

## Diplomacia cultural: experiencias argentinas

*Inés Viñuales \**

**Tema:** Distintas situaciones coinciden favorablemente para que la Argentina despliegue nuevas acciones de política cultural exterior<sup>1</sup>.

**Resumen:** La Argentina es reconocida por ser uno de los principales actores culturales del continente iberoamericano. Su riqueza y potencialidad en materia cultural se ven reflejadas en un asombroso caleidoscopio de múltiples facetas y manifestaciones. A través del tiempo se pueden señalar un sinnúmero de acciones eficaces en la transmisión de una imagen exterior de la Argentina, sostenidas desde la cultura. Sin embargo, la experiencia señala que no se han logrado consolidar acciones estructurales que se mantuvieran en el mediano y largo plazo. En el presente ARI se intentan abordar –en forma sucinta– algunos aspectos de la acción cultural exterior desarrollada durante la última centuria, y se consideran algunos casos específicos.

**Análisis:** Si la expresión “diplomacia cultural” significa la acción orientada por objetivos claros de política exterior, esta debe apuntar a alcanzar elementos distintivos para la proyección de una nación, su sociedad y sus producciones. Entre las clases dirigentes de las principales naciones suele registrarse una percepción positiva ante manifestaciones culturales cualitativas que pueda exhibir un determinado país, dado que son indicativas de capacidades y potencialidades en otras esferas. Es un componente del prestigio que se puede adquirir en la escena internacional. En el caso argentino se oscila entre períodos en que este tipo de acciones fueron emprendidas (aún antes de ser acuñada la expresión) con eficacia y resultados sorprendentes; y etapas en que por diversos motivos esas capacidades no fueron debidamente aprovechadas.

Para la joven nación Argentina de fines del siglo XIX e inicios del XX, las actividades relacionadas con el exterior no constituyeron un capítulo menor. Conscientes de sus extensos territorios despoblados y de su posición en el extremo sur de América, los dirigentes argentinos proyectaron una imagen de país atractivo y promisorio que atrajo a fuertes oleadas inmigratorias de Europa. Fue así como en 1895 la Argentina tenía 4.044.000 habitantes, en 1914 ascendía a 7.900.000 y en 1947 esta cifra se elevaba a 15.893.000. En pocos años se originó una singular conformación social compuesta de españoles e italianos en su gran mayoría, a los que se integraban variadas nacionalidades. Esos inmigrantes contribuyeron a potenciar el desarrollo de la incipiente nación argentina, aportándole una riqueza única en la variedad y sutileza de sus matices culturales y sociales.

\* *Directora de la Fundación Ortega y Gasset Argentina*

<sup>1</sup> La autora agradece las entrevistas que le fueron otorgadas por Sergio Renán, Guillermo Jacovella, y Esther Malamud, quienes aportaron sus experiencias y conocimientos como eficaces gestores culturales.

Los gobiernos argentinos de esos años pusieron en juego los elementos esenciales para un proceso de comunicación eficaz: objetivos del emisor, mensajes atractivos y segmentación del receptor; y obtuvieron lo que se esperaba: una respuesta adecuada. Las embajadas y consulados fueron activos promotores en la construcción de esa imagen institucional argentina en el mundo. Durante esta etapa, las relaciones exteriores tuvieron tres preocupaciones básicas: (1) recibir inmigración, (2) expandir el comercio y (3) captar inversiones extranjeras. Como señala Santiváñez Vieyra, “si bien la Argentina ingresa tardíamente a competir en esa puja ‘darwiniana’ por atraer capitales e inmigrantes, las sucesivas presidencias argentinas se vuelcan con celo a la construcción de una estructura diplomática de considerables dimensiones. En 1862 nuestro país tenía 102 oficinas consulares y diplomáticas. En 1900 alcanza 352 representaciones en el exterior. La densidad de la proyección diplomática argentina fue mayor a la de cualquier otro país americano”.<sup>2</sup>

La política exterior apelaba a una imagen de cultura entendida en un sentido amplio (forma de vida, valores, producción) para colocar al país en una situación internacional de prestigio. Argentina emerge entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX como un país dinámico y promisorio. Estuvo presente con destacadas representaciones en las Grandes Exposiciones Universales como la de 1889 en París, donde el pabellón argentino obtuvo el primer premio al País Extranjero, cosechando numerosos galardones, o en la Exposición Colombina de Chicago en 1893. En la Exposición Iberoamericana de Sevilla de 1929 el pabellón del arquitecto argentino Martín Noel obtendría el premio principal la originalidad de su diseño.

En el devenir del siglo XX, las sucesivas crisis internas y la necesidad de volcar energías en restablecer el orden institucional muchas veces quebrado llevaron a que el factor de la imagen externa no estuviera en la lista de prioridades. Sin embargo –internamente– se concreta el proceso de institucionalización cultural con la creación de dos organismos líderes en apoyar la producción cultural y sostener su presencia interna y externa: el Instituto Nacional de Cinematografía (1957) y el Fondo Nacional de las Artes (1958). El cine se torna en una industria dinámica y prolífica entre 1930 y 1950 y la producción cultural argentina se posiciona como una actividad vanguardista que trasciende sus fronteras.

Lamentablemente, el espíritu de ese periodo sesentista, de expansión de las artes y el intelecto, es bruscamente detenido por nuevas quiebras del orden constitucional.

#### *La década del 70 y la recuperación de la democracia*

Durante la convulsionada década del 70, la Argentina volvió a ser centro de referencias internacionales, pero en este caso negativas. Las violaciones a los derechos humanos socavaron su imagen internacional. A ese panorama sombrío, en el inventario de los desastrosos, se sumó una guerra perdida frente al Reino Unido por las Islas Malvinas.

Con el retorno a la democracia, la cultura volvió a erigirse en un elemento central para la modificación de la imagen internacional del país. El primer gobierno democrático argentino (1983-1989) recurrió con destreza a la cultura para reposicionar internacionalmente a la sociedad argentina y a su gobierno como un país democrático, pleno de libertades y justicia que lograba homologarse a los sistemas imperantes en el

---

<sup>2</sup> “Desafíos de Política Exterior de la Argentina del Bicentenario”, *Temas de Política Exterior, Comercio y Relaciones Internacionales*, Revista de la Asociación Profesional del Cuerpo Permanente del Servicio Exterior de la Nación, nº 1, Buenos Aires, septiembre de 2008.

mundo. Retomando una posición de liderazgo histórico en la región, la acción cultural exterior colaboró en la expansión de los valores democráticos hacia el resto de la región latinoamericana.

Una profusa filmografía, literatura, música y creación plástica, que con aires renovados abordaba críticamente el pasado, fue reconocida y percibida con asombro en otras naciones. El cine argentino regresó al mundo con nuevos bríos. Muchas producciones alcanzaron importantes logros en el exterior por la calidad y profundidad de su tratamiento. El otorgamiento del Oscar a la película “La historia oficial” (1986), que aborda el dramatismo de los hijos de los desaparecidos, constituye un ejemplo emblemático. “Camila” se convirtió en la película más taquillera del cine argentino. “La República perdida”, “El exilio de Gardel” y “La deuda interna” son otras películas significativas de este período.<sup>3</sup>

La acción diplomática de esos tiempos se orientó a apoyar y alentar esos esfuerzos por transmitir la idiosincrasia argentina. Con miras a dejar atrás un pasado plagado de recelos, se realizaron interesantes acciones de diplomacia cultural con los países vecinos Brasil y Chile. En sintonía con la conceptualización de Edgard Telles Ribeiro, en esta etapa se suceden acciones de diplomacia cultural, por la utilización expresa de la cultura en la consecución de objetivos de política exterior.<sup>4</sup>

#### *La globalización y el cambio de escenario*

Con el advenimiento del proceso de globalización, la Argentina procura buscar respuestas frente a la nueva configuración internacional. En un mundo inmerso en grandes transformaciones, la acción diplomática presenciaba el veloz surgimiento de empresas, organismos no gubernamentales, grupos de prensa, y líderes de opinión que irrumpían también como voceros en la formación de la imagen exterior de las naciones. Mientras las fronteras territoriales se desdibujaban, la cultura adquiría un decidido protagonismo como una forma de ejercer presencia internacional.

Las grandes empresas se erigieron en un elemento de alto dinamismo en el mundo de la cultura global. En la Argentina, tras la hiperinflación de fines de la década de los 80, se impulsa un proceso de privatizaciones. Numerosas iniciativas de política cultural exterior de esos años se producen a través de una sinergia entre las cancillerías y el sector privado. Por ejemplo, se presentan notables exposiciones de arte (“Pintores Españoles en Argentina”, Madrid y Buenos Aires en 1994), conciertos y espectáculos de Ballet Argentino (Julio Bocca en Madrid, 1995), y jornadas de cine argentino en diversas naciones. Se realizan importantes seminarios de pensamiento, como las Jornadas de Cultura Argentina en México (1994).

Son planteadas diversas iniciativas tendentes a generar lazos con sectores académicos y culturales de países relevantes para la Argentina, procurando la participación de la sociedad civil y el sector empresarial. Una de las más interesantes experiencias fue desarrollada en la Universidad de Salamanca con la creación de la “Cátedra Domingo Faustino Sarmiento” (1995). A instancias del embajador argentino Guillermo Jacovella, se implementó la cátedra mediante una estructura amplia en posibilidades y con el objetivo de generar un foro de diálogo y análisis sobre las relaciones hispano-argentinas y la

<sup>3</sup> Claudio España (com.) (1994), *Cine Argentino en Democracia 1983-1993*, Fondo Nacional de las Artes, Buenos Aires.

<sup>4</sup> Embajador de Brasil en Bangkok, “Cultural Diplomacy: An Instrument of Foreign Policy”, conferencia pronunciada el 19 de diciembre de 2008.

contemporaneidad argentina. El financiamiento se aseguraba a través de un patronato de las principales empresas españolas con intereses en Argentina. La Cátedra Sarmiento adquirió dinámica propia, convocando a figuras de prestigio y apoyando a investigadores de ambos lados del Atlántico. Pese a los auspiciosos inicios del proyecto y sus desarrollos, esos esfuerzos no obtuvieron continuidad.

#### *Intentos por institucionalizar la Acción Cultural exterior*

En esa misma década, ganó fuerza el concepto de que la presencia cultural argentina en el exterior debería ser sostenida, constante e independiente, de forma de alcanzar una imagen que trascendiera la impronta ideológica y los vaivenes del gobierno de turno, por medio de un espacio de referencia en el exterior.

Se trataba de generar una estructura institucional que mostrara la vitalidad y la diversidad de manifestaciones culturales de la sociedad argentina, con miras a superar las asociaciones inmediatas de los iconos argentinos más difundidos: Borges, Eva Perón, carnes, fútbol, glaciares, cataratas y otros. En ese esquema se realizó en 1998 una interesante experiencia por dotar a la Argentina de un sistema integrado de difusión cultural que posibilitara la proyección cultural constante y acompañara los objetivos de política exterior. Se alcanzó la aprobación de la Fundación ARCADE (Arte y Cultura Argentina para Difusión Exterior), ambicioso proyecto impulsado por el director cinematográfico Sergio Renán durante su gestión como director de Asuntos Culturales de la Cancillería Argentina. El proyecto surgió del estudio de modelos aplicados en Francia y el Reino Unido. Concebida como una herramienta novedosa y dinámica para el posicionamiento de la cultura argentina en el exterior, la Fundación tenía prevista la apertura de cuatro casas en Roma, Río de Janeiro, Nueva York y Jerusalén. Estas sedes tendrían una estética común, para ir generando una “imagen de marca” e imponerse como lugares de referencia de la cultura argentina. Su organización permitía sumar patrocinadores privados al aporte oficial de la propia Cancillería. ARCADE logró concretar el proyecto “Borges y Nosotros” (1999), el cual fue su carta de presentación. Sin embargo, esa iniciativa no tuvo continuidad al producirse el cambio de gobierno de 1999.

#### *MERCOSUR Cultural*

En 1991 se firmó en Asunción del Paraguay el Tratado del MERCOSUR (Mercado Común del Sur) entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En 1992 se aprobaba en Brasilia la formación de una “Reunión Especializada en Cultura”, que fue convocada tres años después. Con posterioridad, diversas acciones se emprendieron en el marco de la integración cultural que apuntaban a un mayor intercambio y conocimiento entre las sociedades de sus países miembros, a través de acercamientos entre universidades, exposiciones de arte y seminarios. Si bien el MERCOSUR Cultural registra pausados avances, mientras requiere mayor énfasis en la consecución de sus propuestas, es indudable el interés que genera la dimensión de un espacio común ampliado para las industrias culturales de la región, en especial las audiovisuales.<sup>5</sup> En ese sentido, los medios de comunicación, la televisión por cable y la incorporación de nuevas tecnologías desempeñarán un papel predominante. Está abierta la posibilidad de aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la tecnología de la información.

#### *Acción Cultural Exterior en el Nuevo Siglo*

El inicio del siglo XXI encuentra a la Argentina sumida en una nueva y grave crisis financiera y social. A fines de 2001 el debilitamiento del gobierno y su incapacidad para

---

<sup>5</sup> Gregorio Recondo (comp.) (1997), *MERCOSUR: La Dimensión Cultural de la Integración*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires.

resolver la crisis de endeudamiento llevan a un punto sin retorno. La acción cultural exterior se encontró francamente limitada y el aislamiento fue el signo inmediato de la crisis. Sin embargo, los resortes sociales, el dinamismo y la creatividad propios de la sociedad argentina empujaron a que la cultura se convirtiera en un espacio de expresión adecuado para canalizar esperanzas y expectativas de cara al futuro.

En esos años comienza a producirse un aumento de la actividad cultural interna. Los datos del SINCA (Sistema de Información de Cultura Argentina) confirman que la cultura no ha perdido su rumbo de crecimiento. La Argentina cultural tiene hoy en día cerca de 500 salas de cine, 2.800 salas de teatro, 3.500 editoriales de libros y 2.000 bibliotecas populares, números bastante más elevados que una década atrás. Lo mismo ocurre con las industrias y servicios culturales, que han aumentado progresivamente su participación en el PBI. Como ejemplo, baste citar que en el año 2000 significaban el 2%, llegando en 2008 a un 3,27% de participación en el PBI.

Este dinamismo trajo aparejado una mayor presencia exterior de la cultura argentina a través de productos exportables como libros, películas y música, facilitando una presencia importante en el continente americano. La principal exportación del sector durante 2008 corresponde a productos editoriales (68%), seguida por el fonográfico (21%) y el audiovisual (11%). El crecimiento registrado en la producción cultural, origina una preocupación por estimular y promover a las industrias culturales desde distintos ámbitos del gobierno: nacional, provincial y municipal. A su vez, gana fuerza la concepción de que estas industrias –aun las pequeñas– son importantes motores de la actividad económica, además de generar circuitos de intercambio transnacionales que colaboran en el posicionamiento internacional de la cultura argentina. Desde la Cancillería se asiste a empresas e instituciones locales para que participen en Ferias y Exposiciones Internacionales, a fin de facilitar el acceso y la presentación de productos argentinos que pueden lograr incidencia en el mercado hispanohablante. Por ejemplo, en la Feria Editorial de Guadalajara participaron 78 expositores argentinos. Se procura recuperar el lugar de liderazgo que Argentina supo ganar en el pasado con sus casas editoriales.

En esta última década de enormes altibajos en la realidad política y económica del país, la acción cultural de la Cancillería logró mantener la presencia exterior a través de diversas acciones. Se mantuvo vigente la participación argentina en las Bienales de São Paulo, Venecia, Arte Joven de La Habana y del MERCOSUR en Porto Alegre. Se consolidó un sistema de asistencia financiera a artistas para presentaciones en el exterior. El cine argentino se exhibe regularmente en los Festivales de San Sebastián, Berlín y Cannes. También el Festival Cervantino de Guanajuato y el Festival Argentino de Folklore en Washington son ejemplos de espacios culturales donde sostenidamente la Argentina ha participado con exponentes de calidad, alimentando el circuito de presentaciones internacionales de sus artistas. Las industrias culturales argentinas se encuentran en expansión y reciben el apoyo de la Fundación Exportar (vinculado a la Cancillería argentina) para su posicionamiento internacional.

#### *Nuevos ámbitos de visibilidad*

A estas acciones culturales en el exterior que la Argentina realiza en forma sostenida se suma actualmente la oportunidad de reposicionar su papel internacional en ocasión de hitos significativos como es la participación como invitado de honor en la Feria del Libro de Frankfurt 2010. Reconocida como el escaparate cultural por excelencia, reviste un interés central para Argentina. Esto colocará a nuestro país en el foco de atención durante los cinco días en Frankfurt y en otras ciudades donde se sumarán actos de significación con destacado lugar para el país invitado.

Desde el Comité formado en Argentina para llevar adelante el proyecto se ha trabajado sobre un esquema que desde el logo y la estética transmitan la idea de “cultura en movimiento”, haciendo alusión a la vitalidad, creatividad e identidad de la producción cultural argentina.

Con eje en las figuras de dos grandes creadores literarios de indiscutible trascendencia como Jorge Luis Borges y Julio Cortázar, el *stand* argentino planteará un diseño de “laberinto abierto” desde donde se desprenderán otras áreas temáticas abordadas: la inmigración en la Argentina, lo que reforzará la idea de un país abierto, y el idioma de los argentinos, donde se reflejará la creación y los textos emblemáticos a partir de la exhibición de primeras ediciones –incluido el *Martín Fierro*–, la pluralidad y el respeto por la creación con la alusión a la literatura de los perseguidos y desaparecidos. La alusión y participación de referentes culturales de prestigio denota un interés de las poderes públicos por posicionar al país en un espacio de reconocimiento de nuestra calidad y creatividad.

El derrotero propiamente literario no se limita a la referencia a los consagrados. La invitación a los escritores contemporáneos Vlady Kocinacich, Mempo Giardinelli, Osvaldo Bayer, Claudia Piñeiro, María Rosa Lojo y Carlos Martínez reforzará la decisión argentina de presentarse como país en movimiento y constante creación.

El proyecto Sur se aboca a la revalorización de la trayectoria literaria argentina y completa el escenario. El mismo promueve la traducción de 140 títulos en 18 lenguas para abarcar 19 naciones. Con esta apuesta la Argentina reflejará la vitalidad de su industria cultural, que edita cada año 20.000 nuevos títulos y ha crecido un 8,5% entre 2003 y 2008. Dar impulso a esta industria y generar alianzas para un nuevo posicionamiento son las ideas que atravesarán la presencia argentina.

La presencia argentina se completará con muestras de arte y arquitectura en diversos espacios, exhibición y encuentro con los mejores humoristas, y proyección de cine en ejes temáticos que van desde la hasta las Guerra de la Independencia hasta las conquistas sociales y la trayectoria de la mujer en Argentina. Programas de danza, música y teatro acompañarán todo el período de la Exposición, permitiendo un re posicionamiento de la cultura del país en varios campos.

La posibilidad de presentar a la Argentina se extenderá a otras ciudades de Alemania como Berlín, donde se “construirá” el Partenón de los libros, obra de la artista plástica Marta Minujin, y símbolo de la creación sin censuras que se construyó en el año 1983 al recuperarse la democracia.

Aunar presencia cultural con signos de identidad, pluralidad, apertura y creatividad son los grandes desafíos que tiene la Argentina por delante para este gran acontecimiento que se desarrollará en octubre de 2010. La Argentina será la protagonista en un año en el que celebra su bicentenario como país.

Otro aspecto que posiciona a la Argentina en el mundo global es la enorme importancia que ha adquirido el idioma español en el mundo. La Argentina ha sabido erigirse como destino de educación y aprendizaje en los últimos años aprovechando el fuerte “tirón” que significa la demanda de nuestra lengua en el mundo. Esta actividad comprende en la

actualidad a cerca de 15 millones de estudiantes extranjeros en 86 países.<sup>6</sup> En el caso argentino ofrece una oportunidad única para sus universidades y centros de enseñanza que se posicionan para participar de este fenómeno mundial. Como otras muchas instituciones de enseñanza de la lengua y cultura argentinas, la Fundación Ortega y Gasset de Buenos Aires recibe anualmente importantes contingentes de alumnos de prestigiosas universidades norteamericanas y brasileñas que encuentran en estas tierras la oportunidad de aprender e insertarse culturalmente en un escenario atractivo. La proximidad del Brasil resulta de enorme ventaja para la Argentina y sus industrias culturales.

Brasil aprobó recientemente la obligatoriedad de ofrecer el español como lengua de enseñanza en las escuelas medias, lo que ha despertado una creciente demanda de profesores e instituciones que puedan colaborar en este proyecto. Frente a este nuevo escenario que dinamiza el sector lingüístico y cultural argentino, la Cancillería coordina con el Ministerio de Educación y la Secretaría de Turismo la promoción del aprendizaje del español a través de programas conjuntos, haciendo de este pilar una nueva forma de dinamizar el conocimiento del país y generar nuevos públicos. Estas políticas de posicionamiento del país como destino de aprendizaje del ELE han dado sus frutos y su crecimiento ha avanzado a un ritmo del 5% anual en los últimos años. Asimismo, y como una forma de potenciar la calidad de la enseñanza local, se aprobó recientemente una certificación propia (CELU) que aspira a liderar las certificaciones reconocidas a nivel regional, con cierto nivel de eficacia.

A través del programa de Promoción de la Universidad Argentina, las universidades locales alcanzan una posición de liderazgo regional en la recepción de estudiantes universitarios extranjeros. Todas estas acciones en las que se actúa en forma mancomunada dan cuenta del potencial cultural y académico de la Argentina, que encuentra en acciones novedosas otras formas de modelar la imagen de país en las generaciones jóvenes.

Las primeras mediciones de este fenómeno indican que la Argentina es un foco de interés. Esto se explica en parte por los menores costes de permanencia, y en parte por una suerte de “atracción del exotismo y los contrastes” que representa un país con geografías diversas y una capital de estilo europeo. El número de estudiantes que eligen Argentina se ha incrementado en un 137% entre 2003 y 2008.<sup>7</sup> Lo que es más notable es el alto índice de satisfacción de los estudiantes respecto a las expectativas que tenían al arribar. Según encuestas realizadas por la Fundación Ortega y Gasset Argentina a lo largo de cuatro años entre estudiantes de diversos países se recoge que el 70% expresó satisfacción con la experiencia argentina y valoró positivamente la vitalidad y amplitud de las manifestaciones culturales. El 93% expresó que volvería a repetir la experiencia en la Argentina.<sup>8</sup>

Distintas situaciones coinciden favorablemente para que la Argentina despliegue nuevas acciones con las que genere espacios de visibilidad, presencia y confianza frente a otros actores de la política internacional que sean de interés para sus objetivos de política exterior.

---

<sup>6</sup> Datos suministrados por el Instituto Cervantes, 2008.

<sup>7</sup> Gabriela Russell, Lía Varela y Luciana Velloso (2008), “La enseñanza del español como lengua extranjera en Argentina: un sector en expansión”, ARI n° 61/2008, Real Instituto Elcano.

<sup>8</sup> Encuestas propias de la Fundación Ortega y Gasset Argentina sobre alumnos ELE, años 2006-2009.

**Conclusión:** En diversas etapas de su historia, la Argentina pudo hacer gala –de manera eficiente– de sus potencialidades culturales hacia el exterior. En el pasado, su diplomacia logró promocionar una imagen de nación plena de oportunidades. En el siglo XX los gobiernos democráticos se empeñaron en transmitir los valores de una sociedad democrática y plural poseedora de marcado dinamismo en la producción cultural. No obstante, las sucesivas crisis –institucionales, económicas y sociales– ocurridas durante el siglo XX fueron desdibujando esos logros y plantearon un recurrente reinicio en sus esfuerzos. En ese horizonte, existieron notables, creativos y acertados esfuerzos por parte de la diplomacia argentina. Pero, con frecuencia, iniciativas encomiables no lograron continuidad en el tiempo. A veces, el curso de las acciones desdibuja los objetivos. Los gobiernos de la democracia todavía tienen que encontrar una deseable continuidad en sus acciones, apuntando a una mejor proyección nacional. La Argentina del siglo XXI tiene el desafío de alcanzar una política exterior cultural con esquemas amplios y flexibles, que integren diversas esferas relacionadas: creatividad, innovación, contenidos educativos, desarrollos científicos, diseño, moda, circuitos intelectuales, arte popular, además de las manifestaciones culturales clásicas. Las industrias culturales y audiovisuales argentinas experimentan una renovada expansión. No obstante, es de interés que se pueda alcanzar una mejor coordinación entre las empresas argentinas y el estado en pos de determinados objetivos. La carencia de una “ley de mecenazgo”, sin duda, atenta contra una mejor sinergia entre las empresas y el Estado. Por parte de los diversos organismos oficiales, se requiere una planificación más articulada de sus esfuerzos, con miras a optimizar los recursos disponibles –usualmente escasos– en acciones redituables de política exterior. La diplomacia cultural tiene que colaborar con la diplomacia pública en la transmisión de valores, contenidos de interés en la opinión pública, y contribuir al desarrollo de debates en la sociedad civil que sean de interés para determinadas metas de la política externa.

*Inés Viñuales*

*Directora de la Fundación Ortega y Gasset Argentina*