



Ratio Juris

ISSN: 1794-6638

editor.ratiojuris@unaula.edu.co

Universidad Autónoma Latinoamericana
Colombia

Rueda Posada, Íngrid Elizabeth
HACIA LA DIPLOMACIA CULTURAL DE COLOMBIA. Panorama de la Oferta Cultural
Colombiana en Inglaterra (2004-2009)
Ratio Juris, vol. 5, núm. 10, enero-junio, 2010, pp. 41-50
Universidad Autónoma Latinoamericana
Medellín, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=585761343005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

HACIA LA DIPLOMACIA CULTURAL DE COLOMBIA.* **Panorama de la Oferta Cultural Colombiana en Inglaterra (2004-2009)**

*Towards cultural diplomacy in Colombia.
An Overview to the Colombian Cultural Offer in England (2004-2009)*

Íngrid Elizabeth Rueda Posada**

Resumen

Este trabajo trata el tema de la Diplomacia Cultural (DC) como una herramienta de la política exterior colombiana. La DC definida como el intercambio de ideas, información, arte y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus gentes, entre los Estados y la sociedad civil internacional, con el fin de afianzar un entendimiento mutuo. Mi propuesta toma en consideración uno de los componentes principales de la DC mediante un caso particular, la Oferta Cultural de Colombia en Inglaterra, y analizo cómo la Diplomacia Cultural del país ha hecho uso de esta Oferta Cultural como insu-
mo para su desarrollo en términos estratégicos de la política exterior del Estado. Se trata de un modelo de operacionali-
zación de la DC y de sugerir la institucionalización de la misma, como garante del éxito de sus objetivos en el largo plazo.

Palabras clave: diplomacia cultural, oferta cultural, política exterior, relaciones internacionales

Abstract

This paper examines the concept of Cultural Diplomacy (CD) as a tool in Colombian foreign affairs. CD is defined here as the exchange of ideas, information, art and other cultural aspects between nations and their people, between states and the international civil society, in order to foster a mutual understanding. My proposal takes into consideration one of the main components of CD through a particular case —the Colombian Cultural Offer in England. I analyzed how this last one has been used by CD in terms of strategic foreign State policies. This is a model of operationalizing CD, and suggests its institutionalization as a way to ensure its success in the long term.

Keywords: Cultural Diplomacy, Cultural Offer, foreign affairs, international relations

Fecha recepción: mayo 10

Fecha aceptación: mayo 21

* Este trabajo es una síntesis de la monografía de grado “Hacia la Diplomacia Cultural de Colombia. Caso: Panorama de la Oferta Cultural Colombiana en Inglaterra (2004-2009)” para optar por el título de Polítóloga de la Universidad de los Andes. El documento es el resumen de la ponencia presentada en el Coloquio de Ciencia Política, 5-6 Mayo de 2010 de la Universidad de los Andes, Bogotá-Colombia.

El periodo de cinco años alude al momento histórico en que se dieron tres factores incidentes en la actividad cultural, tanto del Reino Unido como de Colombia, a saber: 1.Terrorismo en Londres 05/07/05, 2. Crisis económica que afectó al Reino Unido a finales 2007, y 3. Inicio en 2007 de la política de gestión internacional del Ministerio de Cultura de la República de Colombia.

** Polítóloga de la Universidad de los Andes. Profesionalmente se ha desempeñado en el ámbito musical (Inglaterra 1999-2007), y en la dirección co-
mercial en el sector ferroviario (Valencia-España 2007-2008). Miembro del Forum for young leaders del Institute for Cultural Diplomacy (Alemania).

Correo electrónico: i-rueda@uniandes.edu.co o ingrid_rue@yahoo.co.uk

Introducción

Son dos las inquietudes principales que me motivaron a encausarme en la investigación sobre el tema de la DC: primero, la relevancia de la cultura en el proceso de acondicionar las relaciones internacionales de Colombia en un contexto donde aún predomina el tema del narcotráfico y del conflicto armado. Y segundo, planteo el término de “contraconquista”¹ a través de la cultura, señalado por Aharonian Coriun (1994) como una alternativa de la política exterior colombiana que sirva de herramienta para repensar las estrategias en dicha materia a través del uso de la cultura en todas sus expresiones.

La Diplomacia Cultural (DC), como una herramienta de la política exterior colombiana, entra a ser parte de un contexto político internacional en donde están cambiando constantemente las estrategias de aproximación entre los Estados y en donde la agenda internacional se diversifica constantemente e incorpora temas relacionados con la cultura o se abordan asuntos de preocupación mundial desde la cultura². La DC se entiende como una tendencia que permite a los Estados una alternativa en la gestión diplomática a través de la revaloración del papel de la cultura en las relaciones internacionales. En mi investigación opto por explicar la DC como “el intercambio de ideas, información, arte y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus gentes con el fin de afianzar un entendimiento mutuo”

1. La “contraconquista” hace referencia al hecho por el cual Latinoamérica no solamente era conquistada con modelos musicales provenientes de Europa sino que desde muy temprano los exportaba al mismo continente europeo. “Una vez conquistada América, Europa es contraconquistada con músicas y bailes del Nuevo Mundo” (Coriun, A. 1994: 197).

2. “Why Culture matters: Climate Change is a Cultural Change” título de la sesión de clausura por Anthony Giddens en la Conferencia internacional sobre el cambio climático como cambio cultural, en Essen- Alemania, 8-10 Junio de 2009. Este evento ilustra cómo asuntos de relevancia en las agendas políticas internacionales se debaten desde un marco cultural. Sirvió a la vez de pre-cumbre mundial de Copenhagen, realizado con el propósito de incentivar nuevas ideas y consolidar el debate social internacional sobre el tema del cambio climático.

(Cummings, M. en Schneider, C. 2003, p. 3), incluso extiendo la definición al intercambio de tipo cultural entre los Estados y la sociedad civil internacional. Pero, ¿quiénes son los actores óptimos en este tipo de diplomacia? Tanto el sector privado como el Estado son actores fundamentales para la DC. Sin embargo, en mi trabajo destaco el rol del Estado en cuanto al diseño institucional de la DC y examino casos de DC institucionalizada en países como Brasil, Reino Unido, Canadá y México, sin el ánimo de convertirlo en un estudio comparado para el propósito de mi investigación (en este artículo omito esta sección de ejemplos en el mundo por cuestiones de síntesis, pero igualmente se puede consultar en la monografía completa).

Recientemente, el concepto de DC se ha venido analizando a partir de la idea de *soft power* enunciada por Joseph Nye (desarrollado en 2004 aunque el concepto viene acuñándose desde 1990 en su obra *Bound to Lead*) y de la nueva diplomacia pública³. *Soft Power* o *poder blando* se refiere a la habilidad de obtener lo que se quiere a través de la atracción en lugar de usar la coerción y los pagos (poder económico), ambas estrategias contenidas en lo que Nye llama el “poder duro”. Según Nye, con el poder blando “se busca hacer que la gente quiera las cosas que uno quiera...entre más pueda obtener a través de la atracción, menos gastará en zanahorias y garrotes...” (Nye, J. 2009. Harvard-ICD. Videoconferencia). El *soft power* es el concepto principal sobre el que se edifica la DC de Colombia, sin embargo, no creo que sea la única base conceptual sobre la que se deba fundamentar esta herramienta, ya que según mi análisis, no se trata sólo de atraer para persuadir sino de *atraer para construir*.

Por su lado, la diplomacia pública es el mecanismo para hacer efectivo el poder blando. “La diplomacia pública (DP) se constituye de todas las políticas

3. Nueva Diplomacia Pública es un término enunciado por Nicholas Cull (2009) refiriéndose a las definiciones sueltas del vocabulario de la Diplomacia pública contemporánea, que incluye la evolución en materia tecnológica de las comunicaciones y la información, y da relevancia igualmente al concepto de “soft power” o “poder blando”.

de comunicación dirigidas hacia el exterior con el objetivo de influir positivamente en la imagen y la percepción de la opinión pública general sobre un país determinado” (Cull, N. 2009). La DC ha sido considerada uno de los elementos de la nueva DP. Sin embargo se diferencian en tanto la DP tiende a obtener resultados en el corto plazo con estrategias de mercadeo, manejo de las comunicaciones e información, mientras que la DC persigue objetivos en el largo plazo, consolidando relaciones entre naciones, sociedades, Estados, con base en el intercambio cultural.

La pregunta que me propuse responder en el desarrollo de la investigación fue: *¿Cómo ha hecho uso la Diplomacia Cultural de Colombia de la Oferta Cultural colombiana en Inglaterra, como insumo para su desarrollo en términos estratégicos de la política exterior del Estado?*

De acuerdo con las observaciones y análisis del caso dentro del tema de investigación, formulé el siguiente argumento: *Para el Estado colombiano, la noción de Diplomacia Cultural es incipiente y el desconocimiento de su alcance conlleva a subvalorar su utilidad como estrategia de la Política Exterior del país, razón por la cual no hay una conciencia institucional en materia de conocimiento y organización de la oferta cultural de Colombia en el exterior como insumo para la Diplomacia Cultural colombiana.*

Metodología

Partí de uno de los componentes básicos de la DC, es decir, la Oferta Cultural⁴ (OC). Me enfoqué en un caso en concreto: la OC de Colombia en Inglaterra. Dentro de este contexto multicultural evalué la DC de Colombia, a través de la observación y análisis de la OC colombiana y su dinámica en materia de representación del país, escenarios, espacios culturales, tendencias, actores convocantes, convocados

y principales divulgadores de la cultura colombiana en Londres, a propósito del manejo estratégico en este campo de la política exterior. Ésta sería la primera aproximación investigativa sobre el tema de la DC de Colombia, cuyo diagnóstico se fundamenta en el análisis desde dos de los lentes discursivos de una DC (instrumental y direccionalidad), propuestos por Villanueva (2007)⁵. Decidí tomar el riesgo de reducir esta evaluación a un solo caso de estudio y por tanto afrontar el peligro de sesgar la información y resultados de esta investigación, pero le estoy apostando a un modelo de aproximación operativa de la DC que incumbe la OC de Colombia en un contexto internacional y cosmopolita, el cual puede ser aplicable en otros países de interés estratégico para la política exterior colombiana.

Oferta Cultural y Diplomacia Cultural: Las patas de la mesa: con la analogía de “la mesa” aludo a la Diplomacia Cultural y “las patas de la mesa” corresponden a la Oferta Cultural (OC) por un lado, los arreglos institucionales que actúan en función de la DC (sector gubernamental o no gubernamental) y por otro, los lineamientos conceptuales y programáticos de la DC. La DC se nutre de esta OC, ya que en materia de representación simbólica, la OC se convierte en el vehículo que transporta lo que se quiere representar, direccionada por la DC. Por ende, el mensaje es importante.

Diagnóstico de la Diplomacia Cultural colombiana

Según el documento que contiene las memorias al Congreso 2009, “el Ministerio de Relaciones Exteriores ha iniciado la implementación de la diplomacia cultural como una herramienta de la política exterior de Colombia” (Min. Rel. Ext. 2009, p.129).

En la tabla a continuación, se encuentra el marco general de la DC colombiana, cuyos componentes explicaré más adelante.

4. Oferta Cultural definida según el caso del presente trabajo, como el conjunto de expresiones culturales que hacen parte del patrimonio cultural del país, como son: música, artes plásticas, artes escénicas y festivales, propios y representativos de la cultura colombiana en toda su diversidad, para la muestra cultural de Colombia en el ámbito internacional.

5. Instrumental, Securitzación, Espacialidad, Direccionalidad y División público/privado.

DIPLOMACIA CULTURAL DE COLOMBIA				
DECRETO 0401 DE 1983 "Plan de Promoción de Colombia en el Exterior"				
Instituciones		Acciones*	Recursos	
S. Público	S. Privado	2008-2009	Financiación	O.C
Ministerio de Rel. Exteriores  		263 actividades en 52 países: Europa (102) Suramérica (62) Asia, África y Oceanía (44) Norteamérica (32) Centroamérica y Caribe (23) <i>Porcentajes:</i> 26.2 Artes plásticas, fotografía, arquitectura, artesanías, gastronomía. 22.8 Música 20.9 Académicas (ferias del libro, Conferencias, etcétera) 17.1 Artes escénicas 12.9 Cine *Presencia cultural en China- Juegos Olímpicos 2008 *Convenios bilaterales de cooperación cultural, deportiva y educativa. *Convenios para la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales (8 firmados y 6 en vigor). * 48 Conciertos 20.07.2010 Bicentenario en 44 países.		*Listado de acadé- micos (interno del Min. Rel. Ext)
Viceministerio de asuntos multilaterales	Empresas privadas, Medios de Comunicación			*Contactos infor- males a través de intermediarios en las Embajadas
Dirección de Asuntos Culturales)  	Otros empresas Transnacio-nales y promotores de artistas, según las actividades artísticas del Plan de promoción.			*Portafolio de ar- tistas de promoto- res (sector privado)
Embajadas/Attaché Cultural.				*Portafolio de ar- tistas de Cancillería y recomendaciones del Sinic del Min. Cultura.
Min. Cultura Min. Educación				

Aunque el primer encuentro Andino sobre DC se realizó en Bogotá hacia Septiembre de 2007 y se convirtió en el primer impulso para crear un espacio de DC en las instituciones del Estado⁶, el marco

legal de la DC en el país data de 1983, con el decreto 0401 sobre el "Plan de Promoción de Colombia en el Exterior". El decreto fue expedido bajo el gobierno de Belisario Betancur y el Canciller Rodrigo Lloreda Caicedo el 10 de Febrero de 1983. Según información reciente, este decreto está en proceso de revisión y ajustes, ya que a la fecha, casi 30 años después, muchas de las instituciones participantes fueron liquidadas o modificadas y no operan en la actualidad según como está redactado en el decreto (ej: Focine, Inravisión, Colcultura).

* Min. Rel. Ext. en Memorias al Congreso 2009, informe del número y porcentajes según el tipo de actividades realizadas en el Exterior, como parte de la DC colombiana entre Julio 2008 y Mayo 2009.

6. En Colombia se realizó el Primer Encuentro Andino sobre Diplomacia Cultural en Septiembre de 2007, convocado por la UNESCO. Según Edgar Montiel (2007) director de asuntos culturales de esta organización, "la realización de una diplomacia cultural requiere ciertas adaptaciones a nivel institucional. Como se trata de comunicar al exterior una obra colectiva, como es la cultura de una nación, esta diplomacia tiene que ser altamente participativa, atenta a las producciones artísticas, culturales, intelectivas y científicas de la comunidad nacional, y establecer una relación fluida y democrática con los creadores, sea que estos estén dentro o fuera del país. Saber

identificar el lado auténtico, innovador, esmerado, novedoso de las creaciones y saber presentarlas para hacerlas atractivas, tomando en cuenta que la globalización ha generado una sensibilidad ávida de novedades en todos los ámbitos" (Montiel, E. 2007).

El objetivo del decreto es “desarrollar los convenios culturales y científicos vigentes y difundir y promocionar la imagen integral del país en el exterior en los aspectos políticos, económicos y socioculturales” (Decreto 0401-1983:1).

Para la ejecución del plan se crean un Consejo Nacional de Coordinación, una Comisión Ejecutiva de Convenios y Promoción Cultural y Científica, y una Comisión Ejecutiva de Imagen y Divulgación.

El Consejo Nacional de Coordinación, en cabeza del Presidente de la República, formula las políticas para lograr los objetivos del plan y también lo evalúa.

La primera comisión con participación de instituciones estatales como la Cancillería, Min. Educación, Coldeportes, Colciencias, ICETEX, y otras de carácter cultural a nivel de distrito o nacionales, se encarga de todas las acciones pertinentes para el funcionamiento, cumplimiento y apoyo de los convenios culturales vigentes que promuevan actividades culturales, educativas y científicas en relación con el objeto del plan.

La segunda comisión constituida tanto por el sector estatal como por organizaciones de carácter privado, se encarga de todos los programas y proyectos dedicados a la divulgación de la imagen de Colombia en el Exterior. Ambas comisiones tendrán una Secretaría Ejecutiva, responsabilidad del jefe de la División de Relaciones Culturales y Divulgación del Min. Rel. Ext. Así mismo, el Consejo Nacional de Coordinación cuenta con una Secretaría a cargo del Secretario General del Min. Rel. Ext.

Por otra parte, la financiación del plan tiene su base en los aportes del sector privado, en el presupuesto asignado por el Estado de acuerdo con las partidas de las instituciones vinculadas en el decreto y el fondo rotatorio del Min. Rel. Ext. Dichos fondos se destinarán a los proyectos y programas relacionados con los convenios, gastos de transporte, correo, estudios contratados para desarrollar el plan, producción y distribución del boletín “Colombia Internacional” (esta revista actualmente es producida

por Fescol parte de FES-Friedrich Ebert Stiftung, una institución político-cultural privada) , y demás gastos que se requieran para ejecución del plan.

Ahora bien, los canales institucionales de la DC al interior de Cancillería corresponden a una dinámica que va en dos direcciones: una, la que determina el índice de la política exterior según el orden de prioridades en esta materia; y otra, la propuesta de las actividades culturales desde las Embajadas para seguir los lineamientos del Ministerio. El Viceministerio de asuntos multilaterales es el encargado de coordinar esta herramienta de DC a través de la Dirección de asuntos culturales. La Dirección de asuntos culturales del Min. Rel. Ext. tiene dos grupos: por un lado la coordinación de gestión de temas culturales, educativos y deportivos, y la gestión para la lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales, y por otro, la coordinación de DC con base en las actividades culturales en más de 45 países a través de las misiones diplomáticas. A su vez, esta Dirección está trabajando en coordinación con la Dirección de Cooperación Internacional en el marco de cooperación Sur-Sur⁷. Es decir, operativamente la DC colombiana se remite a las actividades culturales y académicas mencionadas anteriormente y no a una gestión diplomática con base en la cultura y en el intercambio global, evidenciando además falencias en la pata de la mesa que se refiere a lineamientos conceptuales y programáticos afines a una política exterior.

Me remito a la teoría sobre DC propuesta por Arndt (2005-2009) donde recalca que este tipo de gestión toma forma cuando los diplomáticos que sirven a gobiernos nacionales intentan canalizar el fluir natural de las relaciones culturales para perseguir intereses nacionales. Por lo tanto, la participación del Ministerio de Cultura a través del SINIC (Sistema Nal. De información Cultural) y de su política de Gestión

7. Marco de Cooperación Sur-Sur se refiere al intercambio, creación y desarrollo de capacidades técnicas, de aprendizaje y de conocimiento entre los países de similares niveles de desarrollo.

*Internacional de la Cultura*⁸ hace parte fundamental de los programas de DC de un país, pero requiere necesariamente del Min. Rel. Ext. como ente coordinador y director de los aportes interinstitucionales en esta materia. Si bien esta política del Min. Cultura hace referencia al rol de la OC en materia de promoción e inserción internacional de las industrias culturales como motor de crecimiento económico y social del país (ver en Min. De Cultura-Compendio de Políticas Culturales 2008:439-446)⁹, aún no está explícito un plan en conjunto, un lenguaje común, ni una asignación de funciones coordinadas con los lineamientos de la política exterior del país. Falla la coordinación interinstitucional para el desarrollo de la DC. De haber una coordinación entre las diversas agencias estatales a propósito de una política exterior, además de entender en todas estas instancias la importancia del papel y poder de la cultura a través del uso de la OC de Colombia en el exterior, se podrían aprovechar al máximo en materia de DC, eventos mundiales como la Expo-Shanghai 2010¹⁰ donde Colombia estará presente también.

8. Los cuatro ejes de gestión comprendidos en el documento del Ministerio de Cultura son: Colombia diversa: cultura para todos, fortalecimiento de la gestión cultural, Cultura para la paz y la convivencia y Emprendimiento cultural.

9. Colombia en relación a "... las participaciones, como invitado de honor, en las Ferias Internacionales del Libro de Guadalajara, en noviembre de 2007, y de Chile, en noviembre de 2008, así como en el Festival del Imaginario, evento de músicas tradicionales celebrado en París en abril de 2008... para mostrar la diversidad cultural del país reflejada en la riqueza de su literatura, música y artes escénicas y visuales. Colombia se ha presentado ante el mundo como un país aferrado a sus raíces y tradiciones, con gran proyección en sus artes de vanguardia, como un país de regiones, de múltiples identidades que contribuyen a construir la nacionalidad". (Min.Cultura. Compendio de Políticas Culturales 2008, p.440)

10. Evento mundial que congrega 195 países de Mayo a Octubre del 2010, bajo el lema "*better city, better life*" (Mejor ciudad, mejor vida), 70 millones de visitantes, cerca de 50 organizaciones internacionales, 20.000 actos artísticos en 33 escenarios. Este tipo de feria se realiza en un término mínimo cada cinco años. Colombia tendrá un espacio de 1.000 m², y como país, se proyecta como una vitrina de negocios, como el "socio estratégico" por excelencia. (www.expocolombia2010.com)

El Min. Rel. Ext de Colombia quiere desarrollar conceptualmente una política de DC con base en la idea de *soft power*, es decir, influir con la atracción por medio de la cultura colombiana. El proyecto de formación académica del cuerpo diplomático en materia de DC no puede fundamentarse en una teoría solamente, si lo que se busca es una inserción de Colombia en los lugares estratégicos para la política exterior; es necesario el debate social para la construcción de esta práctica diplomática.

Según los lentes discursivos propuestos por Villanueva (2007), me pareció apropiado seleccionar el lente instrumental y el de direccionalidad para mirar la DC de Colombia, así:

Instrumental: la DC de Colombia tiene carácter utilitarista. Sirve como instrumento de promoción para servir a intereses comerciales y políticos. Por otra parte se quiere usar para evitar el tráfico ilegal de bienes culturales. La OC sirvió de instrumento para la DC igualmente. La DC que se manejó a través de las actividades 2008-2009 tuvo intereses según temas de la política de gobierno. De las 263 actividades, 102 se realizaron en Europa, de tipo académico mediante foros y conferencias sobre derechos humanos en Colombia¹¹. Temas económicos fueron los predominantes en Estados Unidos, o vínculos históricos y sociales trabajados en los consulados de la frontera con Ecuador, dentro de las 117 actividades realizadas en América. No está muy claro por qué sólo se realizaron 44 actividades en Asia-Pacífico si hay intereses prioritarios de Colombia para ingresar al APEC¹².

Direccionalidad: la DC colombiana es unidireccional en su marco general, que se basa en la promoción del país en el exterior. A pesar de los convenios bilaterales a través de las comisiones mixtas, no es claro el proceso de seguimiento de estos acuerdos bidireccionales.

11. La DC incluye dentro de su espectro todas aquellas actividades de carácter académico, científico, educativo, artístico y deportivo, pues hace parte del intercambio cultural que la define.

12. APEC: Asia Pacific Economic Cooperation, tratado de libre comercio con Asia y el Pacífico.

Por el momento, la DP lleva la delantera en materia de políticas para mejorar la imagen del país en el extranjero, atraer inversión y proyectar el turismo. Programas de DP como son la marca país “Colombia es pasión” y “El riesgo es que te quieras quedar”, requieren resultados a corto plazo para cumplir con los lineamientos de la política exterior del Gobierno de turno. El riesgo con estas políticas cortoplacistas de la DP es que el país se convierta en una marca porque entonces el país sería percibido por la gente como una marca comercial (Anholt, 2006 en Villanueva, C. 2007, p. 51). La redacción del documento sigue unos lineamientos de adentro (nacional) hacia afuera (internacional), pero desconoce el proceso de reciprocidad entre las culturas de otras naciones, del cual se nutre una DC para que sea exitosa. A propósito de la DC para cada país, Arndt (2009) recomienda no seguir el ejemplo de DC unidireccional de los Estados Unidos, puesto que se convirtió en propaganda, aunque el discurso apuntaba a una DP y DC. Por tanto, en el proceso de construcción de una DC es más importante considerar las preguntas que las respuestas, refiriéndose a los resultados. El “para qué” de la promoción del país en el Exterior debería ser cuestionado para evitar el error estadounidense mencionado por Arndt. Al no haber un sentido claramente determinado en el plan, las actividades que se emprenden para cumplir con el objetivo no tienen una dirección que permita avanzar en el tiempo y en el espacio institucional y geográfico. Según las aproximaciones teóricas sobre DC, es muy fácil pasar de la DP a la propaganda y obtener efectos negativos. Atraer a la comunidad internacional para persuadirla de la imagen negativa de Colombia no es DC. Si examinamos la definición de nuevo, DC trata de afianzar y consolidar relaciones con otras naciones y no simplemente usar los medios culturales para cambiar la percepción de una imagen. Las relaciones se construyen y están en constante cambio; por ende, en el contexto internacional que tiende hacia el cosmopolitismo, se requiere de un intercambio recíproco en términos de “escuchar”, aprender y comprender la cultura de las naciones, de sus Estados y sus sociedades de interés para Colombia.

Así pues, el camino hacia la DC de Colombia se ha comenzado a recorrer, pero por los motivos ya expuestos hay una fuerte tendencia a confundirse con la DP y por ende con el sentido negativo de la propaganda. La contraconquista se queda relegada a focos esporádicos de actividades culturales con acuerdo a temas coyunturales de la agenda de política exterior. Por otra parte, la miopía a nivel de instituciones del Estado cierra las puertas a otras opciones de organización y proyección de la DC como herramienta de política exterior. El desaprovechamiento en muchos casos, de la OC colombiana disponible en otros países, o la divulgación de estos artistas como parte del patrimonio cultural de Colombia en sociedades extranjeras, hace parte de una mirada de corto alcance. El mirar la DC como un gasto y no como inversión, alude a la falta de concientización institucional. La inversión se realiza para unos resultados en el largo plazo, así como afirma Schneider (2003) en sus recomendaciones, pues se trata de formar una relación con otras sociedades y Estados, a largo plazo. Igualmente esta autora señala que mediante la DC se puede dar otra alternativa de la presencia oficial de un Estado en otros, asunto que estratégicamente sería muy ventajoso para Colombia en sus deseos de inserción internacional.

Panorama de la oferta cultural colombiana en Inglaterra

En esta sección realizo una síntesis de los resultados analizados según el caso de estudio, el cual hace parte del diagnóstico de la DC de Colombia, y se ofrecen elementos para dar respuesta a la pregunta inicial de investigación y al argumento formulado en la introducción.

Oferta Cultural dispersa: no hay una OC organizada o una base de datos o directorio donde se pueda conocer qué hay y qué puede ofrecer la cultura colombiana en Londres. El Estado colombiano se ha desentendido de esta parte de la comunidad colombiana y sería una excelente oportunidad para integrar los actores que conforman la OC de Colombia en Inglaterra, brindar formación en materia de agencia cultural, a la vez que se vincula a un progra-

ma de DC determinado según los propósitos de la política exterior.

Eventos/Festivales: se remiten a esfuerzos esporádicos que con mucha dificultad han salido a flote y son muy pocos los que cuentan con el apoyo de la embajada colombiana (Colombianamente y Colombiage). Subrayo aquí el apoyo del Estado inglés, contribución que va desde espacios en su programación cultural de ciclos de festivales internacionales o temáticos, hasta la colaboración financiera.

Espacios culturales: los espacios donde se puede apreciar la muestra de cultura colombiana son locales comerciales, lúdicos o gastronómicos. No hay un sitio específico o un espacio cultural donde la audiencia interesada pueda remitirse para apreciar con regularidad las manifestaciones del arte colombiano.

Es necesario apoyar la presentación de artistas colombianos así no sea el espacio cultural más reconocido, y promover la divulgación de estos eventos; esto poco a poco ayudará a que los espacios establecidos conozcan la oferta y la incluyan en su programación en un futuro (attaché cultural, Embajada de Colombia en el Reino Unido, 2010).

Tendencias de la Oferta Cultural colombiana en Inglaterra: la música es la expresión cultural que más atrae a la audiencia en Gran Bretaña. Dentro de los ritmos latinos sobresale la “salsa”, por tanto hay demanda de este ritmo y a su vez hay oferta de salsa colombiana, la cual ha sido reconocida últimamente. Este reconocimiento que se hace a nivel internacional podría ser utilizado en una política de divulgación de la OC de Colombia en Inglaterra, ya que al momento hay escuelas de salsa colombiana y es a través de la enseñanza como también se transmiten los valores de una cultura. La DC podría disponer de este elemento como insumo para su desarrollo y proyección.

La contraconquista y la integración social internacional se evidencian en un proceso de “ fusión” como tendencia de la OC. A este respecto, el arte contemporáneo de jóvenes artistas colombianos comienza a llegar a galerías privadas.

En los últimos años la literatura¹³ (además del caso extraordinario de Gabriel García Márquez) ha tenido un gran acogida gracias al programa de DC del Reino Unido.

Representación de Colombia a través de la Oferta Cultural: es difícil llevar un mensaje desde los intereses de la política exterior a la OC colombiana para que ésta a su vez lo extienda de manera sutil a través del arte, si falla la comunicación embajada - artista.

Los convocantes, convocados y divulgadores de la Oferta Cultural: la convocatoria no es coherente ni constante y viene de promotores del sector privado principalmente y se remite a eventos puntuales. Llama la atención que no hace mucho que la OC colombiana se movía en Inglaterra gracias a la promoción y divulgación por parte del negocio del “lavadero”. Esta situación evidencia la debilidad institucional de una DC, puesto que no se trata de patrocinar artistas, pero sí de afianzar relaciones culturales y políticas con otras naciones para facilitar el intercambio cultural y evitar que esto suceda como reflejo de los conflictos internos del país.

Relación entre el Estado Colombiano y la Oferta Cultural: la relación entre la OC y el Estado se maneja a través de promotores, medios de comunicación, algunos corresponsales de la prensa nacional. Prima la problemática de la falta de comunicación entre el Estado y la OC, así que habría que fortalecer este encuentro para lograr tener una oferta con más posibilidades y un mejor entendimiento de la política exterior del país para aunar esfuerzos en la divulgación del mensaje de integración, inserción mundial, en fin, el que se acuerde según la política de Estado a través de la cultura. La falta de lazos entre la OC y el Estado trae como consecuencia que un sector importante de esta muestra cultural colombiana quede excluida de la actividad cultural que promueve la embajada (según la attaché cultural, actualmente intentan realizar una actividad por mes).

13. “Desde 2008 se han traducido al inglés varias obras; en 2009, *The Armies (Los ejércitos)* de Evelio Rosero ganó el Independent Foreign Fiction Prize; este año se publicarán tres trabajos de tres escritores colombianos” (Sorzano, O. 2010).

Conclusiones y sugerencias

Si bien la OC corresponde a una pata de la mesa, cuando aludimos al conjunto de elementos que reúne una DC, si falla una pata la mesa cojea. De igual manera mi análisis de la situación insiste en que si hay fallas en la estructura y en la definición programática de la DC, se verán reflejadas en la OC y este recurso se puede desperdiciar, como está pasando en la actualidad. El ejercicio de la construcción de la OC obedece igualmente al ejercicio de construcción de la DC.

El concepto de la DC para Colombia debería debatirse en espacios de reflexión. Del mismo modo, como sugiere Arndt (2009), la DC funciona según la discusión y reflexión que cada país haga de la misma, y en efecto las preguntas son más valiosas que las respuestas en este proceso.

El decreto 0401 de 1983 está caducado para legitimar un programa de DC, sobre todo si Colombia busca la inserción en las políticas internacionales de vanguardia. Es necesario manejar un lenguaje común entre las instituciones que contribuya al desarrollo de la DC y así mismo determinar el “para qué” de las políticas de promoción, diálogo, convenios y proyección de Colombia en los Estados específicos en el índice de la política exterior.

Si Colombia está intentando ingresar al APEC, aunque no cuente con representación diplomática suficiente en el área, puede proyectarse a través de una DC, pues ésta se encarga del acondicionamiento de las relaciones con estos Estados y sociedades del Asia Pacífico mediante los intercambios y actividades culturales a gran escala, haciendo uso de la OC de Colombia disponible en el exterior.

Se requiere de un esfuerzo conjunto tanto para la organización e institucionalización de la DC como para la concientización de las diversas instancias estatales coordinadas por la Cancillería, en relación con la valoración de la cultura como base para la política y los temas de la agenda internacional.

Por último, pero no menos importante, sugiero la implementación de un “Instituto para la Cultura Colombiana” como eje articulador entre la OC y la DC. De esta manera se podría llevar un control institucional directo con arreglo a objetivos y resultados de la DC previstos en el largo plazo. Por otra parte, las actividades propias de la DC se concentrarían en esfuerzos continuados y con una proyección a futuro. La audiencia a la que se quiere llegar podría contar con un referente institucional de la cultura colombiana en el exterior y se facilitaría la divulgación cultural desde este espacio.

Resumiendo, la DC requeriría de un Estado para la coordinación interinstitucional, una OC organizada y una institucionalidad que permita constituir una forma de hacer diplomacia.

Bibliografía

- Arndt, R. (2005). *The First Resort of Kings: American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*. Washington: Potomac Books, Inc.
- Arndt, R. (2009). ¿Cultura o Propaganda? Reflexiones sobre medio siglo de diplomacia cultural de Estados Unidos. *Revista Mexicana de política Exterior*, nº 85. Febrero. México, Instituto Matías Romero.
- Coriun, A. (1994). Factores de Identidad Musical latinoamericana tras cinco siglos de conquista, dominación y mestizaje. *Latin American Music Review / Revista de Música Latinoamericana*, Vol. 15, No. 2. University of Texas Press. 189-225.
- Cull, N. J. (2009) Diplomacia Pública: Consideraciones teóricas. *Revista Mexicana de política Exterior*, nº 85. Febrero, Instituto Matías Romero, México, (1), 55-92.
- Demos. (2007) Bound, K; Briggs, R; Holden, J; Jones, S. *Cultural Diplomacy*. Demos Uk. www.demos.co.uk
- Mark, S. (2008). *A Comparative Study of the Cultural Diplomacy of Canada, New Zealand and India*. University of Auckland, Nueva Zelanda. (tesis doctoral).
- Schneider, C. (2003). Diplomacy that Works: best practices in Cultural Diplomacy. Estados Unidos: Center for Arts and Culture, Georgetown University. www.culturalpolicy.org.
- Villanueva, C. (2007). *Representing Cultural Diplomacy: Soft Power, Cosmopolitan Constructivism and Nation Branding in Mexico and Sweden*. Acta Wexionensia Nº 116/2007. Suecia: Växjö University Press.