

L'arme de la culture: les stratégies de la diplomatie culturelle non gouvernementale

Paris: L'Harmattan, cop. 2007. 264 p.

1. Canvis internacionals i mundialització

1.1. L'organitzador de gires i la diplomàcia. Un vector individual d'intercanvis culturals internacionals (Alain Dubosclard)

Històricament l'Estat francès ha comprès l'exportació de les arts escèniques com un fet susceptible de servir a la causa de l'enfortiment de la imatge de la nació. L'empresari de l'espectacle en viu, doncs, es dibuixava com un servent del qual calia ocupar-se'n, una peça mestra que prenia riscos per maximitzar beneficis buscant els clients fora fins i tot de les fronteres nacionals, provocant unes externalitats importants per a la nació.

Amb el context actual globalitzat de liberalització mercantil, i ja amb menys suport de l'estat que abans, el panorama professional dels organitzadors de gires va canviant i progressivament aquests van perdent terreny amb les noves tecnologies que permeten contactes professionals més ràpids prescindint de vegades dels intermediaris. Igualment amb aquest marc actual, els poders públics, encara que cada cop són més conscients del benefici d'aprofitar la força creativa de la nació per a la diplomàcia cultural, no disposen de la capacitat per mantenir una estructura potent internacional d'arts escèniques nacionals.

L'ampla distància entre el que l'estat busca en les relacions culturals internacionals i el que l'empresari actualment treballa a l'escena global, pot mitigar-se amb una nova perspectiva; hi podria haver una simbiosi profitosa per als dos participants, nomenant aquest empresari de les arts en viu com un col·laborador expert i competent amb contactes amplis i bones relacions internacionals, com si es tractés d'un diplomàtic cultural extraoficial. La recerca de punts en comú amb els quals cooperar és el treball que quedaria per fer.

Amb un repàs històric dels professionals més rellevants d'aquest ofici majoritàriament oblidat per l'extensa bibliografia, l'autor tracta de revalorar el rol històric dels agents d'arts escèniques, i insuflar nova vida col·locant-los com a peces importants per desenvolupar una diplomàcia cultural més eficaç en el context actual.

1.2. Diplomàcia cultural i els imperatius museològics. El cas d'«Arts de Corea» al Metropolitan Museum of Arts (Aude Albigès)

Aquest article mira d'analitzar el paper de les institucions culturals en els afers internacionals d'un país com els EUA, i com interaccionen les nacions estrangeres amb aquestes organitzacions no governamentals. El govern dels EUA concep l'activitat museística com un afer privat, i es limita a garantir l'activitat lliure i a crear un ambient favorable a la seva existència mitjançant unes polítiques fiscals favorables. L'esforç diplomàtic dels EUA en matèria de diplomàcia cultural, segons l'autor, es concentra fonamentalment en la defensa dels interessos de les empreses nord-americanes a l'estranger, sense adonar-se dels importants ponts de comunicació que s'estableixen gràcies a l'esforç d'organitzacions com el Metropolitan Museum of Arts de Nova York.

Aquest museu es col·loca com un dels agents més importants en els intercanvis culturals internacionals de l'Amèrica del Nord, i pot ser catalogat com el primer museu tant per la riquesa de la seva col·lecció, com per l'entrada de públic. El Metropolitan Museum of Arts és una organització independent i de caràcter no lucratiu, allunyada d'influències governamentals i, gràcies a la seva estratègia de diversificació de fons de finançament, també distanciada d'altres possibles dependències. Té com a finalitats la conservació, la investigació, la difusió i la formació de la seva col·lecció i la cultura en general. Però paral·lelament, en el desenvolupament de la seva activitat internacional l'organització inter-

acciona activament amb diferents actors estrangers, la qual cosa li confereix un nou rol no buscat dins l'àmbit de les relacions diplomàtiques que provoca uns resultats de repercussions nacionals i internacionals importants.

Dintre de les estratègies per constituir un museu important, un dels camps amb què s'especialitzà el museu en els seus inicis va ser l'Orient llunyà. L'exposició «Arts de Corea» es va concebre gràcies a aquest interès històric del museu i també als gestors culturals de Corea del Sud, que van veure en aquest interès una oportunitat única per potenciar la visió de la seva cultura a escala mundial.

L'èxit del projecte va estar propiciat per la forta implicació del govern de Corea del Sud, atent a la repercussió que podia tenir l'esdeveniment a escala mundial per projectar una imatge de Corea com una regió desenvolupada econòmicament i motor del creixement demogràfic i econòmic asiàtic, on la cultura s'imposa per la seva especificitat. També va facilitar l'èxit la implicació del sector privat, com la Fundació Samsung, orgullosa de poder vincular la seva marca amb el projecte, i finalment, el *bon savoir faire* dels professionals del museu, que a més a més d'aconseguir un gran èxit que els apropava més a la seva finalitat, van establir vincles de confiança amb una nació d'importància estratègica mundial, com si fossin uns diplomàtics culturals a càrrec del govern.

Aquesta anàlisi del cas de l'exposició «Arts de Corea» demostra el pes que un agent cultural no governamental pot tenir en les estratègies diplomàtiques internacionals, i el cost d'oportunitat que representa que la diplomàcia pública d'un país no ho valori com un recurs diplomàtic de primer ordre.

1.3. Els tractants de la cultura. De la professionalització a la confrontació dels coneixements tècnics (Brigitte Rémer)

El *procés de Bologna* és el nom que rep el canvi que actualment els països de la Unió Europea estan tractant d'acoblar als sistemes universitaris propis per tal de promoure l'intercanvi i la mobilitat entre els professionals d'arreu d'Europa, i així aconseguir més alts nivells d'excel·lència. Brigitte Rémer entén la necessitat d'aquest canvi en el sistema formatiu europeu com una fase que segueix el procés de mundialització en el qual tots estem immersos.

La cultura, entesa com una característica social que cohesionava tota una nació, té un rol important en tot aquest procés, abanderant la lluita contra la uniformitat cultural que la globalització pot comportar. Amb aquesta nova dimensió de la cultura, la formació dels professionals de la cultura (gestors culturals, polítics culturals, administradors culturals...) esdevé una prioritat destacada per tal de garantir aquesta diversitat i la creativitat que genera. És un benefici mundial i no tan sols per a la cultura que no és

absorbida per la *supracultura* global, ja que la diversitat cultural genera més grans nivells de creativitat.

La diplomàcia cultural en l'àmbit formatiu (la formació d'estudiants estrangers) històricament ha servit per aconseguir les simpaties dels futurs líders culturals que estudiaven en el país, influint positivament en futures decisions internacionals importants. Ara la formació d'aquests estudiants estrangers en diplomàcia cultural adquireix una dimensió no tractada fins ara, i es concep com una responsabilitat global en la qual s'ha de propiciar els mitjans (formatius en aquest cas) perquè cada cultura pugui sobreviure al procés mundialitzador mitjançant la pròpia revaloració de la cultura i garantir així la diversitat que a tots ens interessa.

2. Política i ideologia

2.1. Dos capitals diplomàtics: Budapest i Praga. La continuïtat històrica i els nous missatges (Catherine Horel)

Budapest, capital d'Hongria, i Praga, capital de la República Txeca, comparteixen importància i un passat històric impressionat. Des del final de la primera gran guerra, les dues ciutats han sofert nombrosos canvis que han marcat per sempre el caràcter dels seus ciutadans. Els amplis trossos d'èpoques imperials passades, molt malmesos en la segona gran guerra i menysvalorats en èpoques comunistes no tan llunyanes, ara recobren importància en la nova funció de representativitat diplomàtica del país. Però, tal i com descriu l'article, ambdues capitals comparteixen un fort sentiment municipal que les distancia del país en el qual s'integren.

L'anàlisi d'aquestes dues ciutats tan particulars, tant des del punt de vista històric, com pel que fa als diferents papers representats en les relacions internacionals, serveix per posar sobre la taula la importància que pot tenir la diplomàcia cultural a escala municipal, àmbit desconegut en la literatura sobre la matèria i que aquests dos exemples reclamen en el nou context europeu.

2.2. Els reptes diplomàtics del Festival de Salzburg (Amélie Charnay)

El 1920 es va fer la primera edició del Festival de Salzburg en el difícil període entre guerres. Pas a pas el Festival va anar adquirint una audiència inesperada i un fort reconeixement internacional, i consegüentment va començar a ser l'objecte dels interessos diplomàtics entre països. Les primeres passes d'aquest Festival van venir per l'interès de persones amants de la música que intentaven convèncer el govern austríac que el Festival seria profitós en termes econòmics. Cinc anys després el Festival ja gaudia d'un reconeixement

internacional considerable i era un dels esdeveniments més importants per a les classes altes dels països veïns, envoltat d'una atmosfera *snob*. A partir del 1933, el Festival va començar a rebre les pressions de l'Alemanya nazi, i es va radicalitzar la seva oposició a aquesta forma política. Finalment al 1938 les tropes nazis van entrar a Salzburg, i el Festival, encara que va continuar viu, es va constituir com una vitrina dedicada a l'expansió de l'ideari germanòfil hitleria.

Després de l'alliberament de la ciutat per part dels americans el 1945, va canviar d'objectius polítics i va adquirir un doble sentit simbòlic: com a símbol de la reconstrucció d'Àustria i, a la vegada, com a instrument de la política estrangera americana que s'accentuava a mesura que s'incrementava la tensió envers la potència comunista. Finalment la història tornà a fer un salt amb el tractat d'estat que es va signar el 1955 entre les quatre potències que continuaven ocupant el territori per tal d'aconseguir la plena autonomia del país, i el Festival va adquirir el rol de reconstruir una identitat nacional fonamentada en una especificitat cultural on la música és predominant.

Aquesta anàlisi històrica d'un festival geogràficament tan estratègic com el de Salzburg demostra com n'és d'impressionant la mostra que s'estudia pel fet que constitueix un reflex fidel de la història viscuda durant tots aquests anys, i també com els objectius diplomàtics han anat utilitzant la cultura com una eina important per a la consecució d'objectius capitals. Actualment, el Festival encara conserva el seu rol polític, en què s'accentuen les tensions en la ciutat i en el país després del triomf de l'extrema dreta.

2.3. La CIA i el MOMA (Georges Armaos)

Cap a mitjan segle passat, sota un ambient polític hostil a les teories de McCarthy en les esferes de les avantguardes artístiques americanes, alts càrrecs de la CIA van definir una estratègia a llarg termini consistent a promoure la difusió de l'alta cultura nord-americana (d'ideologia afí) a l'estranger utilitzant els fons secrets del govern, és a dir, construint una diplomàcia cultural tal i com altres potències feien feia temps (França, Gran Bretanya, Alemanya). La cultura, doncs, seria utilitzada de la mateixa manera que altres formes de diplomàcia per tal «d'implicar el món contra la contaminació comunista i facilitar el reconeixement dels interessos de la política estrangera nord-americana».

En aquesta època anticomunista dins i fora de les fronteres nord-americanes, la instrumentalització del MOMA per part de la CIA pren forma (igual que amb altres organitzacions culturals d'arreu del país amb activitat internacional) amb la inclusió de missatges proamericans sobretot en les exposicions que s'exporten a l'estranger, però això sí, amb unes maneres força ocultes per tal de no contradir els ideals i els valors nacionals que garanteixen la separació dels afers culturals i l'Estat.

La diplomàcia cultural, entesa en aquest ambient, és una arma eficaç que ha de ser controlada per tal d'aconseguir els objectius internacionals marcats. L'autor presenta nombroses proves que demostren la forta vinculació de la institució a l'Estat, i la veritable dificultat per posar fre a la instrumentalització de la cultura.

2.4. Paisatges després de l'11 de setembre. Els nous desafiaments de la diplomàcia cultural nord-americana (Jeanne Bouhey)

Segons la mentalitat nord-americana, les iniciatives individuals han de completar les carències de l'Estat. Aquesta mentalitat caracteritza el seu sistema cultural propiciant la multiplicitat d'actors i la prioritització de la iniciativa privada. Però al llarg de la seva història, la intervenció estatal en matèria cultural ha existit activament i ha anat sofrint canvis d'intensitat a mesura que la diplomàcia cultural ha estat requerida com a arma de defensa pels interessos nacionals.

La forta presència del sector privat als EUA tendeix a conformar una política cultural de la «nació», que és molt diferent d'una política cultural «nacional». Implica una diferenciació en el concepte de diplomàcia cultural on cultura de la nació és concebuda com la facilitació dels intercanvis del sector cultural i educatiu amb la finalitat de promoure la comprensió i el diàleg entre els pobles. I, per l'altra banda, la cultura nacional pot considerar-se com una part de la diplomàcia pública, que tot i adreçar-se als individus i no als governs estrangers, segueix un programa pensat i produït pel govern.

La coexistència intermitent entre aquestes dues concepcions de la política cultural afecta a la diplomàcia i provoca problemes importants com la manca de coherència i de coordinació entre els diferents projectes culturals internacionals engegats, i altres com la manca de seguretat sobre si tots els camps de la diplomàcia seran coberts, o una eventual cacofonia en el missatge transmès, o l'acció massa modesta de les iniciatives privades, o la manca d'experts professionals en diplomàcia cultural en el govern, o l'excés de confiança dipositada en els mercats culturals i les seves regles de distribució. Igualment té avantatges respecte d'altres models de diplomàcia cultural: la flexibilitat a l'hora d'acceptar nous actors culturals internacionals, la responsabilització dels actors culturals en la defensa dels objectius de la diplomàcia, i l'aconseguint d'uns missatges més subtils i convincents que si provinguessin directament del govern.

Aquesta escena posa de relleu el problema de fons entre dos models d'organització en qualsevol àmbit, el model multipolar i els seus problemes coordinatius, i el model centralista amb la seva pèrdua de diversitat. L'article examina els canvis de la diplomàcia cultural nord-americana

en el context posterior als esdeveniments produïts l'11 de setembre de 2001 presentant l'especificitat del sistema nord-americà fortament marcat per les accions del sector privat, i planteja les possibles noves estratègies mundials, com per exemple la focalització en el món àrab.

3. Indústries culturals i estratègies

3.1. El nou rol en la diplomàcia informal de les institucions culturals (Fabrice Serodes)

L'article comença repassant la història de la diplomàcia quan aquesta fa referència a aspectes culturals, arribant a l'època en què la majoria d'autors pensen que va néixer l'actual diplomàcia cultural amb el significat modern, l'època de la Guerra Freda. La definició escollida és la de Joseph Nye; el *soft power* és la capacitat d'un estat d'aconseguir els seus objectius, no mitjançant amenaces o recompenses sinó a través dels atractius de les polítiques, els ideals i la cultura del país. I la diplomàcia cultural seria una part d'aquest *soft power*, concretament la que utilitza solament els elements culturals per aconseguir els objectius. Amb un fort estudi contextual i l'anàlisi d'exemples, l'estudi planteja un panorama contemporani per a la diplomàcia cultural molt desequilibrat on cada país està definint una forma d'afrontar els afers exteriors d'una manera singular, segons els seus propis interessos.

Les institucions culturals dins d'aquests estats, gràcies a les seves noves capacitats per actuar en regions estrangeres, adquireixen un nou interès per als governs dels seus propis països, tractant d'elaborar estratègies que les impliquin d'alguna manera. Al contrari, les institucions culturals en certes ocasions també han estat l'incentiu de canvis en polítiques estatals en afers exteriors, ja que la majoria d'aquestes institucions mantenen un posicionament polític que també inclou la política exterior.

En l'era de la mundialització, les institucions culturals encara obtenen més pes, constitueixen una xarxa alternativa d'intercanvis a un altre nivell que les estatals, i permeten comunicacions que no segueixen les regles de les polítiques internacionals. Els fòrums interculturals en els festivals *altermundistes* són una prova de la realitat d'aquest fet, on es dona veu i pes a regions oblidades, organitzacions no governamentals i institucions culturals que volen construir perspectives diferents dels problemes mundials.

Aquest sentiment d'esperit internacionalista ja no sols queda inscrit en l'àmbit diplomàtic tradicional de les elits, sinó que està arribant a tota la població amb la complexitat i la riquesa que això representa, i presenta un panorama alternatiu a l'entesa entre cultures en problemes històrics que rau en enquistats en l'àmbit polític, com és el cas del

problema basc o el català. El potencial que presenta aquest article és impressionant. La cultura, la població, gràcies a les noves eines de comunicació cultural, poden ser alliberades de la instrumentalització de l'estat, i constituir-se com una plataforma amb les seves pròpies regles.

3.2. El festival de cinema. Indústria mundial, activitat local de comunicació política? (Xavier Carpentier-Tanguy i Véronique Charléty)

El 1951 es va inaugurar l'Internationale Filmfestspiele de Berlín gràcies a l'aliança entre les tres potències occidentals que ocupaven part de la ciutat. Va néixer ja amb clares finalitats diplomàtiques i encetava el camí de la utilització del cinema com una arma cultural. El cinema és un instrument importantíssim de la diplomàcia cultural perquè, per una banda, permet demostrar la capacitat creativa d'un país i, per l'altra, serveix per establir vincles amb altres països. El govern dels Estats Units de seguida va saber com utilitzar aquesta arma, i ja el 1942 Hollywood estava produint pel·lícules d'inspiració directament governamental. El cinema, amb una capacitat tremenda per influenciar en l'imaginari col·lectiu és (i era) capaç de forjar i modificar la imatge d'un país, tant la que es projecta a l'exterior, com la que es queda a l'interior. Els festivals de cinema són llavors la plataforma de connexió entre aquests receptacles de l'ànima de cada nació.

A l'obertura del Festival de Canes del 2003 hi van assistir 13 ministres de cultura europeus. En l'acte inaugural es va reflexionar sobre el cinema i com aquest està immers en la identitat cultural europea. Es pot deduir, doncs, que l'estament diplomàtic entén el valor estratègic dels festivals com una caixa de ressonància per a certes decisions polítiques. Tan importants són les pel·lícules per als països que fins i tot s'aixequen polítiques proteccionistes en un món de mercat lliure creixent.

Hi ha, doncs, una intenció governamental clara per establir una línia de dependència amb el cinema, que apareix especialment visible en els festivals internacionals importants com Canes, Sudance, Venècia, Berlín, Toronto, Locarno... Els festivals constitueixen una vitrina politicocultural i també un instrument amb fins econòmics i/o simbòlics, que relega al segon pla les tasques tradicionals dels festivals, com la promoció de la comunicació cultural i comercial, el descobriment de noves cultures, el combat de les formes culturals imperialistes...

L'autor, però, acaba explicant com els festivals poc a poc van caminant cap a l'emancipació política gràcies a factors contextuais molt contemporanis, i remarca que a part de les funcions òbvies que tenen, com la comercial i la simbòlica (que respon als interessos polítics), n'hi ha d'altres que tampoc no s'han d'oblidar i que sempre hi han estat: la funció documental i l'estètica.

3.3. El Museu Guggenheim, entre l'economia i la diplomàcia? (Jean-Michel Tobelem)

La Fundació Solomon R. Guggenheim representa avui en dia un cas extraordinari d'evolució del concepte d'organització museística. L'autor, a aquesta evolució que implica l'expansió de la marca-museu amb uns objectius fonamentalment economicistes, la denomina «organització cultural de mercat», ja que té característiques més típiques d'institucions mercantilistes o d'empreses comercials, juntament amb les més tradicionalment museològiques. Encara que el cas del Museu Guggenheim s'ha estudiat fonamentalment des del prisma econòmic, aquesta mirada des de la perspectiva de les seves relacions internacionals obre nous camins en la diplomàcia cultural futura. Les negociacions prèvies a la instal·lació d'un museu com aquest amb els agents governamentals de la regió són comple-

xes, i valoren objectius no solament culturals, sinó també interessos diplomàtics tant des del punt de vista del país d'origen, com del país rebedor.

L'èxit en la societat contemporània de la combinació entre arquitectura, turisme i marca, acaba per fer oblidar les reserves de molts professionals més tradicionals sobre el fons dels missatges de les exposicions programades, i sembla que marca el camí de l'evolució futura dels grans museus. La idea de *museu industrialitzat* comença així a agafar cos en el panorama actual, on cada vegada més el turisme cultural desplaça la població local en les ràtios de consum, i ens presenta més interessant que mai el problema sobre el tipus de cultura que s'ha de difondre, aquella que el públic demana, o el tipus de cultura que forma els seus esperits.

Edita: Gabinet Tècnic - Biblioteca Central
Elaborat per: Francesc Benlliure
Issn: 2013-4584