFERAS CULTURALES: MEJORAN LA PRODUCCIÓN/EDICIÓN Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

La creación mantiene su tradicional primacía en las valoraciones por esferas culturales, pero se estanca en el aprobado alto (6) respecto al

Cuadro 2. LOS PUNTOS MÁS DÉBILES DE LA CULTURA EN ESPAÑA EN 2020

pasado año. Igual ocurre con el uso y consumo de la cultura, puntuado en segundo lugar, con un 5,6 (igual que en 2019), y se mantiene asimismo la nota de la distribución/comercialización con el aprobado justo (5).

En cambio, sube dos décimas, hasta el 5,3 (5,1 en 2019) la producción/edición, reflejando un cierto mayor optimismo económico. Y aumenta asimismo de forma significativa la estimación de las políticas públicas que rozan el aprobado con un 4,9 (4,6 el año pasado) (ver cuadro 3 y gráficos 2 y 3).

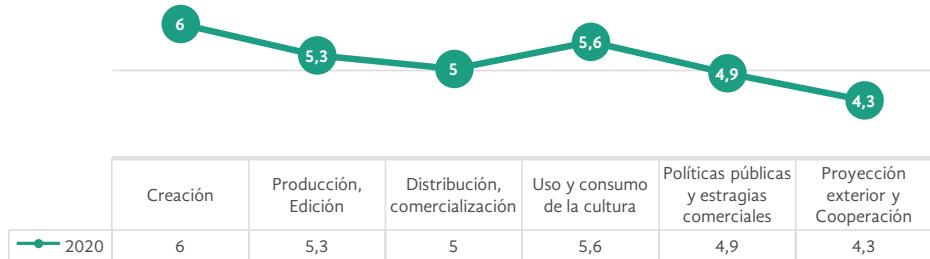
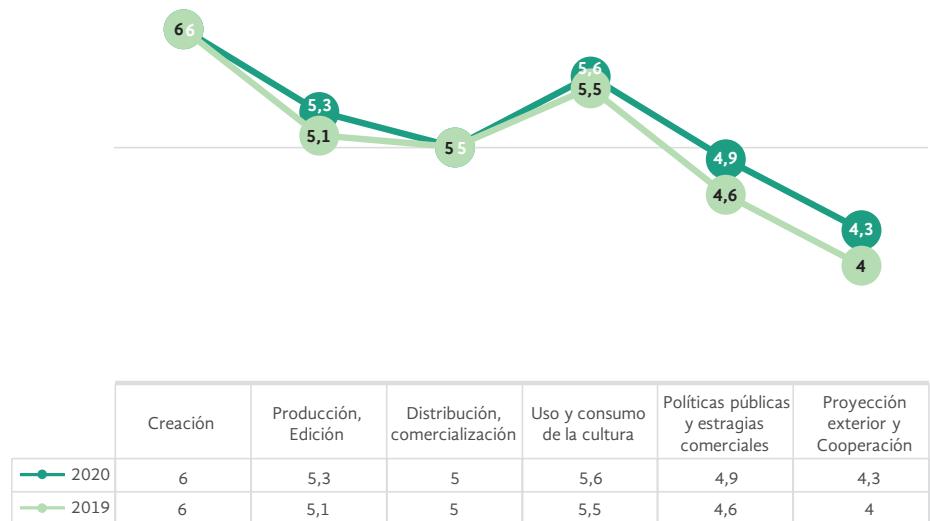
De nuevo, la actividad peor puntuada es la proyección exterior y la cooperación cultural que, aunque mejora también en tres décimas, sigue ostentando un suspenso claro (4,3).

Cuadro 3. CALIFICACIÓN DE LAS ESFERAS DEL MUNDO CULTURAL EN 2020

| | | |
|-----|--|-----|
| 1.º | La creación | 6 |
| 2.º | La producción/edición | 5,3 |
| 3.º | La distribución/comercialización | 5 |
| 4.º | El uso y consumo de la cultura | 5,6 |
| 5.º | Las políticas públicas y estrategias comerciales | 4,9 |
| 6.º | La proyección exterior y la cooperación | 4,3 |

1. La creación [puntuación: 6]

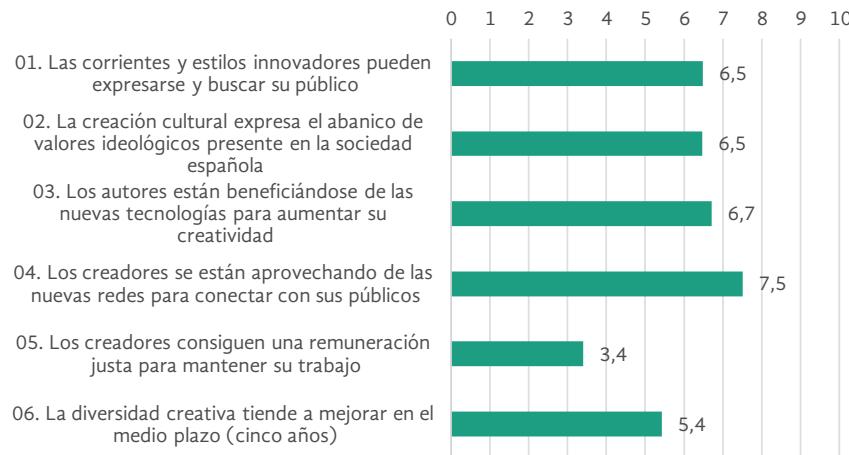
La creación continúa liderando el ranking por esferas, pero se estanca respecto a 2019, en un efecto combinado de las seis cuestiones englobadas en este apartado que observan un com-

Gráfico 2. CALIFICACIÓN DE LAS ESFERAS DEL MUNDO CULTURAL EN 2020**Gráfico 3. CALIFICACIÓN DE LAS ESFERAS DEL MUNDO CULTURAL. COMPARATIVA 2019-2020**

portamiento bastante irregular entre subidas y bajadas, que parecen significativas sobre todo cuando superan las dos décimas como resultado de muchas opiniones conjuntadas.

Aumenta solo notablemente, en cuatro décimas, la puntuación de su expresión del abanico de “valores ideológicos” (6,5), en tres décimas, pero manteniendo un fuerte suspense la “remuneración justa” de los creadores (3,4) y de forma mínima la mejora estimada de la “diversidad creativa a medio plazo” (5,4, desde el 5,3 de 2019).

En cambio, empeoran las valoraciones de la capacidad de expresarse de las corrientes y estilos innovadores (de 6,7 al 6,5), y del beneficio de aumento de creatividad que proporcionan las NTIC a los creadores (pasa del 6,9 al 6,7). Y se mantiene intacta, aunque muy elevada, la estimación sobre si los creadores están aprovechando las nuevas redes “para conectar con sus públicos” (7,5). Aunque resulta apresurado sacar conclusiones de estas evoluciones muy matizadas, parecen señalar un cierto descenso en el juicio optimista del impacto de las NTIC sobre la creación cultural ver cuadro 4).

Cuadro 4. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 1. LA CREACIÓN**2. La producción/edición [puntuación: 5,3]**

La producción y/o edición cultural, que alcanzó el aprobado solo en 2019, mejora su puntuación de forma significativa desde el 5,1 anterior, como fruto de ascensos generalizados de muchas de sus 10 cuestiones. Pese a lo cual siguen suspendiendo la pluralidad de oferta de los grandes grupos culturales (4,6) y la “economía sustentable” a futuro que permitirían las nuevas redes (4,8).

Así, sube su representación de un “abanico plural de voces e intereses” (de 5,4 a 5,7), la correspondencia entre la diversidad de la oferta y nuestra identidad cultural (de 5,6 a 5,9) y, muy especialmente pese a mantenerse en el suspenso, el abanico “plural” de productos y servicios ofrecidos por los grandes grupos (de 4 a 4,6).

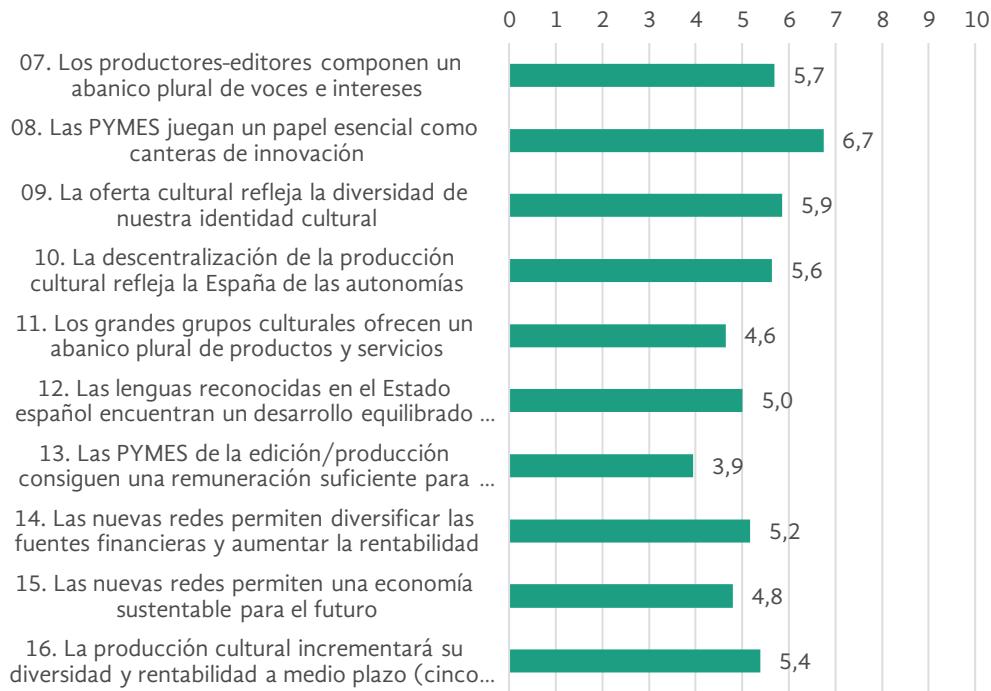
Ascienden en menor medida la descentralización de la producción cultural como reflejo de la España de las autonomías (de 5,4 a 5,6), el desarrollo equilibrado de la oferta en las lenguas reconocidas en el Estado español (de 4,8 a 5), la posibilidad de una “economía sustentable” en el futuro por las nuevas redes (de 4,7 a 4,8) y hasta los augurios de diversidad y rentabilidad a cin-

co años vista de la producción cultural (de 5,2 a 5,4). Por el contrario, se estanca paradójicamente la posibilidad de diversificar financieramente la cultura y aumentar la rentabilidad gracias a las nuevas redes (en el 5,2), y desciende levemente el papel de las pymes como “canteras de innovación” (de 6,8 a 6,7) (ver cuadro 5).

3. La distribución/comercialización [puntuación: 5]

La distribución ya dio el año pasado un salto del suspenso reiterado al aprobado, pero se mantiene este año estancada en el aprobado justo. Este efecto medio es fruto de un estancamiento de varias de sus 9 cuestiones planteadas, pero también de pequeñas alzas y bajas en diversas puntuaciones.

Destaca el ascenso de las dos cuestiones que relacionan a los medios públicos de comunicación con la promoción de la diversidad cultural (que pasa del 4,9 al 5,3) y con el impulso a la producción independiente (del 4,6 al 4,7). También ascienden en pequeña escala el impulso general de los medios de comunicación a la creación y promoción de la cultura

Cuadro 5. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 2. LA PRODUCCIÓN/EDICIÓN

(del 4,3 al 4,4), y el pluralismo de voces a disposición de los usuarios por las redes digitales (de 5,7 a 5,8).

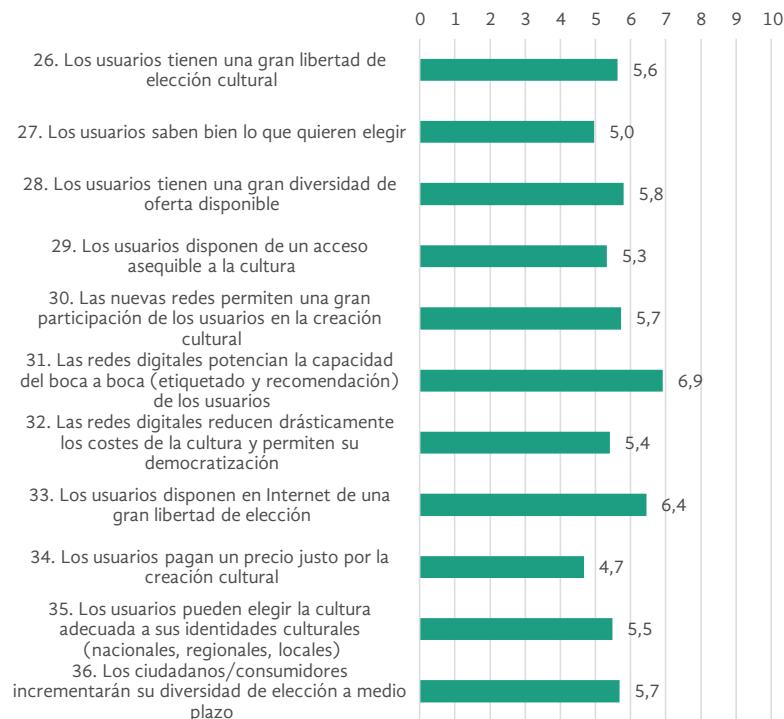
En cambio, se mantienen las puntuaciones sobre la oferta diversa de las redes analógicas (suspenso con 4,7), la promoción de la diversidad cultural de los medios tradicionales (con 4,1), y el derecho de acceso a la cultura por las redes digitales (con 5,49). Y baja una décima la previsión aprobada de una mayor diversidad y rentabilidad a medio plazo por la distribución “por todos los canales” (de 5,8 a 5,7) (ver cuadro 6).

4. El uso y consumo de la cultura [puntuación: 5,6]

Las estimaciones sobre el uso y consumo de la cultura, tradicionalmente aprobadas y elevadas relativamente incluso en medio de la crisis, apenas han subido una décima de media después del estancamiento del año pasado en el

5,5. Sin embargo, la mayor parte de las puntuaciones aumentan, aunque sea levemente lo que parece indicar un consenso sobre su mejoría moderada. Las únicas excepciones claras son la cuestión sobre la sabiduría de los usuarios en su elección que baja cuatro décimas (de 5,4 a 5); y la reducción de costes y correspondiente “democratización” cultural (pasa de 5,7 al 5,4).

Sin embargo, sube la pregunta complementaria sobre la “gran libertad de elección” del usuario (de 5,5 a 5,6), su “gran diversidad de oferta disponible” (de 5,6 a 5,8), su “acceso asequible” (de 5 a 5,3), su capacidad del “boca a boca” (de 5,5 a 5,7), su gran libertad de elección en Internet (de 6,2 a 6,4), y el incremento de su libertad de elección a medio plazo ((de 5,6 a 5,7). Incluso aumenta cuatro décimas su pago de un “precio justo” por la creación cultural, aunque mantiene el suspenso permanente (4,7) (ver cuadro 7).

Cuadro 6. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 3. LA DISTRIBUCIÓN/COMERCIALIZACIÓN**Cuadro 7. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 4. EL USO Y EL CONSUMO DE LA CULTURA**

5. Las políticas públicas y las estrategias comerciales: rozando el aprobado [puntuación: 4,9]

El clima de cierto optimismo de los agentes culturales, que ya en 2019 aumentó en 8 décimas la puntuación media de este apartado, vuelve a aumentar hasta el 4,9, rozando el aprobado. Se confirman, aunque de forma muy prudente las expectativas del conjunto de los agentes culturales sobre unas actuaciones públicas prometidas por el nuevo Gobierno que superen la prolongada debacle iniciada en 2012. Aprueban así cuatro de las siete cuestiones planteadas en este apartado.

Suben especialmente aquellas preguntas que parecen formular tomas de posición claras respecto a la acción pública cultural y sus objetivos, posiciones que siempre están a caballo en un sondeo entre la toma de posición teórica y de principio y la realidad de la experiencia del encuestado. Especialmente destacan en ese sentido las valoraciones sobre las políticas públicas y su estímulo de la innovación creativa" (de 4,9 a 5,2), su fortalecimiento del tejido industrial de la producción (de 5 a 5,1), su impulso de la diversidad de la oferta (de 4,7 a 5)

y especialmente su apoyo a la transformación digital (de 5 a 5,4). Aun permaneciendo en el suspenso, incrementan sus valoraciones el estímulo público a la sostenibilidad económica de la cultura (de 4,5 a 4,9), y hasta a la defensa de la remuneración justa del autor (de 4 a 4,2), siempre la pregunta más castigada de este apartado (ver cuadro 8).

6. La proyección exterior y la cooperación: subidas leves, pero suspenso bajo [puntuación: 4,3]

A pesar del creciente optimismo de los últimos dos años la proyección exterior cultural española va subiendo muy moderadamente, aunque manteniéndose siempre en nivel del suspenso bajo en relación con todas las demás esferas culturales: del 3,8 en 2018 al 4 en 2019, al 4,3 en 2020.

Esta mejora muy relativa se constituye a partir de subidas leves de puntuación en ocho de las diez cuestiones planteadas en este apartado: desde las tomas de posición iniciales de que la cultura española ocupa "el lugar que le corresponde en el mundo" (pasa de un 4,3 a un 4,6), a la consideración de que los intercam-

Cuadro 8. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 5. LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y LAS ESTRATEGIAS COMERCIALES



bios comerciales son “equitativos” (de un 3,5 a un 3,9), se pasa a ligeras mejoras respecto a cuestiones más concretas como los intercambios con la UE “suficientes y equilibrados” (del 3,6 al 4,1), o que responden con América Latina a “los lazos lingüísticos y culturales” (del 4,1 al 4,3), y a la valoración de las estrategias comerciales de los grandes grupos (del 4,1 al 4,3). El juicio directo sobre las políticas públicas de acción exterior mejora también en pequeña medida sobre si incentivan el intercambio y la diversidad intercultural (de 4,2 a 4,49), o promocionan la presencia de la cultura iberoamericana en España (de 4,3 a 4,6).

Sin embargo, en sentido contrario, empeoran las opiniones sobre las políticas de cooperación “suficientes y efectivas” (pasa del 4 al 3,7), y retrocede notablemente la valoración de su capacidad de creación de “nuevos públicos” para la cultura española (del 5,2 al 4,6) (ver cuadro 9).

IV. LA CULTURA VISTA POR SECTORES: LOS VIDEOJUEGOS A LA CABEZA

El registro de las puntuaciones medias de los agentes por cada uno de los siete sectores culturales principales nos ha permitido tradicionalmente diagnosticar indirectamente la situación de actividad, con preferencia sobre cuestiones directas que podrían distorsionar las percepciones sobre los sectores ajenos. Porque difícilmente los agentes culturales de todo tipo pueden abstraerse en sus puntuaciones del contexto que les afecta personal y profesionalmente.

El ranking de puntuación por sectores da un vuelco en 2020, al acelerarse el ritmo anterior de ascenso de los videojuegos, que aumentan su puntuación durante un año en siete décimas sumadas a las seis del pasado ejercicio (del 4,5 al 5,1 y ahora al 5,8), colocándose en el primer puesto. Y se antepone así a la crea-

Cuadro 9. CALIFICACIÓN POR ESFERAS: 6. LA PROYECCIÓN EXTERIOR Y LA COOPERACIÓN



tividad publicitaria y el diseño que mandaban prioritariamente desde hace varios años.

El optimismo valorativo de los agentes culturales de estos sectores no puede desligarse lógicamente de las circunstancias que rodean a cada sector, y los videojuegos ostentan crecimientos de más de dos dígitos en 2019 y prometen superar en pocos años a la industria editorial. La publicidad, por su parte, recupera a fuerte ritmo las tasas de inversión previas a la crisis, aunque orientando su estructura prioritariamente hacia la publicidad *online* en pugna con la televisión.

Les sigue en tercer lugar las artes visuales, que pasan del 4,9 al 5,3, superando ampliamente el suspense anterior, como muestra de su relativa recuperación. Y, en cuarto puesto, la música y la industria discográfica que suben del quinto al cuarto puesto (del 4,7 al 5) en el que todas las fuentes apuntan un importante crecimiento –relativo desde su hundimiento anterior a la crisis económica– especialmente por el ascenso del *streaming*, tanto por las suscripciones como por la inversión publicitaria.

Es el último sector que aprueba en sus calificaciones a nuestro cuestionario, porque en el quinto lugar se sitúan este año las Artes Escénicas, que parecen haber tocado suelo en su caída desde los inicios de la crisis en prácticamente todos sus parámetros de oferta, consumo y facturación y en todos sus subsectores. De forma que sube ligeramente de puntuación media del 4,5 al 4,9.

Por su parte, el sector del libro y bibliotecas que compartía puntuación y puesto quinto en 2019 con la música cede en el ranking hasta el sexto lugar a pesar de subir una décima en sus valoración general media de la cultura (del 4,7 al 4,8). Lo que refleja ciertamente la mejoría de facturación anunciada en los informes sectoriales, a costa de un menor número de novedades y del control de las tiradas, pero también las incertidumbres acumuladas en una actividad que no termina de encontrar su salida digital.

Pero el caso más preocupante radica en el cine y la producción audiovisual, que ocupaban en 2019 el cuarto puesto y se desploman ahora hasta el séptimo lugar, pese a la celebración de su recuperación de taquilla y al efecto de los premios Goya, simultáneo en parte con nuestra encuesta. Lo que inevitablemente lleva a pensar en el hundimiento preocupante de la cuota del cine español a apenas el 15% del total de la recaudación, lejos del suelo tradicionalmente fijado en el 20% (25,4% en 2014), menos de 100 ME de los 624 ME de facturación general en salas. Los desarrollos del largometraje en las redes *online* y la eclosión de la ficción televisiva no parecen haber paliado esa percepción negativa de los agentes audiovisuales españoles (ver cuadro 10 y gráfico 4).

Cuadro 10. RANKING POR SECTORES CULTURALES EN 2020

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 1.º Videojuegos y multimedia | 5,8 |
| 2.º Creatividad publicitaria y diseño | 5,5 |
| 3.º Artes visuales | 5,3 |
| 4.º Música e industria discográfica | 5 |
| 5.º Artes escénicas | 4,9 |
| 6.º Libro y bibliotecas | 4,8 |
| 7.º Cine y producción audiovisual | 4,5 |

Del *ranking* por sectores culturales extraemos siempre las respuestas y puntuaciones realizadas por los expertos transversales, críticos, investigadores, etc., porque su inclusión o mezcla distorsionaría las respuestas y su comprensión y porque tradicionalmente muestran un nivel de optimismo superior a la mayoría de los agentes de sectores creativos.

Sin embargo, en esta ocasión las puntuaciones medias de los expertos transversales bajan dos décimas, del 5,5 en 2019 al 5,3, mostrando un cierto mayor pesimismo relativo. Aun así se equipararían con las Artes Visuales en el puesto 3 del *ranking* por sectores, dando un apro-

Gráfico 4. CALIFICACIÓN POR SECTORES CULTURALES EN 2020**Gráfico 5. CALIFICACIÓN POR SECTORES CULTURALES: COMPARATIVA 2019-2020**

bado más amplio de la media al estado de la cultura en España (ver gráfico 5).

V. LA CULTURA VISTA POR TIPOS DE AGENTES: GESTORES OPTIMISTAS

La procedencia profesional de los encuestados determina asimismo en buena medida sus opiniones y valoraciones, como venimos observando en nuestras sucesivas encuestas, y aunque en ocasiones resulte paradójicamente

contrapuesto con la valoración de las esferas culturales antes comentadas.

De esta forma, una vez más, los gestores expresan el mayor optimismo en sus respuestas y mejoran más rápidamente sus puntuaciones medias: del 5,3 de 2019 al 5,6 de 2020, muy por encima de la puntuación media del conjunto de encuestados.

Los creadores son los más pesimistas habitualmente y en esta ocasión se mantienen afebrados a la puntuación media de la cultura que

| | 1. Artes escénicas | 2. Artes visuales | 3. Música e industria discográfica | 4. Cine y producción audiovisual | 5. Libro y bibliotecas | 6. Videojuegos y multimedia | 7. Creatividad publicitaria y diseño |
|------|--------------------|-------------------|------------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 2020 | 4,9 | 5,3 | 5 | 4,5 | 4,8 | 5,8 | 5,5 |
| 2019 | 4,5 | 4,9 | 4,7 | 4,8 | 4,7 | 5,1 | 5,4 |

enunciaron en 2019: 4,6, un suspenso cinco décimas por debajo de la nota media general.

Finalmente, los expertos y críticos actúan generalmente como fiel de la balanza entre los roles anteriores, y sus valoraciones en este caso lo corroboran al situarse en un 5,2, dos décimas por encima de sus puntuaciones en 2019 (ver cuadro 11 y gráfico 6).

Cuadro 11. CALIFICACIÓN POR TIPO DE AGENTES CULTURALES 2020



Gráfico 6. CALIFICACIÓN POR TIPO DE AGENTES CULTURALES: COMPARATIVA 2019-2020



1. Creadores: pesimismo sistemático [puntuación: 4,6]

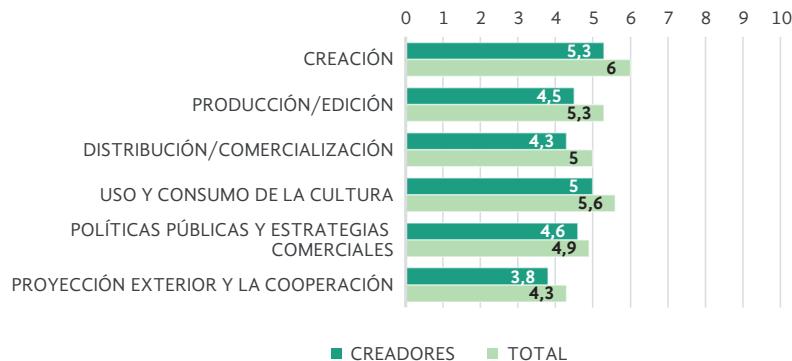
El pesimismo, (o realismo en su visión), con que los creadores contemplan a la cultura general se expresa en el conjunto de sus valoraciones, pero cobra todo su significado al cruzarlas con las esferas culturales.

Así, valoran peor y suspenden a la propia situación de la creación frente la media general (6) y le han restado todavía una décima respecto a 2019 (del 5,4 al 5,3); penalizan aún más este año a la producción/ edición con un 4,5 (4,8 en 2019, 5,3 en la media general); y lo mismo ocurre con la distribución /comercialización que pasa del 4,7 en 2019 al 4,3 en 2020. Tampoco han mejorado su puntuación del uso y consumo de la cultura (baja de un 5,3 al 5, frente al 5,6 ge-

neral). Y mejoran su estimación de las políticas públicas (del 4,2 al 4,6) y más levemente respecto a la proyección exterior y la cooperación cultural (del 3,6 al 3,8) (ver cuadro 12).

2. Gestores: optimismo mantenido [puntuación: 5,6]

El optimismo de los gestores culturales se expresa también en esta ocasión en su apreciación de las esferas culturales, incluida la propia de su profesión. De forma que atribuyen a la creación un 6,5 (6 en la media general), una décima más que en 2019; se asignan a sí mismos un 6 para la producción/edición (5,4 el año pasado) y un 5,6 para la distribución/comercialización (5,2 en 2019) y suben hasta un 6,1 su puntuación del consumo cultural (5,9 el año pasado).

Cuadro 12. CALIFICACIÓN DE LOS CREADORES VS TOTAL AGENTES CULTURALES EN 2020

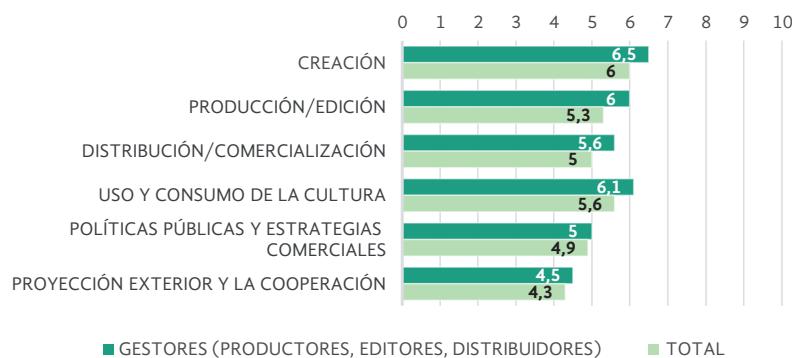
En el marco de este relativo entusiasmo, los gestores llegan a aprobar a las políticas culturales con un 5 (4,8 en 2019); y solo suspenden a la proyección y cooperación exterior con un 4,5 (4,3 el pasado año) (ver cuadro 13).

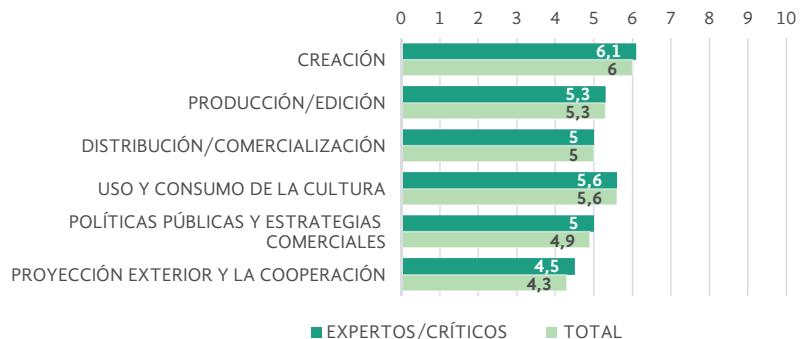
3. Expertos/críticos: prudencia y equilibrio [puntuación: 5,2]

El nivel de puntuaciones de los expertos y críticos sobre las esferas culturales es muy interesante porque aparecen de nuevo como los más resistentes a los estímulos de actualidad, pero también generalmente como los más próximos a

las medias generales. De esta manera, el 5,2 de puntuación media de este colectivo se sitúa también como el más próximo a la media general de la encuesta en todas sus preguntas y encuestados.

Los expertos aciertan de esta forma de nuevo al valorar a la creación con un 6,1 (igual que en 2019) frente a la media de 6; al estimar a la producción/edición con el 5,3 exacto de la media (ligero aumento desde el 5,1 del año pasado), y a la distribución/comercialización con el 5 exacto de la media (igual que en 2019). También calcan en su puntuación el uso y consumo de la cultura con un 5,6, subiendo este año dos décimas a su apreciación de 2019.

Cuadro 13. CALIFICACIÓN DE LOS GESTORES (PRODUCTORES, EDITORES, DISTRIBUIDORES) VS TOTAL AGENTES CULTURALES EN 2020

Cuadro 14. CALIFICACIÓN DE LOS EXPERTOS Y LOS CRÍTICOS VERSUS TOTAL AGENTES CULTURALES EN 2020

En cambio, superan la media general al subir dos décimas a las políticas culturales (4,9 en la media general) y cuatro décimas a la proyección exterior hasta el 4,5 (4,3 en la media general) (ver cuadro 14).

VI. CASI UNA DÉCADA PARA LA RECUPERACIÓN CULTURAL: CAMBIOS EN EL CONSUMO

La secuencia de siete encuestas a los agentes culturales durante un lapsus temporal de diez años (2011-2020) nos proporciona una perspectiva privilegiada para testar las transformaciones en las percepciones de los agentes culturales españoles.

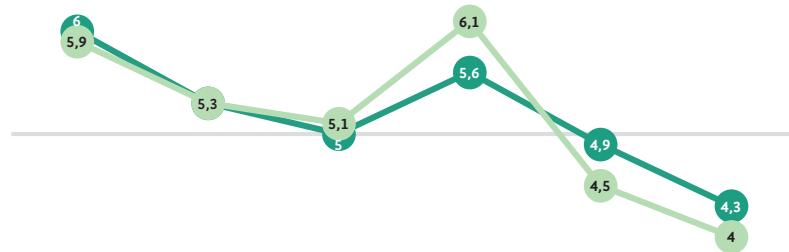
Así, respecto a las esferas culturales, se comprueba que la creación, la producción y la distribución han recuperado casi exactamente las puntuaciones de 2011, salvo una décima parcial poco significativa. Y que las políticas públicas y la proyección exterior han subido su apreciación en cuatro y tres décimas respectivamente.

Como excepción singular a estas dinámicas alentadoras, destaca el caso del uso y consumo de la cultura que pierde cinco décimas en el camino. Una depresión mantenida tras la crisis que se verifica en el descenso acusado del

gasto privado de los españoles en cultura, sin visos claros de solución, y que apunta a una de las mayores debilidades de la cultura española para el próximo futuro (ver gráfico 7).

Otra nota destacada de esta comparación temporal es la fuerte alteración de las puntuaciones por sectores que muestran indirectamente su ranking de situación económica: Mientras que el cine y el audiovisual y el libro bajan seriamente de puntuación (cuatro y tres décimas respectivamente) y las artes escénicas y visuales prácticamente se mantienen (en el 4,9 las primeras y entre 5,4-5,3 las segundas), dos sectores típicos de las denominadas artes creativas despuntan con fuerza: Los videojuegos y el multimedia ascienden del 5 al 5,8, y la publicidad y el diseño aumentan del 5,1 al 5,5. Estos dos sectores de actividad ocupan ya en 2020 la cúspide del ranking por puntuaciones y sectores, suplantando claramente a los sectores clásicos de actividad, especialmente al libro que históricamente ha sido desde hace décadas el principal sector de las industrias culturales españolas.

Finalmente, puede destacarse que en lo que respecta a las calificaciones por agentes y a su evolución durante esa década, destaca la llamativa estabilidad de las puntuaciones entre situaciones tan distintas como el final del Gobierno de Rodríguez Zapatero (2011) y los ini-

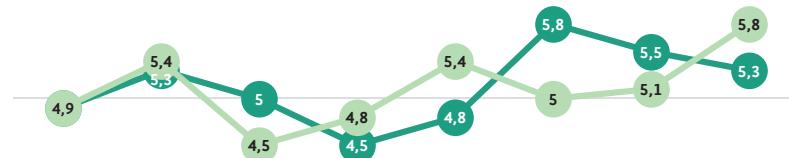
Gráfico 7. CALIFICACIÓN DE LAS ESFERAS DEL MUNDO CULTURAL. COMPARATIVA 2020-2011

| | Creación | Producción, Edición | Distribución, comercialización | Uso y consumo de la cultura | Políticas públicas y estrategias comerciales | Proyección exterior y Cooperación |
|------|----------|---------------------|--------------------------------|-----------------------------|--|-----------------------------------|
| 2020 | 6 | 5,3 | 5 | 5,6 | 4,9 | 4,3 |
| 2011 | 5,9 | 5,3 | 5,1 | 6,1 | 4,5 | 4 |

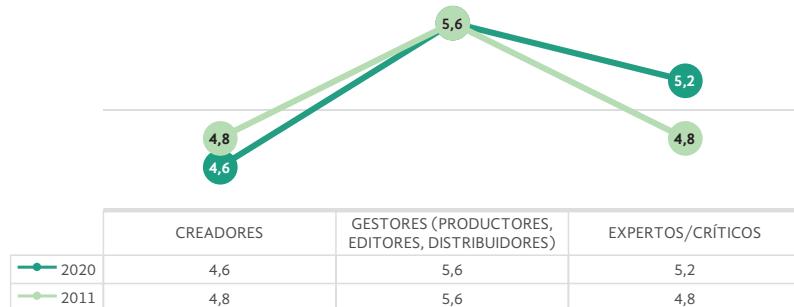
cios del Gobierno de coalición de Pedro Sánchez (2020): las puntuaciones medias de los creadores apenas bajan dos décimas entre los años citados (del 4,8 al 4,6), las de los gestores se mantienen exactamente inalteradas (5,6), y tan solo se mueven más los expertos que aumentan sus puntuaciones en cuatro décimas (del 4,8 al 5,2) (ver gráfico 8).

VII. OBSERVACIONES ABIERTAS 2020

Nuestra encuesta deja siempre un espacio abierto para las opiniones y propuestas de nuestros encuestados que, aunque minoritarias en el conjunto del sondeo, no dejan de ser reveladoras de las preocupaciones y sensibilidades actuales. Ofrecemos su síntesis en base a los grandes apartados tratados:

Gráfico 8. CALIFICACIÓN POR SECTORES CULTURALES: COMPARATIVA 2020-2011

| | 1. ARTES ESCÉNICAS | 2. ARTES VISUALES | 3. MÚSICA E INDUSTRIA DISCOGRÁFICA | 4. CINE Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL | 5. LIBRO Y BIBLIOTECAS | 6. VIDEOJUEGOS Y MULTIMEDIA | 7. CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y DISEÑO | 8. EXPERTOS TRANSVERSALES |
|------|--------------------|-------------------|------------------------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 2020 | 4,9 | 5,3 | 5 | 4,5 | 4,8 | 5,8 | 5,5 | 5,3 |
| 2011 | 4,9 | 5,4 | 4,5 | 4,8 | 5,4 | 5 | 5,1 | 5,8 |

Gráfico 9. CALIFICACIÓN POR AGENTES CULTURALES: COMPARATIVA 2020-2011

1. El consumo cultural

- “No existen casi indicadores para medir la dieta mediática y cultural de la ciudadanía. Deberíamos tener más indicadores sobre qué consumo realiza la ciudadanía de la cultura, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, incluyendo qué dieta cultural tienen los diversos grupos de población respecto a diversos productos culturales. Una mejora de la democracia no es posible sin una mejora de la dieta mediática y cultural”.
- “Necesitamos más estudios y tener un observatorio permanente del consumo cultural. Además, no basta con medir cuantitativamente, por ejemplo, horas de consumo, horas de lectura, etc. hay que concretar qué vemos, qué leemos y relacionarlo también con grupos de población para poder ajustar mejor la creación y desarrollo de políticas públicas que incidan sobre la demanda cultural y no solo sobre la oferta cultural”.
- “Debemos ir más allá de los conceptos industriales y económicos de la cultura (muy importantes) para tratar también la cultura como cuarto pilar del bienestar y siempre desde un punto de vista de gobernanza relacional, es decir des-

de el punto de vista de la ciudadanía, no solo de los productores, creadores, programadores y distribuidores”.

2. La formación cultural y artística

- “La educación y artística y cultural contribuye a la valoración social de la cultura. Cierto. Pero el sistema actual de educación limita mucho las asignaturas vinculadas con el arte, creatividad. Así que apenas llega esa cultura o formación a los jóvenes”.
- “La educación artística de los jóvenes podría contribuir, si existiese dicha educación que es inexistente. La imagen cultural de España en el exterior es muy deficitaria. No es solo que no esté acorde, es que muchas veces es inexistente”.

3. Género y cultura

- “Aunque el ICE 2017 tenía como tema central la Igualdad y Diversidad en la era digital, el hecho es que el artículo 26 de la Ley de Igualdad de Género de 2007 sigue sin cumplirse ni de lejos. Y es un tema en el que sería fundamental seguir incidiendo, de forma transversal, en todas las cuestiones del ICE, hasta conseguir la igualdad real y efectiva”.

4. La situación del audiovisual

- “La competencia multiplataforma es beneficiosa a corto plazo, pero no está exenta de peligros. No sé si es bueno crear una dependencia excesiva de empresas emergentes con alto riesgo de desaparición y, en casi todos los casos, de capital norteamericano”.
- “La ficción audiovisual española que trabaja con las plataformas se beneficia, pero el sector audiovisual es muy amplio”.

5. La proyección exterior cultural

- “Falta obviamente, y desde mi punto de vista, una mayor involucración entre España y Latinoamérica en todos los aspectos de la cultura, tratando de poner un contrapeso a la actual globalización cuyo centro es el norte anglosajón”.

6. Las políticas públicas culturales

- “Las políticas culturales públicas en España aún no han incorporado el enfoque estratégico de derechos humanos. Más allá del paradigma de la gestión cultural, pública y privada, se hace urgente promover un debate público sobre la relación entre la protección de los derechos culturales y el fortalecimiento democrático”.
- “Hay poquísimas ayudas a la creación en este país nuestro. Se potencia solo la televisión basura, la música basura, la comida basura, la ropa basura... los autores y autoras nos vemos obligadas a emigrar o a vivir de cualquier otra cosa que no sea la creación”.
- “Habrá que ver cuál es la estrategia de España Global (MAEC) en el próximo futuro”.

VIII. PRINCIPIOS, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

1. La muestra: estructura y composición

Para pulsar estas opiniones, se construyó una amplia base de datos de agentes culturales españoles, basada en la acumulación de sondeos que el ICE ha ido realizando desde hace una década, actualizada y depurada para combinar mejor actividades privadas e instituciones públicas, grandes empresas como pymes o agentes autónomos. Sobre la experiencia de seis ediciones anteriores, esta base de personalidades depurada ha alcanzado a cerca de trescientas cincuenta direcciones consignadas para conseguir como objetivo un centenar de encuestas respondidas, una proporción previsible en un campo muy atomizado, en el que el esfuerzo y el voluntarismo individual han primado muchas veces sobre los esfuerzos colectivos. Una parte importante de los encuestados (en torno al 70%) repite respecto a ediciones anteriores.

En esta ocasión especialmente, nos hemos esforzado en buscar una mayor participación de las asociaciones culturales sectoriales y generales de todo tipo, no siempre fácil ni en su acceso ni en su respuesta, sin descuidar la representatividad de las mujeres en la cultura y el máximo equilibrio posible entre las dos grandes metrópolis que concentran la oferta cultural y las otras comunidades españolas.

La vía de la consulta, realizada *online* sobre una plataforma profesional de Internet (e-encuesta.com), ha facilitado nuestro trabajo de recogida y tabulación de los resultados, aunque también ha mostrado, a veces en tiempo real, las dificultades de muchos agentes culturales para enfrentarse al largo cuestionario planteado.

Sin embargo, la muestra completa y las respuestas efectivas no han sido indiferenciadas, sino equilibradas entre roles produc-

tivos desempeñados en la cultura y entre sectores centrales culturales, no solo para ganar en representatividad del conjunto de la cultura, sino también para poder matizar los resultados según las muy diversas actividades desempeñadas en un campo tan amplio y diverso.

De esta forma, hemos buscado sistemáticamente una ponderación de los encuestados entre **3 grandes categorías**:

-
- 1 Creadores
 - 2 Gestores públicos y privados
 - 3 Investigadores y críticos
-

Y los hemos segmentado equilibradamente entre **7 grandes sectores de actividad** que sintetizan los mayores procesos culturales en nuestra sociedad (en proyección social y en peso económico):

-
- 1 Artes escénicas
 - 2 Artes plásticas
 - 3 Música e industria discográfica
 - 4 Cine y producción audiovisual
 - 5 Libro y bibliotecas
 - 6 Videojuegos y multimedia
 - 7 Creatividad publicitaria y diseño
-

Además, aunque excluida del cómputo de las notas medias en los resultados por sectores, para evitar un sesgo externo a esos roles profesionales, hemos añadido una octava categoría polivalente que venía obligada por la realidad, por la existencia de expertos académicos y profesionales que, en función de su trayectoria, tenían una experiencia valiosa que atravesaba los diferentes sectores y actividades y que no podíamos ignorar:

-
- 8 Expertos transversales (gestores, investigadores)
-

2. Premisas del cuestionario

a. Lógica y objetivos

El conjunto de 54 preguntas se mantiene idéntico al de las encuestas de 2011-2014-2015-2017, 2018 y 2019 para facilitar las comparaciones durante este periodo. Se trata de un cuestionario exhaustivo, con vocación de perennidad para poder ser comparado en el tiempo, y que pretende por ello abarcar las principales problemáticas que atraviesan el campo cultural. Pero hemos añadido, cuatro preguntas de actualidad, sobre temas puntuales importantes de este Informe, en particular sobre la acción cultural española en el exterior, objeto central de este ICE 2020, sobre la formación artística y cultural de los jóvenes españoles y sobre el estado de la ficción audiovisual española.

Todas las preguntas son enunciadas en términos positivos para evitar cualquier condicionamiento sobre los encuestados, a quienes se pide que valoren cada cuestión en una escala que va de 1 a 10 (de máximo desacuerdo a máximo acuerdo).

La comprensión plena del cuestionario y, por tanto, de los resultados, exige recalcar su filosofía esencial mantenida: una perspectiva central sobre la Diversidad, cultivada tradicionalmente por la Fundación Alternativas en todos sus estudios sobre cultura, pero avalada por el propio Estado español en su ratificación de la Convención por la Diversidad de la Unesco (octubre, 2007). De ahí nuestra declinación del cuestionario en términos de pluralismo cultural y de políticas públicas, de economía e industria pero también de democracia, de cooperación intercultural pero asimismo de exportación o proyección de nuestras creaciones culturales.

Para representar a todas las grandes fases de la cadena de valor de la cultura y de las Industrias Culturales y Creativas, tanto en su ver-

sión clásica analógica como en su traducción al mundo digital, se delimitaron **6 esferas** que estructuraban enteramente el cuestionario:

| | |
|---|--|
| 1 | La creación |
| 2 | La producción/edición |
| 3 | La distribución/comercialización |
| 4 | El uso y consumo de la cultura |
| 5 | Las políticas públicas y estrategias comerciales |
| 6 | La proyección exterior y la cooperación |

Y se buscó enunciar las cuestiones, orientándolas por áreas axiales de valoración de la cultura, que debían traducir en términos explícitos sus valores democráticos fundamentales y las condiciones económicas necesarias para sostenerlos, con un número de preguntas flexible y capaz de aprehender los aspectos fundamentales de cada área en cada esfera:

| | |
|---|--|
| | Innovación |
| 1 | La creación |
| | Pluralismo creativo |
| | Pluralismo ideológico |
| | Remuneración justa |
| | Pluralismo de voces |
| 2 | La producción/edición |
| | Identidad |
| | Diversidad de oferta |
| | Sostenibilidad financiera |
| 3 | La distribución/comercialización |
| | Diversidad de oferta |
| | Pluralismo de voces |
| | Sustentabilidad financiera |
| 4 | El uso y consumo de la cultura |
| | Diversidad |
| | Participación |
| | Identidad |
| 5 | Las políticas públicas y estrategias comerciales |
| | Apoyo a la diversidad y el pluralismo |
| | Apoyo a la sostenibilidad financiera |
| | Independencia de la cultura |
| 6 | La proyección exterior y la cooperación |
| | Comercio potente |
| | Diversidad intercultural |
| | Sostenibilidad económica |

b. Cuestionario [ICE 2020]

1. La creación:

01. Las corrientes y estilos innovadores pueden expresarse y buscar su público
02. La creación cultural expresa el abanico de valores ideológicos presente en la sociedad española
03. Los autores están beneficiándose de las nuevas tecnologías para aumentar su creatividad
04. Los creadores se están aprovechando de las nuevas redes para conectar con sus públicos
05. Los creadores consiguen una remuneración justa para mantener su trabajo
06. La diversidad creativa tiende a mejorar en el medio plazo (cinco años)

2. La producción/edición:

07. Los productores-editores componen un abanico plural de voces e intereses
08. Las pymes juegan un papel esencial como canteras de innovación
09. La oferta cultural refleja la diversidad de nuestra identidad cultural
10. La descentralización de la producción cultural refleja la España de las autonomías
11. Los grandes grupos culturales ofrecen un abanico plural de productos y servicios
12. Las lenguas reconocidas en el Estado español encuentran un desarrollo equilibrado en la oferta disponible
13. Las pymes de la edición/producción consiguen una remuneración suficiente para su sostenibilidad
14. Las nuevas redes permiten diversificar las fuentes financieras y aumentar la rentabilidad

15. Las nuevas redes permiten una economía sustentable para el futuro
16. La producción cultural incrementará su diversidad y rentabilidad a medio plazo (cinco años)
3. La distribución/comercialización:
 17. Las redes de distribución analógicas ofrecen una oferta suficientemente diversa
 18. Los medios de comunicación tradicionales promocionan la diversidad cultural
 19. Los medios de comunicación impulsan la creación y promoción de la cultura
 20. Los medios públicos promueven la diversidad cultural
 21. Los medios públicos impulsan la producción independiente
 22. La comercialización de los productos y servicios culturales permite una amplia capacidad de elección del usuario
 23. Las redes digitales garantizan el pluralismo de creaciones y voces a disposición de los usuarios
 24. Las redes digitales garantizan el derecho de acceso general a la cultura
 25. La distribución por todos los canales permitirá una mayor diversidad y rentabilidad a medio plazo (cinco años)
4. El uso y consumo de la cultura:
 26. Los usuarios tienen una gran libertad de elección cultural
 27. Los usuarios saben bien lo que quieren elegir
 28. Los usuarios tienen una gran diversidad de oferta disponible
 29. Los usuarios disponen de un acceso asequible a la cultura
30. Las nuevas redes permiten una gran participación de los usuarios en la creación cultural
31. Las redes digitales potencian la capacidad del boca a boca (etiquetado y recomendación) de los usuarios
32. Las redes digitales reducen drásticamente los costes de la cultura y permiten su democratización
33. Los usuarios disponen en Internet de una gran libertad de elección
34. Los usuarios pagan un precio justo por la creación cultural
35. Los usuarios pueden elegir la cultura adecuada a sus identidades culturales (nacionales, regionales, locales)
36. Los ciudadanos/consumidores incrementarán su diversidad de elección a medio plazo
5. Las políticas públicas y las estrategias comerciales:
 37. Las políticas públicas culturales estimulan la innovación creativa
 38. Las políticas públicas fortalecen el tejido industrial de la edición/producción
 39. Las políticas públicas impulsan la diversidad de oferta y de elección del usuario
 40. Las políticas públicas estimulan la sostenibilidad económica de la cultura
 41. Los poderes públicos respetan la autonomía de la cultura
 42. Las políticas públicas apoyan la transformación digital
 43. Las políticas públicas defienden la remuneración justa del autor
6. La proyección exterior y la cooperación:
 44. La cultura española ocupa el lugar que le corresponde en el mundo

45. Los intercambios comerciales con el exterior son equitativos
46. Los intercambios culturales con la U.E. son suficientes y equilibrados
47. Los intercambios culturales con América Latina responden suficientemente a los lazos lingüísticos y culturales
48. Las estrategias comerciales de los grandes grupos son acertadas para la expansión exterior
49. La proyección exterior de las pymes culturales es suficiente
50. Las políticas públicas de cooperación exterior son suficientes y efectivas
51. Las políticas públicas de cooperación incentivan el intercambio y la diversidad intercultural
52. Las políticas de cooperación promocionan la presencia de la cultura latinoamericana en España
53. Las políticas públicas de cooperación crean nuevos públicos para la cultura española
54. La cooperación y el comercio generarán una mayor diversidad a medio plazo
7. Cuestiones de actualidad:
55. La Acción Cultural española en el exterior tiene una estrategia clara y coherente
56. La imagen cultural de España en el exterior resulta acorde con su riqueza y diversidad
57. La educación artística y cultural de nuestros jóvenes contribuye a la valoración social de la cultura
58. La ficción audiovisual española se está beneficiando del nuevo clima competitivo multiplataforma y multimedia
8. Observaciones abiertas:
59. Si desea añadir algún comentario libre, especialmente en relación con el anexo de actualidad, puede hacerlo en este apartado (máximo 10 líneas)

APÉNDICE I. Resultados generales 2020





APÉNDICE II. Relación de expertos participantes en la encuesta 2020

| | |
|----------------------------------|---|
| Natalia Abuín Vences | Profesora de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Juan Miguel Aguado Terrón | Catedrático de la Universidad de Murcia (UMU). Exdirector general de Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) |
| Irene Aláez Vasconcellos | Socia de Una más Una, gestión y producción cultural |
| Luis A. Albornoz | Profesor de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Director del grupo de investigación Diversidad Audiovisual |
| Icíar Alzaga Ruiz | Catedrática de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) |
| Javier Andrés Pérez | Conservador y gestor cultural. Auxiliar de gestión de la Real Academia de España en Roma |
| José Manuel Anta Carabias | Director General de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE) |
| Estela Artacho García-Moreno | Presidenta y Directora General de la Federación de Distribuidores Cinematográficos (FEDICINE) |
| Antonio M.ª Ávila Álvarez | Director ejecutivo de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) |
| Inmaculada Ballesteros Martín | Directora del Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas |
| Sagrario Beceiro | Profesora de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) |
| Daniela Bosé | Directora General de Palacio Vistalegre de Madrid |
| Enrique Bustamante Ramírez | Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Raquel Caerols Mateo | Profesora de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Carmen Caffarel Serra | Catedrática y directora del Departamento de CC. de la Comunicación y Sociología de la Universidad Rey Juan Carlos, URJC. Exdirectora del Instituto Cervantes |
| Javier Callejo Gallego | Profesor de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) |
| Francisco Campos Freire | Profesor de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) |
| Antonio Caro Almela | Profesor Titular jubilado de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Presidente de la Red Iberoamericana de Investigadores en Publicidad (REDIPUB) |
| Concepción Cascajosa Virino | Profesora de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) |
| Manuel Chaparro Escudero | Catedrático de la Universidad de Málaga (UMA). Director de la Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión (EMA RTV). IP del Laboratorio de Comunicación y Cultura de Andalucía |
| Jesús Cimarro | Presidente de la Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza (FAETEDA) |
| Ángel Codón Ramos | <i>Narrative director & game designer</i> de Fakto Studios |
| Jorge Corrales Corrales | Director general del Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) |
| Carlos Cuadros Soto | Director general del Centro Niemeyer de Avilés |
| Manuel de Luque Tavel de Andrade | Director de la revista <i>Anuncios, Publicaciones Profesionales</i> S.L.U. |
| Idoia Fernández | Presidenta del Consorcio de Galerías de Arte Contemporáneo. Directora de la Galería NF/NIEVES FERNÁNDEZ |
| Jorge Fernández León | Director de Programas de la Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular del Ayuntamiento de Gijón |
| José Andrés Fernández Leost | Profesor de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |

| | |
|---------------------------------|--|
| Emelina Fernández Soriano | Profesora de la Universidad de Málaga (UMA). Expresidenta del Consejo Audiovisual de Andalucía |
| Tonia Fernández Trujillo | Artista visual. Directora del Centro de Creación Artística 13 ESPACIOarte. Secretaria General de la Asociación Mujeres en las Artes Visuales (MAV) |
| Héctor Fouce | Profesor de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Manuel Gago Mariño | Periodista cultural del Consello da Cultura Galega. Profesor asociado de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) |
| Nicolás García | Productor Ejecutivo de Catorce Comunicación S.L. |
| Juan Antonio García Galindo | Catedrático de la Universidad de Málaga (UMA) |
| M.ª Trinidad García Leiva | Profesora de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) |
| Belén Gil Jiménez | Socia de Una más Una, gestión y producción cultural |
| Alfredo González-Barros Camba | Profesor universitario. <i>Game design instructor</i> de la Universidad CEU San Pablo y del TecnoCampus |
| Rafael González Alvarado | Artista plástico |
| Francisco González Fernández | Director de adfphoto.com |
| Paloma González Rubio | Escritora |
| Ana García D'ATRI | Editora |
| Stéphane M. Grueso | Cineasta documental |
| Eduardo Guillot Hevia | Director Artístico del festival Mostra de València-Cinema del Mediterrani |
| María Lamuedra Graván | Profesora de la Universidad de Sevilla (US) |
| Susana Lanas | Directora de la plataforma digital TIMELESS. Fotógrafa |
| Tísca Lara | Directora de Comunicación y Marketing de la Escuela de Organización Industrial (EOI) |
| Margarita Ledo Andión | Catedrática de la Universidad Santiago de Compostela (USC). Cineasta |
| Donald B. Lehn | Director de la Escuela de Circo Carampa |
| Xosé López | Profesor y director del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) |
| Tecla Lumbrales Krauel | Vicerrectora de Cultura de la Universidad de Málaga (UMA) |
| Eduardo Madinaveitia Foronda | Strategy Services de Zenith España |
| Tomás Mallo Gutiérrez | Jefe del Área de Estudios y Análisis de la Fundación Carolina |
| Juan Luis Manfredi Sánchez | Profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) |
| Juan Margallo | Actor, director y autor de teatro |
| Judith Martín Prieto | Periodista. Subdirectora del programa <i>Aquí la tierra</i> de TVE |
| Alfons Martinell | Profesor emérito de la Universidad de Girona. Director honorífico de la Cátedra Unesco Políticas Culturales y Cooperación |
| Inmaculada J. Martínez Martínez | Profesora de la Universidad de Murcia, UMU |
| Javier Marzal Felici | Catedrático y director del Departamento de CC. de la Comunicación de la Universidad Jaume I (UJI) |
| Sonia Megías López | Compositora freelance |
| Andrés Mérida Guzmán | Artista plástico |
| Arancha Mielgo Álvarez | Profesora y directora del grado en Marketing de la Universidad CEU San Pablo |
| Francesca Minguella Rubió | Presidenta de honor de la asociación Cultura y Alianzas |
| Fernando Montañés García | Profesor de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y de la Universidad Nebrija. Asesor de comunicación |

| | |
|-----------------------------|--|
| Enrique Morales Corral | Profesor de U-TAD, Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital |
| Robert Muro Abad | Director de ELMURO, Consultoría y Gestión Cultural. Secretario General de la Academia de las Artes Escénicas de España |
| Carlota Navarrete Barreiro | Directora General de La Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos (LA COALICIÓN) |
| Carlos Navia Atienza | Administrador y Fundador de DIGITAL CORNUCOPIA S.L. |
| Trinidad Núñez Domínguez | Profesora de la Universidad de Sevilla (US) |
| Charo Otegui Pascual | Profesora de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Manuel Palacio Arranz | Catedrático de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) |
| José Ignacio Pastor Pérez | Presidente de la Associació Ciutadania i Comunicació (ACICOM) |
| Carmen Peñafiel Saiz | Acreditada Catedrática del departamento de Periodismo de la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) |
| Rosa Pérez Vicente | Periodista cultural. Directora y presentadora de <i>Fluido Rosa</i> en RNE |
| Marta Pérez Ibáñez | Presidenta del Instituto de Arte Contemporáneo (IAC) |
| Javier Pividal García | Artista. Gestión de proyectos editoriales en el estudio de diseño Underbau y de proyectos artísticos en Ogami Press |
| Emili Prado | Catedrático de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) |
| Juan Raigada Fernández | Director Creativo de Aheartfulogames S.L., desarrollo de videojuegos |
| Diana Raznovich | Dramaturga y autora de libros de humor gráfico |
| Antonio Resines | Actor |
| Francisco Reyes Sánchez | Profesor de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Director del programa <i>Ritmo Urbano</i> (La 2 de TVE) |
| Manuel Rico Rego | Escritor y crítico literario. Presidente Asociación Colegial de Escritores (ACE) |
| Pilar Rius Fortea | Presidenta de la Asociación Mujeres en la Música |
| Estefanía Rodero Sanz | Socióloga de la Cultura. Fundación CEPAIM |
| Santiago Rodríguez Bedate | Productor de videojuegos en Aheartfulogames S.L., Desarrollo de videojuegos |
| Joan Roig Prats | Fotógrafo. Asesor de la Asociación Fotógrafos Profesionales de España (AFPE) |
| Juan Arturo Rubio Aróstegui | Profesor y director de la Escuela de Doctorado de la Universidad Antonio de Nebrija |
| Álex Ruiz-Pastor | Director de escena |
| Carlos Sánchez Laso | Socio fundador de Conocer al Autor, plataforma de promoción y difusión de la creación |
| Alfonso Sánchez Izquierdo | Director General de la Corporación de Radio Televisión de Galicia (CRTVG) |
| Marta Sanz Pastor | Escritora |
| Antonio Saura Medrano | Director General de Latido Films |
| Adolfo Serra | Ilustrador |
| Alba Silva Rodríguez | Profesora de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) |
| Begoña Soto Vázquez | Miembro del Comité Coordinador de la Unión de Cineastas. Residente de la Real Academia de España en Roma |
| David Torrejón Lechón | Director General Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (La FEDE). Secretario General de la Academia de la Publicidad. Escritor |
| Rosa Torres-Pardo | Pianista |
| Hipólito Vivar Zurita | Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) |
| Ramón Zallo Elguezabal | Catedrático emérito de la Universidad País Vasco, UPV-EHU |

ENCUESTA COMPLEMENTARIA [JULIO 2020]: LA CULTURA FRENTE A LA CRISIS SANITARIA

INTRODUCCIÓN: LA COVID-19, UNA PANDEMIA TAMBIÉN CULTURAL

Más de la mitad de los encuestados a inicios de 2019 han respondido a nuestra encuesta complementaria sobre los efectos del virus sobre la/s cultura/s españolas. Su contraste con la encuesta regular de 2020 demuestra el notable impacto económico y simbólico de la pandemia sobre los agentes culturales y sobre sus opiniones anteriores.

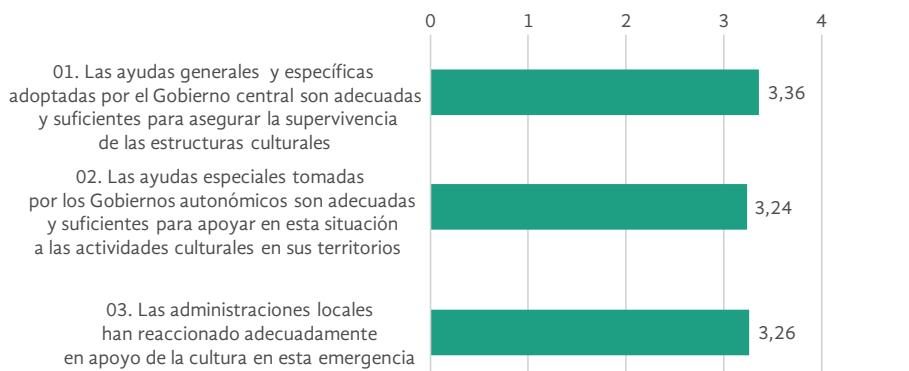
Los resultados del sondeo realizado sobre los efectos de la epidemia vírica y las medidas y acciones adoptadas para paliar sus consecuencias muestran en primer lugar la traumática experiencia vivida por las actividades culturales en España durante esos cien días de cuarentena, y el desengaño profundo de los agentes culturales ante la (escasa) rapidez y eficacia de la reacción de las autoridades a los tres niveles estatales, Gobierno central, gobiernos autonómicos y entidades locales. En cambio, las valoraciones de la segunda parte de la encuesta, sobre las herramientas prioritaria-

rias para una política pública integral de recuperación inmediata, dan altas puntuaciones a instrumentos que la tradición española en este terreno ha utilizado poco o de forma poco coherente y sistemática, con una claridad y consenso altamente reseñable.

I. AYUDAS DE EMERGENCIA: SUFICIENCIA Y ADECUACIÓN

- La reacción del Gobierno central, en ayudas “adecuadas y suficientes” para asegurar la supervivencia de las estructuras culturales, es puntuada con un suspenso claro, un 3,36 sobre 10.
- En los mismos términos, las medidas de las CC. AA. en el ejercicio de sus competencias amplias en cultura son valoradas todavía peor: un 3,24.
- Las administraciones locales, tan importantes en el gasto público cultural general, son asimismo puntuadas con un 3,26, inapreciablemente mejor que sus autoridades autonómicas.

LA REACCIÓN DEL ESTADO ESPAÑOL



Parece evidente el descontento general sobre la prontitud y suficiencia de las acciones estatales, a todos sus niveles, frente a las duras repercusiones económicas y sociales que la epidemia ocasionó sobre la cultura, mucho más fuertes que en otros muchos sectores económicos.

Las medidas más importantes adoptadas por estas administraciones públicas para apoyar a la cultura en circunstancias tan adversas son consideradas de forma general por los agentes culturales como insuficientes en su naturaleza o en su monto:

- Las peor puntuadas son las prestaciones generales y excepcionales al desempleo (2,96) en su respuesta a la singularidad del trabajo artístico; o la reducción del IVA *online* para algunas actividades culturales (prensa, libro) como “suficiente” (2,96).
- Con ligeras valoraciones mejores aparecen las otras medidas adoptadas: de mejor a peor, la contemplación de la mayor penalización de la mujer (3,68), el tratamiento fiscal a la cultura (3,02), el relanzamiento del consumo cultural *online* (3,28), las ayudas a su financia-

ción (3,04), los ERTE y las ayudas al desempleo (3,12).

II. RELANZAMIENTO: HERRAMIENTAS INMEDIATAS

El resultado de las nueve cuestiones restantes sobre las bases y herramientas esenciales para atender al necesario plan de relanzamiento que precisa la cultura, no solo para recuperar su pulso económico y social, sino sobre todo para conseguir un estatus sostenible en el que dinámicas de mercado y políticas públicas, reciben calificaciones elevadas dentro del notable, pero con matices que revelan las concepciones de los agentes culturales:

- En el top de notas atribuidas, figuran: la reducción general del IVA cultural (8,74); una nueva normativa más favorable para el mecenazgo (7,84); el desarrollo legal del estatuto del artista (8,62). Todos ellos casi con sobresaliente y con gran unanimidad.
- Con notable alto, se incluyen: un apoyo financiero especial a las pymes (7,78); un plan de apoyo a la igualdad de género

EFICACIA DE LAS AYUDAS DE EMERGENCIA ADOPTADAS



PLAN DE RELANZAMIENTO. DEBERÍA BASARSE EN



en el empleo (7,8); un aumento sustancial del gasto público en cultura (7,76); promoción y subvención de los usuarios culturales (7,64); impuestos especiales y regulación de la cultura en las grandes plataformas (7,6); el reforzamiento de la comercialización digital (7,34).

Aunque estas herramientas no agotan ciertamente el arsenal de útiles básicos para una política cultural sistemática para el porvenir inmediato, que deberán combinarse según objetivos y necesidades de los diferentes sectores, constituyen sin duda su base fundamental. Y la percepción de los agentes culturales sobre su utilidad permite ya un primer acercamiento a su análisis.

Por lo demás, esta encuesta complementaria resulta altamente ilustrativa de las frustraciones y esperanzas del mundo cultural español en tiempos de crisis vírica. Decepción por la lenta y deficiente reacción de los gobiernos ante la gravedad de la crisis inducida en la cultura, y por consiguiente sobre el secundario papel social y democrático mismo que la política española atribuye realmente a esta faceta esencial de nuestra vida social. Y, paralelamente, conciencia colectiva sobre la insustituible acción pública en este campo para recuperar el tejido social y económico perdido, y alto consenso general sobre las vías para una política coherente y sostenida capaz de construir una cultura sostenible.

CONSEJO ASESOR

Enrique Bustamante

Milagros del Corral

Patricia Corredor

Jorge Fernández León

Héctor Fouce

Gloria G. Durán

Francisco Gallego

Alberto García Ferrer

Rubén Gutiérrez

Concha Jerez

Alfons Martinell

Manuel Palacio

Jesús Prieto

Pere Portabella

Arturo Rubio

Fernando Rueda

Nicolás Sartorius

David Torrejón

Fernando Vicario

Hipólito Vivar

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Irene Aláez

Licenciada en Derecho. Diploma de Estudios Avanzados en Derecho de la Cultura por la Universidad Carlos III de Madrid y formación específica de Gestión de Fundaciones e Instituciones Artísticas y Culturales. Ha trabajado en diferentes instituciones de gestión pública y privada. Hasta diciembre de 2010 ejerció de subdirectora del Absolut Lab, espacio dedicado a la creatividad mediante las técnicas más innovadoras de la producción digital. Desde 2011 compagina su labor profesional en una más una con la investigación cultural y la docencia en diferentes másteres y posgrados de Gestión y Cooperación Cultural.

Inma Ballesteros

Directora del Observatorio de Comunicación y Cultura de la Fundación Alternativas. Doctora con mención de doctor europeo en Historia del Arte, European Diploma in Cultural Project Management y máster en Derecho de la Unión Europea. Cuenta con una amplia experiencia en el sector cultural desarrollada en países como España, Italia, Perú, Guatemala y Nicaragua. Es consultora experta en cooperación cultural y elabora propuestas para el desarrollo de políticas públicas en materia de cultura y comunicación. Ha sido directora del Centro Cultural de España en Guatemala y del Centro Cultural de España en Nicaragua, y docente en programas de posgrado en Europa y Latinoamérica.

Enrique Bustamante

Catedrático Emérito de Comunicación en la Universidad Complutense, y presidente de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC). Ha sido Catedrático Unesco (Universidades de Grenoble y Lyon), secretario general y vicerrector de la UIMP y fundador y director de la revista *Telos* (1985-2017). Ha publicado numerosas obras y artículos, especialmente sobre las industrias culturales y la televisión. Fundador y consejero del OCC de la Fundación Alternativas, donde ha coordinado sus Informes de Cultura de 2011, 2014, 2016, 2017, 2018 y 2019.

Raquel Caerols Mateo

Acreditada como profesora titular de universidad por la Aneca y con un sexenio de investigación. Doctora en Creatividad Aplicada por la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), con la calificación de sobresaliente *cum laude*. Profesora adjunta en la Facultad de Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria, en el área de creatividad y artes visuales. Además, ha participado como ponente en congresos internacionales como el Computer Art en México DF, o el VI Congreso de Lúdica y Pedagogía. Por un nuevo aprender, organizado por la Fundación Tecnológica de Madrid celebrado en Cartagena de Indias (Colombia). Cuenta con diversos artículos en prestigiosas publicaciones como

Revista de Artes Plásticas, Estética, Diseño e Imagen, Bellas Artes (Universidad de La Laguna), *Trípodos*, así como en la Editorial Fragua, o en el Festival Internacional de Televisión sobre Vida y Ecología Urbanas.

Concepción Cascajosa

Profesora titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, donde es integrante del grupo de investigación TECMERIN y dirige del Máster en Guion en Cine y TV con ALMA Guionistas. Es autora o editora de nueve libros sobre ficción televisiva e historia de los medios audiovisuales. Su actual línea de trabajo es el cambio en el modelo de producción de ficción en España con la llegada de los servicios de vídeo bajo demanda.

Patricia Corredor Lanas

Doctora en Ciencias de la Información y profesora de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) desde 2000. Anteriormente, ha sido profesora asociada de la Universidad Complutense y de la Universidad Pontificia de Comillas ICADE. Como periodista especializada en comunicación, ha sido directora de contenidos de la edición digital de *Anuncios*, semanario de publicidad y marketing, redactora jefe de *Interactiva*, revista de comunicación digital, y redactora en otras publicaciones especializadas. Es directora y ponente habitual en másteres y otros cursos de posgrado en diferentes instituciones.

Jorge Fernández León

Licenciado en Filología Inglesa. Máster en Investigación Cultural. Empleado de la Fundación Municipal de Cultura de Gijón y su primer director. Ha sido director de Comunicación del Ayuntamiento de Gijón, director de Presidencia y viceconsejero de Cultura del Gobierno de Asturias. Es autor del libro *Nuevos Centros Culturales para el siglo XXI en España* (2010).

Recientemente ha coordinado el monográfico sobre políticas culturales locales para la revista *Periférica* (2020).

Diego López Garrido

Vicepresidente ejecutivo de la Fundación Alternativas. Preside el Consejo de Asuntos Europeos de la Fundación. Es economista, catedrático en Derecho Constitucional y letrado de las Cortes. Ha sido secretario de Estado para la Unión Europea desde abril de 2008 hasta diciembre de 2011, y coordinó la presidencia española de la Unión Europea de 2010. Fue portavoz del Grupo Socialista en el Congreso (2006-2008) y diputado durante seis legislaturas. Perteneció a la convención que elaboró el Tratado Constitucional Europeo, antecedente del vigente Tratado de Lisboa, en representación de las Cortes Generales (2002-2003). Es autor de numerosos libros sobre derechos humanos, economía, política, historia contemporánea y derecho europeo y colaborador habitual del diario *El País*.

Juan Luis Manfredi

Profesor titular de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha. Es el investigador principal del proyecto “Comunicación pública, transparencia, rendición de cuentas y participación en los gobiernos locales” (CSO2013-46997-R). Ha dirigido “Media Pluralism Monitor in Spain 2015”, proyecto del Instituto Europeo de Florencia para medir el pluralismo y la diversidad de los medios y las empresas periodísticas. Es miembro del consejo editorial de *Esglobal.com*, revista de referencia del periodismo internacional en español. Ha sido finalista del Premio Citi Journalistic Excellence Award 2015 en España.

Alfons Martinell Sempere

Es profesor jubilado y director honorífico de la Cátedra Unesco de Políticas Culturales y Coo-

peración de la Universidad de Girona. Fue director general de Relaciones Culturales y Científicas de la Agencia Española de Cooperación Internacional. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de España (2004-2008). Presidente y fundador del Observatorio Interarts (1995-2004). Fundador y miembro del Laboratorio de Investigación e innovación en Cultura y Desarrollo con sede en Colombia y España. Experto en el campo de la formación de gestores culturales, cooperación cultural y desarrollo, y políticas culturales. Tiene publicados diferentes libros, artículos y trabajos en el campo de gestión cultural, políticas culturales, cultura y desarrollo, y cooperación cultural internacional.

Mariano Martín Zamorano

Doctor en Gestión de la Cultura y el Patrimonio por la Universidad de Barcelona. Está especializado en las políticas culturales públicas a nivel nacional e internacional. Posee diversas publicaciones en revistas científicas evaluadas por pares, libros y capítulos de libros. Ha sido profesor visitante en la Universidad Estatal de Ohio (2012), profesor asociado en la Universidad de Barcelona (2017), y actualmente imparte docencia en la Universitat Oberta de Catalunya y la Universidad de Barcelona (junto con la OIT y Unesco). Desde 2010, es miembro del Centro de Estudios de Cultura, Política y Sociedad.

José Andrés Fernández Leost

Doctor en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid. Fue responsable de Investigación y Publicaciones de la Fun-

dación Atman para el diálogo entre culturas entre 2005 y 2007. Desde 2008 trabaja en la Fundación Carolina del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Asimismo, es profesor de Teoría Política en la Universidad Complutense de Madrid.

Juan Arturo Rubio Arostegui

Doctor en Ciencias Políticas y Sociología. Actualmente es director de Escuela de Doctorado de la Universidad Nebrija. Es autor de más de cuarenta publicaciones en libros, capítulos de libros y artículos en revistas y editoriales nacionales e internacionales. Es miembro del Consejo de Comunicación y Cultura de la Fundación Alternativas y vocal del Comité de Sociología de las Artes y la Cultura (Federación Española de Sociología).

María Ángeles Querol

Catedrática emérita de Prehistoria en la Universidad Complutense de Madrid. Entre otros cargos, ha sido subdirectora general de Arqueología del Ministerio de Cultura, presidenta de la Asociación Profesional de Arqueólogos/as de España, presidenta de la Comisión Andaluza de Arqueología y coordinadora del clúster de Patrimonio Cultural en el Campus de Excelencia Moncloa. Entre sus publicaciones se cuentan el *Manual de gestión del patrimonio cultural*, *La mujer en “el origen del hombre”* o *La gestión del patrimonio arqueológico en España*. Ha recibido el premio European Heritage de la Asociación Europea de Arqueólogos, en 2015, y la medalla de oro al mérito en las Bellas Artes 2019, del Ministerio de Cultura.

El *Informe sobre el estado de la cultura en España* es una publicación del Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas que realiza un seguimiento sistemático de la realidad cultural en nuestro país. Desde 2011 se han llevado a cabo seis ediciones, que han permitido poner el foco en distintos aspectos y problemáticas.

En esta edición, dedicamos la primera parte a la acción cultural exterior de España, identificando actores, políticas y principales logros. Además, realizamos una evaluación y una serie de propuestas de cara a aumentar la eficacia y eficiencia, teniendo en cuenta además los efectos de la COVID-19 en los modelos tradicionales.

Como hemos sostenido en las anteriores ediciones del ICE, la cultura es un pilar de los objetivos del desarrollo sostenible de la Agenda 2030 que, sin ella como herramienta y como perspectiva transversal de todas las políticas, está condenada a fracasar. En esa línea, planteamos la segunda parte de esta edición, abordando cuestiones fundamentales como el desarrollo y la cooperación territorial, la sostenibilidad del patrimonio cultural y la educación artística, así como el crecimiento de la industria audiovisual.



AC/E
Acción Cultural
Española

