

Documento de trabajo 6/2019
16 de abril de 2019



La relación cultural de Estados Unidos y España

Ángel Badillo Matos



La relación cultural de Estados Unidos y España

Ángel Badillo Matos | Investigador principal de Lengua y Cultura española, Real Instituto Elcano | @angelbadillo 

Índice

Introducción	3
Un tiempo político contra la diversidad	4
Un modelo cultural, ¿sin política cultural?	5
Acción exterior en cultura, información y educación.....	8
Un caso de éxito: el programa Fulbright	12
La potencia económica de la cultura estadounidense	17
Tres tensiones: piratería, privacidad y fiscalidad digital	21
La presencia cultural de España en EEUU	24
Las instituciones estatales.....	24
Las instituciones culturales autonómicas	28
El Instituto Cervantes en EEUU	29
Conclusiones: una relación fructífera y un contexto de dificultades	31
Referencias.....	33

Tablas y gráficos

Tabla 1. Principales programas de la acción cultural exterior federal de EEUU (ECA).....	10
Tabla 2. Gasto anual de EEUU en actividades de diplomacia pública en España, 2014-2017..	11
Tabla 3. Los 20 países con mayor gasto en diplomacia pública de EEUU, 2016-2017	12
Tabla 4. Evolución de las movilidades España-EEUU en los programas Fulbright, 1958-2018.	13
Tabla 5. Los 10 principales países de origen y destino de los programas Fulbright	15
Tabla 6. Circulación de estudiantes e investigadores entre EEUU y España, 2017.....	16
Tabla 7. Comercio de servicios culturales entre EEUU y España, ingresos por propiedad intelectual, 2010-2017	19
Tabla 8. Libros en español más vendidos en EEUU, 23/IX/2018	20
Tabla 9. Sitios web con mayor tráfico en España, 2018.....	24
Tabla 10. Actividades del programa <i>Spain Arts and Culture</i> , 2018	27
Ilustración 1. La financiación cultural en EEUU	7
Ilustración 2. El Departamento de Estado y la diplomacia pública estadounidense	10
Ilustración 3. Áreas de conocimiento de las movilidades Fulbright, 2017	14
Ilustración 4. Destino de los estudiantes estadounidenses del programa Fulbright, 2016	15
Ilustración 5. La acción española en cultura y educación en EEUU, 2018.....	26
Ilustración 6. Número de actividades de <i>Spain Arts and Culture</i> , 2018.....	27
Ilustración 7. Los principales institutos culturales europeos en EEUU, 2018	28
Ilustración 8. Sedes en EEUU de Cervantes y AECID, 2018	30

Introducción¹

“Believe it or not, entertainment is part of our American diplomacy. It’s part of what makes us exceptional, part of what makes us such a world power.”
(Barack Obama, discurso en los estudios Dreamworks, California, 26/XI/2013)

Si hay un país en el mundo que representa las capacidades del “poder suave”, ese es EEUU. No porque no disponga de “poder duro”, sino por la capacidad que el país ha tenido de combinar ambos en la consolidación de su liderazgo mundial durante décadas y, en el campo cultural, de producir una simbiosis entre las iniciativas pública y privada para conseguir ser la referencia occidental en el mundo de la post-Guerra Mundial y hasta hoy. Como cantaba Renato Carosone a los jóvenes italianos de los años 50, atraídos por el *American way of life* –que jugaban al béisbol, bebían whisky con soda, bailaban rock’n’roll y fumaban Camel– “te haces el americano, pero naciste en Italia”. Esa “seducción” cultural se ha etiquetado durante estas últimas décadas como una forma de dominio imperialista, como arma de propaganda masiva, o simplemente como una cultura popular irresistible. Pero, en todo caso, la influencia de la cultura estadounidense ha convertido en muchas de sus expresiones en estándares de la cultura *mainstream* mundial, un proceso que sólo se ha acelerado con la mundialización de los flujos en las redes digitales.

Ese proceso se ha vivido también en la relación cultural entre EEUU y España, con los matices de la particular historia de nuestro país en el último siglo. Durante la dictadura franquista, la relación bilateral tiene su punto de clivaje en las consecuencias geopolíticas de la Guerra Fría que llevan a EEUU a reconocer al régimen español con la firma de un primer acuerdo militar y de ayuda (1953, renovado en 1963) y a promover su incorporación a Naciones Unidas (la famosa “cuestión española” resuelta en 1955), con las contradicciones que eso suponía tanto frente a las fuerzas democráticas españolas, del exilio exterior e interior, como al debate público norteamericano e internacional, el llamado a veces asunto de los *friendly tyrants*. Los esfuerzos de acercamiento a las elites españolas (por ejemplo, los intercambios promovidos por la Comisión Fulbright desde 1958) y la diseminación de propaganda mantuvieron el principio de “*avoid involvement, while maintaining sufficient flexibility to protect our interests*”, como literalmente se expresaba el Departamento de Estado estadounidense en 1970. [1] Durante más de una década, el programa Fulbright se constituye como el único vínculo institucional de los dos países en los campos académico y cultural. [2]

Cuando en 1970 se firma el Convenio de Amistad y Cooperación, la ciencia, la educación y la cultura se incorporan como piezas de la relación que sirven para “superar el carácter estrictamente militar de los pactos de 1953” [4], dando origen a los *Non Military Agreements* (NMA) que seguirán desarrollándose en los años siguientes, en paralelo a los programas Fulbright. La firma del Tratado de Amistad y Cooperación [5] comenzó el proceso de recuperación de una relación normalizada por las instituciones democráticas en ambos países, en la cual las dimensiones culturales, educativa y científica se apreciaban como central precisamente para diversificar una relación

¹ Algunas partes de este texto reproducen un reciente informe realizado desde el Real Instituto Elcano sobre la circulación de la cultura en español en EEUU, del que son autores Jéssica Retis-Rivas, Azucena López Cobo y Ángel Badillo, que se encuentra en prensa y será publicado en 2019.

demasiado asentada sobre las cuestiones de defensa [6] , y de hecho así pasaron a constituir acuerdos complementarios desde ese momento, siguiendo la directriz expresada por Kissinger en 1972 de “*try to project an image of attaching importance to our non-military, as well as our defense, cooperation with Spain*” [4]. A raíz de la firma del Tratado y el siguiente Convenio [7], se creó un Comité Conjunto Hispano-Norteamericano para la Cooperación Cultural y Educativa que dispuso de fondos para promover actividades culturales y educativas durante los 14 años de su existencia, lo que –como explicaba hace algunos años su directora– “no tiene parangón en la historia de los intercambios culturales y educativos entre los Estados Unidos y otros países, al dedicar fondos procedentes básicamente de un tratado militar y de defensa a fines culturales y educativos” [8]. Los términos de los acuerdos subrayan fundamentalmente la centralidad de la ciencia –en especial el apoyo a la medicina y las ciencias biológicas [4]–, de la mejora del sistema educativo y de los programas de intercambio como el eje de la relación institucional, siguiendo la línea iniciada en 1958.

Una década después, una nueva Comisión de Intercambio Cultural, Educativo y Científico [9] se crea a partir del Acuerdo firmado en materia de Cooperación Educativa, Cultural y Científica, prorrogado hasta 2004 y desde entonces de manera indefinida, y cuyo texto incide una vez más en las cuestiones educativas y científicas, y apenas desglosa las culturales. La centralidad de las dimensiones educativa y científica en la relación bilateral en materia de diplomacia pública es, como vemos, indiscutible, lo que si bien resulta comprensible –tanto por la importancia del tejido universitario como de la producción científica estadounidense– deja el ámbito cultural en manos de la iniciativa privada y de la sociedad civil, como ocurre con la política cultural interior.

Un tiempo político contra la diversidad

El primer elemento que debemos tener en cuenta para comprender la situación de la relación cultural bilateral es el efecto que está teniendo el primer bienio de Trump en la Casa Blanca. Como hemos comentado en análisis anteriores [10, 11], el resultado electoral de 2016 culminaba un proceso de reestructuración en el GOP con causas muy diversas. El descontento republicano por el rescate a los bancos –que muchos entendieron como una traición a los principios del libre mercado y un acto de sumisión de Bush, McCain y Obama al *establishment* económico y al intervencionismo estatal–, las políticas de Obama y los efectos de la transformación de la economía estadounidense fueron progresivamente dando pie a movimientos ultranacionalistas en el espacio político del republicanismo que cimentaron el cambio de ciclo político de las elecciones presidenciales de 2016 a partir de lo que el renovador del pensamiento conservador norteamericano, el filósofo y politólogo Paul E. Gottfried, bautizó en 2008 como *alternative right* (derecha alternativa, llamada también *alt-right*).

Si las últimas dos décadas estuvieron marcadas por la hegemonía neoliberal en el partido republicano, este nuevo período parece estar dominado por el llamado “paleoconservadurismo” (*paleoconservatism*), rearmado ideológicamente por organizaciones políticas, sociales e incluso académico-intelectuales muy próximas en algunos casos a las tesis supremacistas y a la extrema derecha. La fractura de los medios de comunicación y su alineamiento político es otro de los síntomas de este proceso en el que los argumentarios de la *alt-right* han pasado de los espacios de la

talk-radio al canal de noticias *Fox News* y han extendido una posición muy crítica con los grandes medios por parte del público conservador. Como recientemente expresaba Charles C.W. Cooke en la revista conservadora *National Review*: “*Despite presenting an opportunity for sobriety and excellence, the election of President Donald Trump has been an unmitigated disaster for the political media, which have never reckoned with their role in Trump’s elevation and eventual selection, and which have subsequently treated his presidency as a rolling opportunity for high-octane drama, smug self-aggrandizement, and habitual sloth*” [12].

Trump, “*sus torres y su muro*” (las metáforas de sus dimensiones empresarial y política), han consolidado un nuevo clima social fuertemente contrario a la diversidad y que ha explotado la emigración como la causa de los problemas sociales y económicos de las clases medias. Considerando que el 51% de los extranjeros residentes en EEUU procede de América Latina, la simplificación de la imagen del emigrante es la del latino, responsable de la supuesta degeneración social del país. Nada más lejos de la compleja realidad del fenómeno hispano en EEUU [13]. El idioma español es, por lo tanto, el símbolo del grupo social responsable de ese deterioro, y su uso un síntoma de la división identitaria del país. Pese a la antigüedad de su presencia en el territorio, el español es percibido como lengua invasora, y no patrimonial; pese a la importancia y la integración política y social de los hispanos, el español es percibido como amenazante [14], el temor que expresaba hace una década Samuel Huntington: “*continuation of this large immigration (without improved assimilation) could divide the United States into a country of two languages and two cultures*” [14]. No es extraña la decisión de retirar la web en español de la Casa Blanca a las pocas horas de la toma de posesión de Trump. En los últimos años, hasta 32 estados han aprobado legislaciones de *English Only* (o *English Official*) [10], en cuyo germen puede encontrarse, desde el inicio, el elemento antihispano [14].

En 2019, EEUU ha concretado su segunda salida de UNESCO, a la que acusa nuevamente de ser un instrumento al servicio de sus enemigos [16] y lo ha hecho sin llegar a firmar el último gran documento de la organización, la Convención sobre la protección y promoción de la diversidad cultural de 2005. Tanto en el plano interno como en el externo, la acción cultural estadounidense constituye un modelo absolutamente particular.

Un modelo cultural, ¿sin política cultural?

El modelo cultural estadounidense es bien distinto del europeo-español, tanto en la política cultural interior como en la acción cultural exterior, sobre todo por la debilidad, o incluso la ausencia, del aparato institucional más habitual en el viejo continente. Pese a los intentos en 1874 y 1879 de impulsar un *Federal Council* dedicado a la cultura, solamente una *Commission on the Fine Arts* funcionó entre 1910 y los años 50, y sólo para emitir recomendaciones en ciertos temas de arte y arquitectura en el distrito de Columbia. En ese período, varios programas se pusieron en marcha en torno a la *Works Project Administration* para generar actividad en la literatura, el teatro o la música, fuertemente debilitados por la crisis de 1929. Ninguno de los proyectos para crear una administración federal en torno a la cultura salió adelante en el Congreso. Como

resumen Heilbrun y Gray [17], “*although government support for the arts was commonplace in Europe, opinion in the United States was quite hostile to the idea*”.

A mediados del siglo XX, el asentamiento del consumo cultural en las clases medias urbanas y ejemplos como el programa de artes de la Fundación Ford o el *New York State Council for the Arts* creado por el gobernador Nelson Rockefeller, impulsaron al gobierno Kennedy a reflexionar sobre el papel de la administración federal en la promoción de las artes y la cultura. El informe Heckscher [18] condujo a la aprobación de la *National Arts and Cultural Development Act* [19] y la creación de la *National Foundation on the Arts and Humanities* [20], con dos divisiones de financiación llamadas *endowments*: el *National Endowment for the Arts* (NEA) y el *National Endowment for the Humanities* (NEH) –de orientación más académica–, supervisados cada uno por un *National Council* de notables de cada campo. A ellos se añade después el *Institute of Museum and Library Services* (IMLS), una agencia independiente del gobierno federal establecida en 1996 y que constituye el principal apoyo para las bibliotecas y los museos del país.

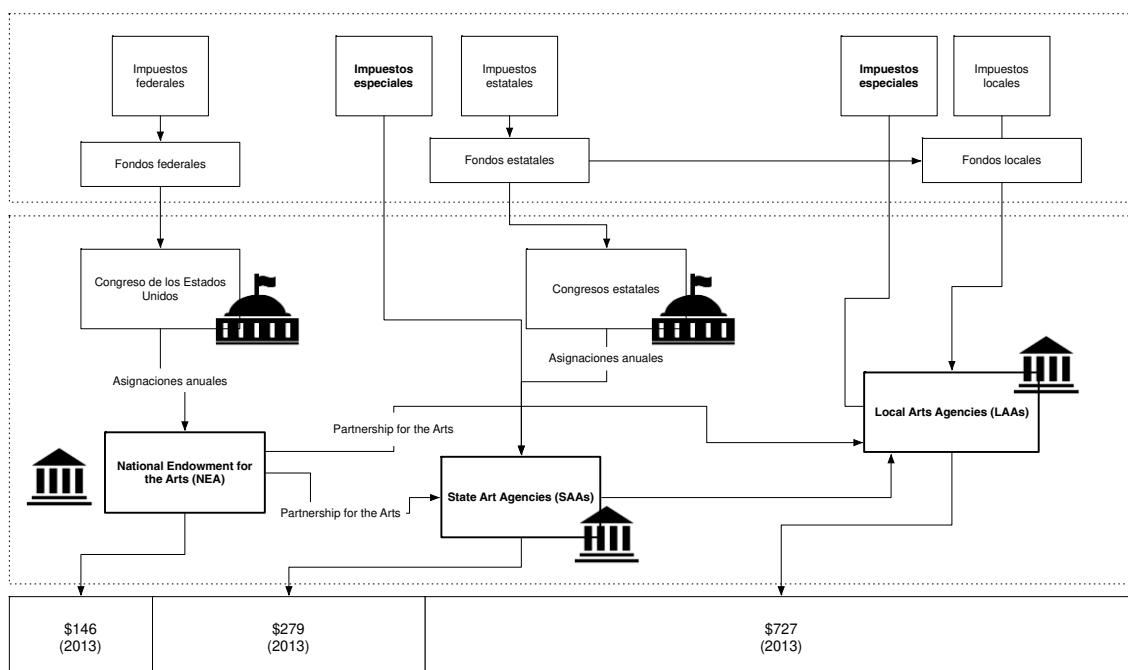
Todo este proceso se realizó con un enorme recelo ante la posibilidad de que la administración ejerciera un control dirigista de la actividad cultural, que optase más por la intervención que por la asistencia al campo artístico-cultural en el contexto de la Guerra Fría y con el ejemplo de la centralidad propagandística que el diseño de la política cultural tenía en esos momentos en la Unión Soviética y en los países comunistas. “*Political interference in the arts should be repugnant to all Americans*”, afirmaba durante el trámite parlamentario el congresista republicano John J. Rhodes, siguiendo la línea expresada por el informe Heckscher de diseñar un modelo “*not copied after European models, but keyed to the particular conditions of diversity and decentralization prevailing in the United States*” [18]. El período en el que en todo el mundo emerge la cultura como un asunto relevante para las políticas públicas es también el de la Guerra Fría entre EEUU y la Unión Soviética, la post-Guerra Mundial en la que el recuerdo del uso de la cultura en los regímenes fascistas está muy presente, lo que contribuye a que la cultura se incorpore al paradigma del *marketplace of ideas* que sintetiza una concepción fundamentalmente liberal del derecho a la libre expresión estadounidense. En el debate de ideas en torno al diseño institucional de la política cultural estadounidense, el peso de la perspectiva liberal resulta determinante [21, 22]. Como se afirma en los sitios web de varias embajadas de EEUU al referirse a la cultura, la ausencia de un ministerio refleja “*the conviction that there are important areas of national life where government should have little or no role*”.²

Emerge así el particular sistema estadounidense de “financiación de las artes”, que pretende descontaminarlo de la acción política y por tanto evitar la tentación dirigista, lo que se conoce comúnmente en el campo de las políticas culturales como *arm’s length principle* [23], traducible como “la necesaria distancia”, en este caso entre la administración y los actores culturales. Sin embargo, como afirma Cowen [24], “*subsidy does not imply complete neutrality across different visions of the arts. A decentralized system inevitably favors some artistic visions over others, whether intentionally or not*”.

² La expresión aparece literalmente en los sitios web de las embajadas estadounidenses en Alemania, China y Corea del Sur en el momento de escribir este texto.

Desde el punto de vista territorial, las administraciones culturales de los estados se crearon como reflejo del NEA, y de manera genérica puede decirse que replican sus funciones y estructuras. Hay, por tanto, una voluntad explícita de que la política cultural se articule en torno a una agencia más o menos independiente que gestiona la financiación, mediante convocatorias abiertas, de la producción, la circulación, la difusión, la educación o el acceso a la cultura, no mediante la acción estatal directa que fije una agenda de temas o áreas concretas. La importancia de los poderosos *lobbies* de las industrias culturales estadounidenses en mantener este *statu quo* es indudable.

Ilustración 1. La financiación cultural en EEUU



Datos en millones.

Fuente: elaboración propia.

Esta tensión entre la necesidad de estimular la actividad del sector y la prevención respecto a construir un modelo centralista o dirigista explica, además, la utilización del término *arts* en lugar del de *culture* en la acción pública en esta materia en EEUU, pese a que en otros países angloparlantes —como el Reino Unido y Australia— el término *cultural policy* está sobradamente consolidado. La elección del término *arts policy* frente al de *cultural policy* tiene sus causas y consecuencias en un modelo particular de relación entre la acción pública y la producción y consumo de la cultura [25]. El propio NEA explica que su mandato no es fijar líneas de política cultural, sino distribuir los fondos con criterios de carácter técnico: “*Direct public support is not used to impose arts policy. Instead, government decisions on arts funding tend to be driven by experts in a given field or discipline. Candidates for those funds are almost always subject to rigorous peer review, which ensures that the awards are based on merit, not on policy aims or on political favoritism*” [26].

La orientación hacia las artes de la iniciativa pública deja clara la intención de dejar al mercado todas aquellas formas de expresión cultural de consumo masivo (la cultura popular, frente a la *highbrow culture*), y proteger desde la financiación pública las formas de expresión minoritarias que merecen el cuidado desde lo público. Aunque el NEA ha tenido oscilaciones en esta orientación [27], no es extraño que aparezca en su Plan Estratégico 2014-2018 como objetivos para este período los de “*support the creation of art that meets the highest standards of excellence, foster public engagement with diverse and excellent art and promote public knowledge and understanding about the contributions of the arts*” [28]. La financiación procede básicamente de dos fuentes: la directa de los fondos públicos federales, estatales y locales, y la indirecta, proporcionada por los fondos privados de fundaciones, empresas y particulares estimulados por las deducciones fiscales. En 2014 el gasto público en cultura en EEUU supuso 1.230 millones de dólares, más de dos tercios de los cuales provienen de las administraciones locales, 146 millones del NEA y 307 millones de las asignaciones de cada uno de los estados [29, 30]. En los últimos 20 años, la financiación pública de la cultura se ha incrementado en casi un 20%. El gasto privado es mucho mayor: solo las 1.000 mayores fundaciones de EEUU donaron a la categoría *Arts and Culture* un total de 2.166 millones de dólares en 2013 (un 8,2% del total) [31].

Acción exterior en cultura, información y educación

La estructura exterior de la acción cultural estadounidense es consecuencia al menos de dos factores: las necesidades de proyección de las décadas de Guerra Fría y su particular modelo de política cultural interior. Los mismos principios de mínima intervención estatal que justifican el modelo de la política cultural estadounidense están tras la inexistencia de un aparato cultural institucionalizado para la acción exterior comparable a los institutos culturales de muchos países –pese a que en ocasiones se haya mirado al British Council como un modelo a seguir–; el despliegue de radios y televisiones transnacionales como herramientas de promoción de los intereses políticos, económicos y estratégicos de EEUU en todo el mundo durante la Guerra Fría explica la existencia, aún, de un importante aparato de radiodifusión exterior. Pese a todo, el país gastó 2,28 millardos de dólares en 2017 en sus acciones de diplomacia pública –casi un tercio en radiodifusión internacional y otro más a los intercambios [32] – a través de un conjunto de instrumentos diseñados e integrados en las últimas décadas.

Los orígenes inmediatos de la acción exterior en materia de cultura, comunicación e información de EEUU se asientan en la *United States Information Agency* (USIA), creada por Eisenhower en 1953 para gestionar las necesidades de promoción internacional de EEUU en la Guerra Fría, y en la *Fulbright/Hays Act* de 1961, que tiene como propósito “*to increase mutual understanding between the people of the United States and the people of other countries by means of educational and cultural exchange*” [33 § 2451]. Durante los años 50 y 60, la USIA promovió los intercambios culturales y educativos, las publicaciones y sobre todo la radiodifusión mundial de información favorable a los intereses estadounidenses. En 1978 la USIA se fusionó con la oficina de asuntos culturales y educativos del Departamento de Estado para crear la *International Communications Agency* (ICA). Finalmente, la reestructuración del sistema exterior durante la administración Clinton (1992-2000) acabó con la USIA en 1999 (diluyéndola en el Departamento de Estado), sustituida por una *Under Secretary of State for Public*

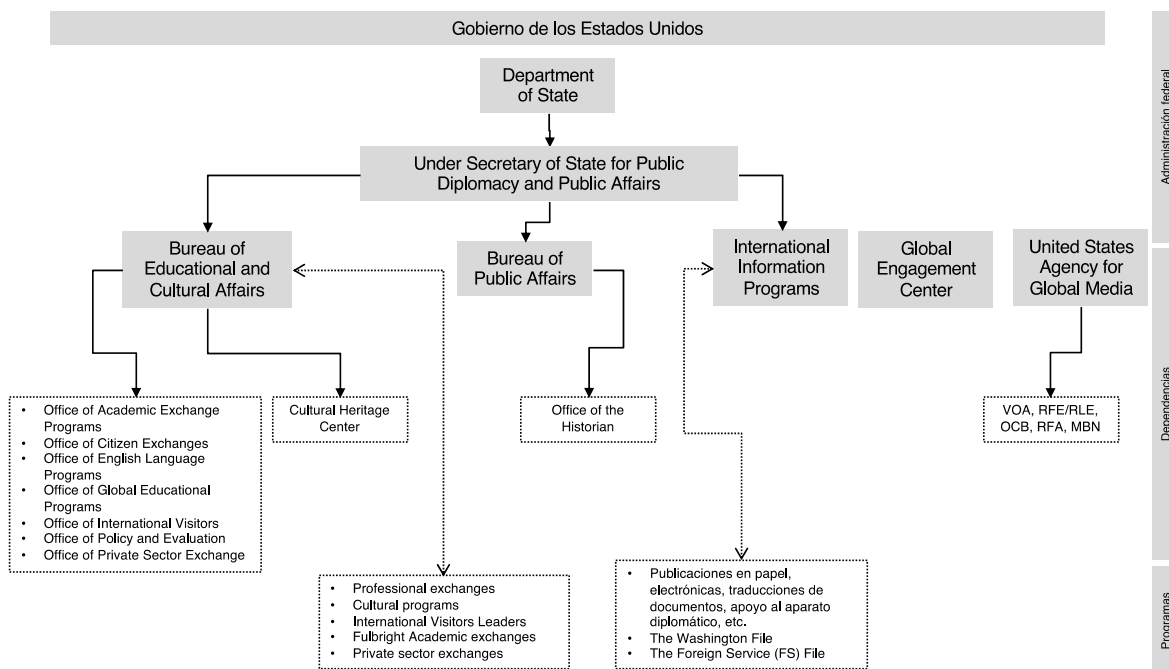
Diplomacy and Public Affairs, de la que dependen tres ramas de actividad: la de *Educational and Cultural Affairs* (ECA), el *Bureau of Public Affairs* (PA), y los *International Information Programs* (IIP), más el *Global Engagement Center*, encargado desde 2016 de combatir los mensajes de organizaciones terroristas [33 § 2460]. Durante los primeros años de este nuevo modelo se constituyó un *Advisory Committee on Cultural Diplomacy*, cuyo informe final recomendaba aumentar los medios y la profesionalización de los funcionarios dedicados a la diplomacia cultural, crear una institución similar al British Council, potenciar la cooperación con los países musulmanes y, esencialmente, potenciar un “*long-term commitment to winning the hearts and minds of reasonable people everywhere*” [34]. Desde ese momento la diplomacia cultural estadounidense se diluye en la diplomacia pública, guiada por los principios de *transformational diplomacy* de Condoleezza Rice o de *smart power* utilizado por Hillary Clinton [35].

Dentro del campo de la diplomacia pública estadounidense, el *US Department of State's Bureau of Educational and Cultural Affairs* (ECA) es la institución más destacable. ECA mantiene un programa de proyección cultural exterior, apoya la participación de artistas en exposiciones internacionales, promueve la proyección de cine estadounidense fuera del circuito comercial en todo el mundo, o financia movilidades internacionales de artistas. Además de los programas de movilidad y proyección artística, el ECA sostiene el *Cultural Heritage Center*, encargado de la protección y promoción del patrimonio histórico y cultural tanto en EEUU como en todo el mundo.

A esos programas hay que agregar *Art in Embassies*, un catálogo de producción artística estadounidense disponible para las embajadas en todo el mundo desde mediados de los 50 (dependiente también del *Department of State*), y el *Ambassadors Fund for Cultural Preservation* (administrado desde el ECA), a través del cual se financia la conservación de patrimonio en otros países, y por supuesto la acción internacional desarrollada por las cincuenta agencias estatales.

Las funciones de la USIA en materia de radiodifusión exterior fueron asumidas por la *United States Agency for Global Media* (USAGM) –heredera del *Broadcasting Board of Governors*–, encargada de las numerosas señales audiovisuales no militares que EEUU emite en todo el mundo pero que son particularmente relevantes en ciertos territorios con el objetivo de “*inform, engage and connect people around the world in support of freedom and democracy*”: *Voice of America*, *Radio Free Europe/Radio Liberty*, *Office of Cuba Broadcasting*, *Radio Free Asia* y *Middle-East Broadcasting Networks*.

Ilustración 2. El Departamento de Estado y la diplomacia pública estadounidense



Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. Principales programas de la acción cultural exterior federal de EEUU (ECA)

Programa	Objetivo	Organismo responsable
Programas de promoción exterior		
American Arts Incubator Program	Cooperación cultural con Asia	ECA
American Film Showcase	Promoción internacional de cine no comercial	ECA
American Music Abroad	Promoción internacional de música estadounidense	ECA
Arts Envoy	Promoción internacional de artistas estadounidenses	ECA
DanceMotion USA	Promoción internacional de danza estadounidense	ECA
Next Level	Cooperación cultural con artistas hip-hop	ECA
Venice Architectural Biennale	Gestión de la participación de EEUU en la bienal veneciana	ECA
Venice Art Biennale	Gestión de la participación de EEUU en la bienal veneciana	ECA
Programas de visitantes a EEUU		
OneBeat	Visitas de músicos a EEUU	ECA
International Writing Program	Visitas de escritores a EEUU	ECA
Cultural Visitors	Visitas de artistas a EEUU	ECA
Center State	Visitas de artes escénicas a EEUU	ECA

Fuente: elaboración propia.

La diplomacia exterior estadounidense contempla distintos tipos de presencia institucional en los países con los que mantiene relaciones, en concreto:

- (a) *American Centers*, gestionados directamente por las delegaciones, promotores de actividad cultural y de información para la movilidad de estudiantes e investigadores. En España, el programa ASP Spain ha puesto en marcha tres, en Valencia (2013, con la Universidad Politècnica), Madrid (2014, con el Instituto Internacional) y Barcelona (2016, en la Biblioteca del distrito Sant Andreu).
- (b) *American Spaces*, con varias modalidades. Los *American Corners* suelen ser lugares proporcionados por los países a los que las embajadas estadounidenses aportan contenido. Los *Binational Centers* (BNCs) están básicamente desplegados en Latinoamérica y Europa, y tienen una estructura autónoma, con financiación procedente de sus propias actividades académicas (clases de inglés). Existen también *Hybrid Spaces* y *Moveable Spaces*, de importancia menor, aunque España no alberga ninguno de estos últimos *American Spaces* en la actualidad.

El Departamento de Estado gasta anualmente unos 400 millones de dólares en diplomacia pública, de los cuales alrededor de 3 millones de dólares se emplean en financiar la actividad estadounidense en España, cifras similares a las de Italia o Francia.

Tabla 2. Gasto anual de EEUU en actividades de diplomacia pública en España, 2014-2017

	2014	2015	2016	2017
Gasto en España	3.085.913	2.747.549	2.899.761	2.701.495
Support for Mission Initiatives				638.536,07
Cultural Programs				381.000,77
Digital Outreach				354.756,43
Media/Press Activities				305.291,20
American Spaces				173.150,94

Datos en dólares.

Fuente: Departamento de Estado de EEUU.

Tabla 3. Los 20 países con mayor gasto en diplomacia pública de EEUU, 2016-2017

	País	Gasto en 2016	Gasto en 2017	% variación
1	Afganistán	58.456.635	38.729.000	-34
2	Pakistán	53.161.799	33.840.000	-36
3	Rusia	9.745.637	14.480.811	+49
4	Ucrania	7.017.209	11.608.335	+65
5	Iraq	12.558.042	10.377.789	-17
6	Japón	9.984.569	9.360.347	-6
7	China	8.265.903	7.996.382	-3
8	India	9.342.161	7.641.363	-18
9	Brasil	6.866.632	7.539.686	+10
10	Georgia	5.031.863	7.260.350	+44
11	Moldova	2.259.563	6.345.050	+181
12	Alemania	6.169.781	6.124.164	-1
13	Indonesia	7.219.386	6.054.188	-16
14	Bosnia y Herzegovina	3.698.383	5.170.280	+40
15	México	4.383.523	5.088.341	+16
16	Israel	4.700.589	5.026.077	+7
17	Territorio Palestinos	4.025.041	4.635.289	+15
18	Nigeria	7.475.814	4.594.054	-39
19	Corea del Sur	4.396.868	4.510.812	+3
20	Sudáfrica	3.829.475	4.238.838	+11
...				
35	España	2.899.761	2.701.495	-7

Datos en dólares.

Fuente: Departamento de Estado de EEUU.

Un caso de éxito: el programa Fulbright

De entre todas las iniciativas de la diplomacia pública estadounidense, la más prominente es el intercambio educativo. Creado en 1946 por el senador de Arkansas J. William Fulbright, el programa se articuló definitivamente en 1961, como parte de un conjunto de políticas de cooperación exterior de la administración Kennedy (la *Foreign Assistance Act* y la *Peace Corps Act*). A 60 años de su llegada a España –en 1958–, las

movilidades financiadas por el Congreso de EEUU a través del *US Department of State's Bureau of Educational and Cultural Affairs* (ECA) siguen siendo la más visible de las acciones estadounidenses en materia de diplomacia pública en España.

En realidad, la iniciativa Fulbright está hoy compuesta por una docena de programas destinados a financiar estudios a alumnos, profesores e investigadores de EEUU y otros 155 países fuera de sus lugares de origen.³ En conjunto, los programas de intercambio académico suponen una inversión de 232 millones de dólares anuales, más de la tercera parte de los programas de movilidad gestionados por ECA.

En España, donde como hemos señalado comenzaron a operar en 1958, los distintos programas Fulbright son gestionados por una comisión bilateral que codirigen la embajada de EEUU y la AECID. Las becas de españoles en EEUU son financiadas por el Estado y varias administraciones autonómicas –además de un conjunto de patrones privados–, mientras EEUU se hace cargo de los gastos administrativos, el coste de los seguros y la supervisión de los estudiantes; los estudiantes estadounidenses son financiados por ambos Estados. Más de 250 estudiantes participaron en la última edición del programa, que consolidó una tendencia que aparece en los últimos años: son más numerosos los visitantes estadounidenses en España que los españoles en los campus norteamericanos.

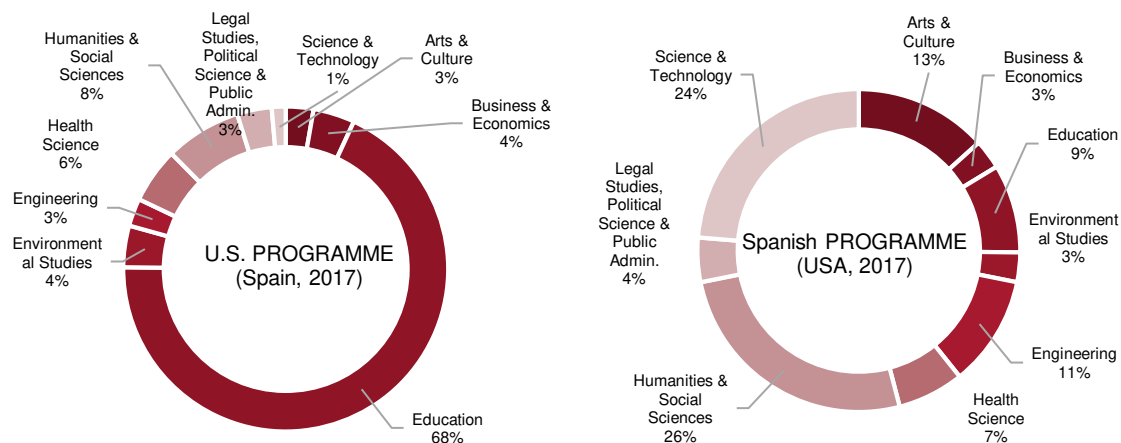
Tabla 4. Evolución de las movilidades España-EEUU en los programas Fulbright, 1958-2018

Por décadas	1958-69	1970-79	1980-89	1990-99	2000-09	2010-18	Total
Becarios programa España	623	788	1.566	821	885	791	5.474
Becarios programa EEUU	498	257	348	420	656	1.045	3.224
Total década	1.121	1.045	1.914	1.241	1.541	1.836	8.698

Fuente: Comisión Fulbright España.

³ USACPD, *2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting*. 2018, United States Advisory Commission on Public Diplomacy: Washington.

Ilustración 3. Áreas de conocimiento de las movilidades Fulbright, 2017

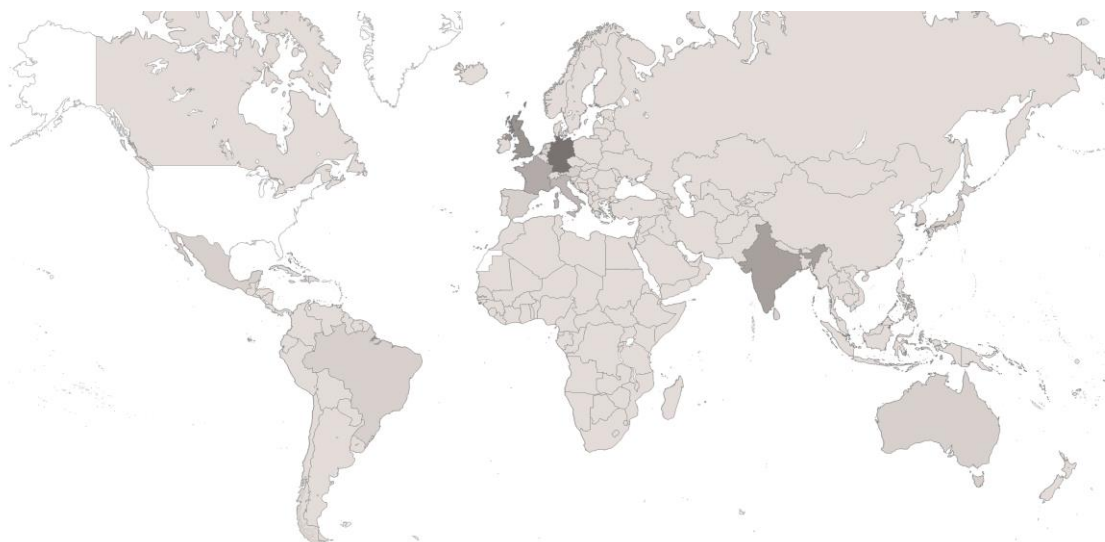


Fuente: elaboración propia sobre datos del informe anual de la Comisión Fulbright España, 2017.

Dentro del programa Fulbright, un total de 5.474 españoles han disfrutado de movilidades en universidades estadounidenses en los últimos 60 años, y 3.224 estadounidenses lo han hecho viniendo a nuestras instituciones educativas. Los destinos de los españoles son los principales campus de ese país: en la última década, la cuarta parte de las casi 1.000 movilidades se dirigió a Columbia University, NYU, Harvard, UC Berkeley, MIT y Stanford. En cuanto a las disciplinas, las más habituales han sido las ingenierías y las ciencias biológicas, seguidas por economía, química y medicina, aunque si nos fijamos sólo en los datos de la última década, los idiomas, las relaciones internacionales y el audiovisual se incorporan a las principales preferencias de los estudiantes beneficiados de estas movilidades.

Entre los Fulbright estadounidenses, la serie histórica muestra a la Complutense como el destino de la mayor parte de ellos (más del 18%), seguida de Barcelona, Sevilla, Autónoma de Madrid, Autónoma de Barcelona, Granada, Santiago y Salamanca; en la última década el destino principal es el IE Business School, pero la especialidad de los becados es abrumadoramente la enseñanza de la lengua inglesa. Lo más llamativo de todo es comprobar, con arreglo a los últimos datos publicados por Fulbright para 2016, que España es el cuarto destino de las movilidades de los estudiantes estadounidenses, sólo por detrás de Alemania, la India y Corea.

Ilustración 4. Destino de los estudiantes estadounidenses del programa Fulbright, 2016



Fuente: elaboración propia sobre datos de J. William Fulbright Foreign Scholarship Board (FFSB) Reports (2017).

Tabla 5. Los 10 principales países de origen y destino de los programas Fulbright

	Origen 2016		Origen 1946-2016		Destino 2016		Destino 1946-2016	
Pakistán	202	Alemania	28.685	Alemania	256	Alemania	20.429	
Indonesia	182	Reino Unido	15.605	India	164	Reino Unido	12.488	
Rusia	154	Francia	11.653	Corea del Sur	141	India	10.333	
Afganistán	133	Italia	7.648	España	130	Francia	8.448	
Argentina	127	Japón	7.571	Malasia	110	Italia	6.634	
México	126	España	6.889	México	109	Sri Lanka	3.827	
Egipto	124	India	6.005	Taiwán	107	España	3.683	
India	123	México	5.616	Colombia	92	Austria	2.906	
China	120	Noruega	4.819	Reino Unido	89	Corea del Sur	2.842	
<i>Total mundial</i>	4.337		246.709		3.246		154.778	

Fuente: elaboración propia sobre datos de J. William Fulbright Foreign Scholarship Board (FFSB) Reports (2017).

Los resultados del programa Fulbright subrayan la buena salud de la relación bilateral en materia de movilidad estudiantil. El portal *Study in Spain* –creado en 2013 desde ICEX, Turespaña, el Cervantes y el MECD– ofrece información en línea y participa en las ferias educativas estadounidenses para promover las movilidades. Los datos son muy positivos:

- (a) El mejor dato en este sentido lo ofrece el atractivo de España para los estudiantes universitarios estadounidenses: nuestro país es el tercer destino, con más de 31.000 estudiantes el último curso, sólo detrás del Reino Unido e Italia (pero con cifras cercanas) y duplicando las cifras de Francia. Sumando el dato de las movilidades Fulbright, España es un destino de una importancia central para los estudiantes estadounidenses, una cuestión que debe cuidarse y potenciarse.
- (b) La movilidad de estudiantes universitarios españoles en EEUU supera los 7.000 alumnos por año en los últimos cursos, una pequeña porción del millón de universitarios internacionales que acogen los campus estadounidenses, con China (33% del total) y la India (18%) al frente de los países que más estudiantes envían.
- (c) En los últimos dos años, más de 3.000 investigadores y profesores españoles han pasado por los campus estadounidenses como visitantes (alrededor de un 2,3% de los 134.000 *international scholars* en las universidades en el curso 2016-2017). En los últimos cursos, en esta categoría uno de cada tres visitantes es de origen chino.⁴ Muchos de esos investigadores, aunque especialmente aquellos que viven permanentemente en EEUU, han promovido la creación de redes como ECUSA (Españoles Científicos en USA), que cuenta con más de 1.000 miembros. El mayor problema para las movilidades lo constituye siempre el sistema de visados, pero aún se puede hacer mucho trabajo en ese asunto, como muestra el reciente *MoU* firmado entre EEUU y Portugal, que permitirá 400 movilidades en cada sentido en las áreas de innovación, crecimiento organizacional y desarrollo [37].

Tabla 6. Circulación de estudiantes e investigadores entre EEUU y España, 2017

Indicador	Valor	Observaciones
Estudiantes de EEUU en España	31.230 (9,4% del total extranjeros)	Curso 2016/2017. Fuente: IEE Open Data
Estudiantes españoles en EEUU	7.489 (0,7% del total)	Curso 2017/2018. Fuente: IEE Open Data
Investigadores españoles en universidades de EEUU	3.135 (2,3% del total)	Curso 2016/2017. Fuente: IEE Open Data

Fuente: elaboración propia.

⁴ IIE, *International Scholars: Places of Origin*. 2018, Institute of International Education: Washington.

La potencia económica de la cultura estadounidense

El sector cultural, en su conjunto, tiene un valor económico estimado de casi 700.000 millones de dólares en la economía estadounidense. Los datos que periódicamente publica el *Bureau of Economic Analysis* (BEA) cifran en un 4,32% su contribución a la economía nacional [38]. El trabajo conjunto del BEA y el *National Endowment for the Arts* ha permitido elaborar desde hace algunos años una detallada cuenta satélite de las artes y la cultura (*Arts and Cultural Production Satellite Account*, ACPSA). Los datos del BEA incluyen tanto a los sectores industriales como a aquellos considerados como sin ánimo de lucro. En una economía en la que sólo el audiovisual supone más de 200.000 millones de dólares anuales, el modelo de acción pública se concentra en aquellas áreas en las que no existe un mercado que garantice su existencia y, por tanto, la producción artística y el acceso de los ciudadanos a diversos contenidos y formas de expresión estética.

Como señala el informe mundial sobre industrias creativas publicado por UNESCO en 2015, el sector audiovisual estadounidense es el más importante del mundo. La mitad de la circulación mundial del audiovisual procede de ese país, y pese a los cambios que han ido operando en la industria –cine, televisión, redes– los operadores estadounidenses siguen constituyendo el núcleo de la industria mundial, tanto en la producción, como en la distribución y las plataformas de consumo. El mejor ejemplo, en los últimos años, es la rapidez y la eficacia con la que Netflix se ha instalado en 190 países del mundo –básicamente en todas partes salvo Siria, Corea del Norte y China–. No es extraño que EEUU se apoye en el sector privado como parte esencial de su presencia cultural exterior.

Comparar las dimensiones de la circulación cultural entre España y EEUU no parece una ecuación justa, teniendo en cuenta que nuestro país es apenas mayor que el más poblado de los estados federados (California) y que hasta tres estados tienen un producto interior bruto mayor que el de España (California, Texas y Nueva York). Más acertado resulta comparar los indicadores culturales de EEUU con los de la UE, entendiendo que los dos dominan el mercado cultural mundial, acumulando el 49% de las exportaciones globales y el 62% de las importaciones [39]. De hecho, EEUU es el principal destinatario de las exportaciones europeas de cultura y el segundo país de procedencia de nuestras importaciones (por detrás de China).

La negociación, durante los últimos años, del TTIP permitió revisar la situación de la circulación bilateral de la cultura, sobre todo en relación a la protección de la diversidad cultural (los países de la Unión son firmantes de la convención de UNESCO sobre el tema, pero EEUU no) y la aplicación del principio de “excepción cultural” que la UE ha venido aplicando a los tratados comerciales, desde el GATS hasta hoy, para proteger a su sector audiovisual. Aquella medida pretendía contener el desequilibrio en el mercado transcontinental del audiovisual: por cada dólar que la UE exporta a EEUU en contenido audiovisual, la industria estadounidense le vende cuatro [40]. Excluido el audiovisual de aquellas negociaciones –en punto muerto desde la llegada de Donald Trump a la presidencia–, las claves de la negociación se concentraron, por parte de la UE, en los derechos de intérpretes y ejecutantes de obras musicales difundidas por radios y televisiones (que no cobran derechos en EEUU pero sí en la UE), la compensación a autores por obras difundidas en establecimientos comerciales y el derecho de los

autores de obras plásticas a recibir parte de los ingresos derivados de las ventas realizadas por subastas y galerías [41]. Aparte de esos pequeños detalles de derechos de autor, el compromiso de los negociadores es sólo con el audiovisual, y con ningún otro ámbito más, de todos los que de manera difusa pudieran considerarse como culturales: “*as a matter of fact, as far as trade is concerned, there is no commonly agreed definition of what counts as 'culture'*” [42].

Mientras no se produzcan cambios en torno al TTIP o instrumentos similares, la circulación de la cultura entre EEUU y la UE está determinada por la potencia de los dos sectores industriales, la protección establecida por las políticas europeas en el sector audiovisual y la intensidad de los intercambios en todos los sectores.

¿Qué ocurre específicamente en el caso español? La situación ha cambiado poco desde el extenso análisis que dedicamos al tema hace cinco años [43]. Si tomamos como referencia los datos del *Bureau of Economic Analysis* (BEA) sobre los ingresos derivados de la propiedad intelectual en cultura, las exportaciones culturales de EEUU a España suponen ingresos anuales de unos 500 millones de euros, mientras las importaciones culturales de España apenas alcanzan los 200 millones. Sin embargo, el enorme desequilibrio en la balanza audiovisual se iguala cuando hablamos del sector editorial, donde las cifras son muy similares en los últimos años.

Tabla 7. Comercio de servicios culturales entre EEUU y España, ingresos por propiedad intelectual, 2010-2017

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Exportaciones (EEUU a España)								
Total Propiedad Intelectual	1.462	1.656	1.385	1.325	1.365	1.280	1.155	1.165
Subtotal Sector Cultural	511	536	496	473	422	549	45	533
Audiovisual	511	492	433	473	422	481	–	449
Editorial	–	44	42	–	–	68	45	48
Televisión y espectáculos en vivo	–	–	21	–	–	–	–	36
Importaciones (España a EEUU)								
Total Propiedad Intelectual	94	73	87	115	111	237	185	122
Subtotal Sector Cultural	16	13	16	28	2	4	46	95
Audiovisual	2	–	–	–	2	4	–	37
Editorial	10	13	16	28	–	–	46	52
Televisión y espectáculos en vivo	4	–	–	–	–	–	–	6
Balanza del comercio de servicios y propiedad intelectual								
Total Propiedad Intelectual	1.368	1.583	1.298	1.210	1.254	1.043	970	1.043
Subtotal Sector Cultural	495	523	480	445	420	545	-1	438
Audiovisual	509	–	–	–	420	477	–	412
Editorial	–	31	26	–	–	–	-1	-4
Televisión y espectáculos en vivo	–	–	–	–	–	–	–	30

Datos en millones de dólares.

Fuente: Bureau of Economic Analysis, 2018.

Una vez más, el sector exterior clave de nuestras industrias culturales es el editorial, para el que EEUU es un mercado de referencia. Tras la UE, México y Argentina, EEUU es el cuarto cliente de nuestra industria editorial, con unas exportaciones estimadas en 10,1 millones de euros en 2016 [44] –a las que habría que sumar los 50 millones generados por la importación en el mercado de derechos según la BEA–. En contra de lo que podría parecer, la clave no está en los hispanos, sino a la potente red de bibliotecas públicas y universitarias que, por todo el país, se nutren de la producción editorial española. En todo caso, un tercio de toda la exportación editorial española hacia EEUU es de libros religiosos, una de las áreas temáticas en las que se concentra la demanda editorial de los hispanos en ese país. No es de extrañar que el sector editorial pusiera en marcha hace algunos años la iniciativa *America Reads Spanish*, un portal web impulsado por ICEX y la Federación de Editores para promocionar la producción

editorial española, que ofrece además información de las ventas de libros en español mediante un contrato con *Nielsen Bookscan*. El listado muestra, semanalmente, la orientación del mercado de libros en español hacia la religión, los libros infantiles o la autoayuda.

Tabla 8. Libros en español más vendidos en EEUU, 23/IX/2018

	Título	Autor	Sello editorial	Grupo editorial
1	<i>First 100 Words Bilingual</i>	Priddy, Roger	Priddy Books	Macmillan
2	<i>Santo remedio</i>	Rivera, Juan	Aguilar	PRH Grupo Editorial
3	<i>Merriam-Webster's Pocket Spanish</i>	Merriam-Webster	Merriam-Webster	Merriam Webster
4	<i>Santa Biblia</i>	Zondervan	Zondervan	HC Christian Publishing
5	<i>Counting With – Contando con</i>	Rodriguez, Patty	Lil' Libros	Gibbs Smith Publisher
6	<i>La oruga muy hambrienta</i>	Carle, Eric	Philomel Books	Penguin Group USA
7	<i>Qué cosas dice mi abuela</i>	Galán, Ana	Scholastic En Español	Scholastic Books
8	<i>¡Eres mi mamá?</i>	Eastman, P.D.	Random House Books	Random House
9	<i>Santa Biblia RV-1909</i>	Barbour Publishing	Barbour Publishing	Barbour Publishing Inc
10	<i>El alquimista</i>	Coelho, Paulo	Rayo	Harpercollins Publishers
11	<i>Bilingual Bright Baby Animals</i>	Priddy, Roger	Priddy Books	Macmillan
12	<i>Pasando páginas</i>	Sotomayor, Sonia	Philomel Books	Penguin/Putnam Trade
13	<i>I Like it When – Me gusta cuando</i>	Murphy, Mary	Houghton Mifflin	Houghton Mifflin Co
14	<i>Buenas noches, Luna</i>	Brown, Margaret Wise	Harpercollins	Harpercollins Publishers
15	<i>Sams letra grande Bible</i>	RVR-1960 – Reina Valera 1960	Grupo Nelson	HC Christian Publishing
16	<i>Telaraña de Carlota</i>	White, E.B.	Harpercollins Español	Harpercollins Publishers
17	<i>The New World Spanish-English</i>	Ramondino, Salvatore	Berkley Books	Penguin/Putnam Trade
18	<i>Spanish I, Grades 6-8</i>	Carson-Dellosa Publishing	Carson Dellosa Publishing Comp	Carson-Dellosa Publishing Co
19	<i>Los tres cerditos</i>	Seibert, Patricia	Brighter Child	Carson-Dellosa Publishing Co
20	<i>Crea tu propia riqueza</i>	Cardona, Alejandro	Am Education & Services	Am Education & Services

Datos en millones de dólares.

Fuente: Bureau of Economic Analysis, 2018.

El otro gran mercado de las industrias culturales, el audiovisual, está indefectiblemente dominado por la industria estadounidense, cuyas producciones constituyen un tercio de las que se proyectaron en España en 2017, pero que recaudaron casi 400 millones de euros, casi el 70% del total de los ingresos generados por las salas de cine (lo que habría sido mucho más de no existir la “cuota de pantalla” que obliga a las salas a proyectar cine español o europeo) [45]. En los contenidos audiovisuales online, los nuevos operadores OTT (*over the top*) son predominantemente estadounidenses; *Netflix* tiene una cuota de mercado cercana a la de *Movistar+* –12,5% de los hogares, según los últimos datos del panel de la CNMC [46]–, seguida por *Amazon Prime* y *HBO* (propiedad de *TimeWarner*), y los estudios sobre el origen de los contenidos audiovisuales de los nuevos proveedores muestran la aplastante oferta audiovisual estadounidense frente a la europea [47]. En sentido opuesto, la presencia del audiovisual español en EEUU es insignificante en cine y televisión, aunque el éxito de *La casa de papel* en *Netflix* ha permitido repuntar los datos económicos y albergar esperanzas respecto a las posibilidades de la ficción española en las plataformas OTT.

Tres tensiones: piratería, privacidad y fiscalidad digital

La circulación digital de la cultura ha marcado en los últimos años las relaciones entre los dos países, de un modo quizá más significativo del que en ocasiones ha podido parecer. En la primera mitad de los 2000, la incidencia de la piratería en los contenidos audiovisuales llevó al Congreso de EEUU a incluir a España en la vigilancia de la Lista 301 (*Special 301 Report Watchlist*) en 2008, señalando la preocupación acerca de “*the Spanish government's inadequate efforts to address the growing problem of Internet piracy, described by US copyright industries as one of the worst in Europe*” [48]. Los esfuerzos en los años siguientes por coordinar a administración, sociedades de gestión de derechos y proveedores de internet culminó un conjunto de medidas acordadas para acelerar los procesos de cierre de sitios web con contenidos reproducidos de forma ilícita –las conocidas como “Ley Sinde” en 2011 y “Ley Wert” en 2013 [49]– y una revisión de la legislación sobre propiedad intelectual [50]; EEUU acompañó estas decisiones con el nombramiento como embajador en España de James Costos (que ocupó el puesto entre 2014 y 2017), ex directivo de HBO (*TimeWarner*) y una persona clave para entender el cambio del marco legislativo en esos años. En la autobiografía que publicó en 2018, Costos se refiere a “las graves carencias en la protección de la propiedad intelectual que, de hecho, habían representado la mayor barrera para las relaciones bilaterales durante años”, y de qué manera su trabajo aprovechando “las relaciones que traía de mi vida anterior” sirvió para contribuir a un significativo cambio en la situación [51]. Los cambios legislativos estatales, la aparición de servicios de pago (*Netflix*, por ejemplo, llegó a España en 2015) llevaron al Departamento de Comercio de EEUU a sacar a España de la lista 301 –primero de la *Watch List* en 2012, más tarde vigilando la situación española mediante una *Out-of-cycle Review* hasta 2016– reconociendo “*the significant and positive actions Spain has taken over the past four years*” [52]. La lucha contra la piratería cultural ha sido, por tanto, un elemento de fortalecimiento de la relación bilateral reconocido por ambos países.

En cualquier caso, la situación de tensión derivada de la inclusión de España en la Lista 301 pone de manifiesto la centralidad de la industria cultural en la economía estadounidenses y en sus relaciones exteriores –como ya ocurrió, por ejemplo, con la

primera salida de EEUU de UNESCO en los 80-. Este rasgo no ha hecho sino potenciarse en la última década a medida que la transición digital consolidaba a los operadores estadounidenses en el liderazgo del macrosector infocomunicacional en los países occidentales. El “fuera de juego global” de las grandes compañías europeas ha consolidado a Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft (GAFAM, como frecuentemente se las refiere por sus iniciales), que de hecho se han convertido en las cinco mayores compañías del mundo por capitalización bursátil –alcanzando los valores más altos de la historia-. Dos conflictos han surgido en torno a la presencia de estas compañías en la UE en los últimos años: uno derivado de la gestión de los datos personales como recurso –lo que se ha llamado “economía del control” y “capitalismo de vigilancia” [53, 54]–, otro relativo a la concentración de ese mercado y sus consecuencias.

La delicada cuestión de la privacidad en el uso de datos personales y, sobre todo, en su envío a servidores de EEUU se había resuelto a través de un acuerdo bilateral –llamado de “puerto seguro” (*safe haven*)– en 2000, hasta que la investigación en torno a la *National Security Agency* –entre otros del Parlamento Europeo, el *Bundestag* alemán y el Congreso de EEUU– y la demanda de Maximilian Schrems [55] obligaron a la UE a revisar su posición en este delicado asunto. En ambos casos, se trataba de evaluar si los datos personales recogidos por compañías estadounidenses en Europa seguían teniendo las mismas garantías que exigía la legislación europea una vez trasladados a EEUU [56].

Una vez que el TSJUE declaró insuficientes las garantías del sistema de “puerto seguro”, la UE puso en marcha con el Departamento de Comercio de EEUU el programa “Escudo de Privacidad” (*Privacy Shield*) en 2016, al que se han acogido a finales de 2018 3.858 empresas, casi el mismo número que funcionaba bajo el sistema de “puerto seguro” [57, 58]. Se trata, por tanto, de un asunto que afecta a cuestiones militares/estratégicas (la recogida y análisis masivo de datos por parte de agencias federales como la *National Security Agency*) y a otras de carácter económico/comercial (la explotación comercial de la información privada de los usuarios de servicios informacionales en la UE), aunque en los últimos meses casos como el de *Facebook/Cambridge Analytica* han mostrado la delicada frontera que existe entre la dimensión comercial y la geoestratégica cuando el análisis de datos se aplica, como resulta hoy cada vez más común, a la comunicación política y la inteligencia de campañas.

Dos cuestiones hacen prever que la privacidad seguirá siendo motivo de tensión entre la UE y EEUU. La primera, la aprobación de un nuevo marco sobre privacidad en la UE –la *General Data Protection Regulation* (GDPR)– que sustituye al de 1995 y que exige condiciones de protección suficiente a los países que quieran sacar datos personales de los países de la UE –en esencia, la traducción al derecho comunitario de la sentencia del caso Facebook/Schrems– [59, 60]. La segunda, que EEUU ha decidido mantener hasta 2023 la *Section 702 of the FISA Amendments Act* [61, 62], la norma que permite la obtención de información sobre ciudadanos no estadounidenses sin control judicial por razones de seguridad.

Pero si la cuestión de la privacidad y las GAFAM sigue afectando a la relación bilateral, no menos lo hacen las cuestiones económicas de los gigantes de los servicios digitales, tanto por la fiscalidad como por la posición dominante en sus mercados respectivos. En marzo de 2018, la Comisión Europea presentó un conjunto de medidas fiscales para el mercado único digital [63-65], que se encuentra en fase de revisión por parte del Parlamento Europeo. En la misma línea, el “Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales” que el Gobierno de España incluyó en el rechazado proyecto de Presupuestos para 2019 pretendía recaudar 1.200 millones de euros para compensar fiscalmente el funcionamiento centralizado de estas empresas con sede en Luxemburgo o Irlanda: el texto proponía una aplicación específica a los gigantes digitales que alcancen “750 millones de facturación a nivel global y 3 millones en España” [66]. La retirada del proyecto de presupuesto hará que, previsiblemente, el asunto se regule primero en el ámbito europeo y después sea traspuesto a la legislación nacional.

Más preocupante resulta la situación de la competencia en los mercados digitales. Aunque la competencia en estos mercados ya había sido objeto de intervenciones anteriores, la situación actual en torno a los GAFAM los ha puesto en el centro de la observación de académicos, intelectuales, políticos e instituciones. La cotidiana centralidad de Google en las búsquedas de información llevó a la Comisión Europea a abrir una investigación en 2015 por abuso de posición dominante en los terminales con sistemas operativos Android. A mediados de 2018, la investigación concluyó con una multa de 4.340 millones de euros a Alphabet/Google por restringir la competencia en la búsqueda de información en los terminales con sistemas Android [67], que nos hace recordar la investigación que por motivos similares llevó a la Comisión Europea a condenar por posición dominante a Microsoft entre 1993 y 2007 [68]. Se trata de la mayor sanción impuesta nunca por las autoridades comunitarias de la competencia. En España no se ha producido hasta hoy ninguna resolución en contra de las GAFAM por parte de las autoridades encargadas de vigilar la competencia en los mercados.

Sin embargo, los datos no pueden ser más abrumadores en torno a la centralidad de los grandes operadores estadounidenses de las redes en España:

- En tráfico global de información, los datos muestran cómo en España el uso diario de Internet casi ha alcanzado ya al de la televisión, y los dos sitios con mayor número de visitas son YouTube (Alphabet/Google) y Facebook [69]. Los datos de Alexa/Amazon son aún más sobresalientes en el dominio de los servicios de información prestados por compañías estadounidenses (véase la Tabla 9).
- En uso de redes sociales, los datos del estudio de la Asociación de Anunciantes de Internet (IAB) muestran que Facebook.com y Whatsapp (ambas propiedad de Facebook Inc.) alcanzan una penetración cercana al 90% en España, con YouTube en tercer lugar [70].

Tabla 9. Sitios web con mayor tráfico en España, 2018

Sitio	Compañía	País
Google.com	Alphabet Inc.	EEUU
Youtube.com	Alphabet Inc.	EEUU
Google.es	Alphabet Inc.	EEUU
Facebook.com	Facebook Inc.	EEUU
Amazon.es	Amazon.com Inc.	EEUU
Wikipedia.org	Wikimedia Foundation Inc.	EEUU
Live.com	Microsoft Inc.	EEUU
Okdiario.com	Dos Mil Palabras S.L.	España
Hola.com	Hola S.L.	España
Twitter.com	Twitter Inc.	EEUU

Fuente: Alexa, 2019.

La revolución digital ha producido, por tanto, una profundización de la asimetría en la relación entre España y EEUU. Si históricamente estaba asentada en el dominio mundial de las grandes industrias culturales de ese país, la concentración en la prestación de servicios –infocomunicacionales, culturales y de todo tipo– en torno a las GAFAM hace que el desequilibrio sea aún más importante. Pero, como señalábamos antes, esta situación puede ser comprensible en una relación tan asimétrica de partida entre países tan económica, demográfica o territorialmente distintos. El aspecto más preocupante de esta situación es el desequilibrio en la relación cultural UE-EEUU, igualmente lastrada tanto por la asimetría de los flujos culturales tradicionales como por la dificultad de la UE por ofrecer alternativas al dominio de las GAFAM sobre la prestación de servicios en las redes digitales.

La presencia cultural de España en EEUU

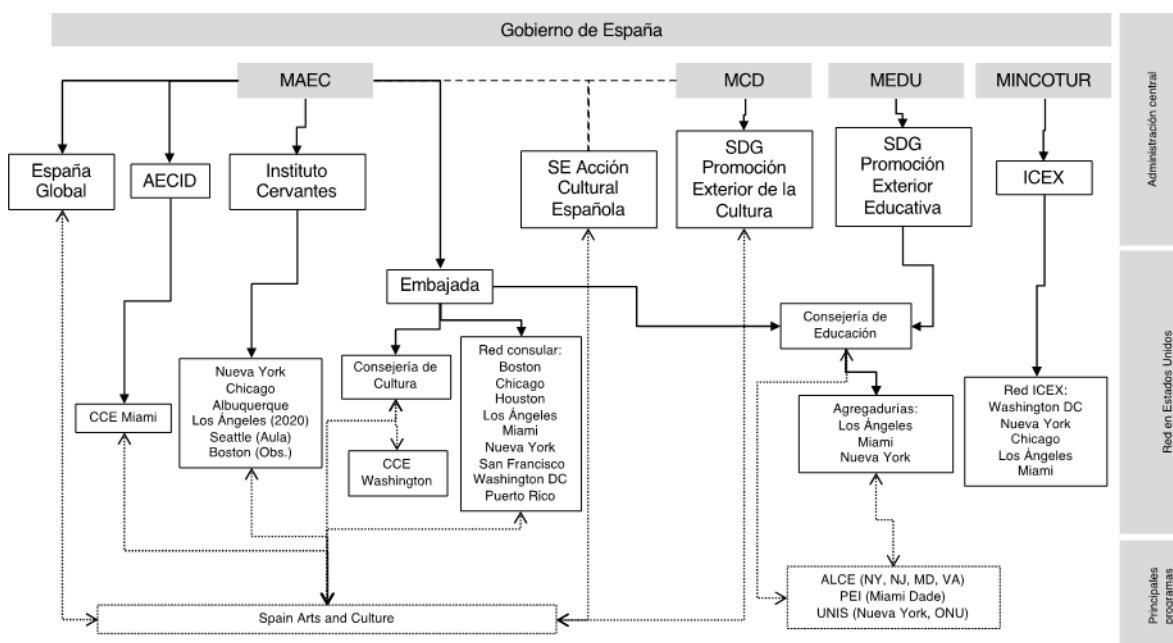
Las instituciones estatales

Las instituciones estatales al cargo de la presencia cultural española en EEUU son varias y con competencias muy próximas cuando no coincidentes, la característica central del sistema español de diplomacia pública. Tres ministerios cubren el núcleo del campo en el desempeño de sus competencias respectivas: el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (MAEC), el Ministerio de Cultura y Deporte (MCD) y el Ministerio de Educación y Formación Profesional (MEDU); a ellos hay que añadirles el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MINCOTUR) en la promoción industrial exterior del sector cultural y creativo.

- (a) El MAEC concentra la mayor parte de la actividad a través del Instituto Cervantes (del que hablamos en un apartado específico), con centros en Nueva York, Chicago y Albuquerque, más aulas en Seattle y San Antonio y un centro de investigación en Boston; y la AECID, que gestiona el Centro Cultural Español en Miami (CCE Miami). El CCE Miami se inauguró en 1996 y forma parte de la red de centros culturales que la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas de la AECID tiene en los países de habla hispana. Su objetivo es el de fortalecer la acción cultural como factor para el desarrollo de las comunidades internacionales, en especial sirviendo de puente con las comunidades hispanas de Florida. La Embajada de España en Washington habilitó además, en 2011, la antigua residencia del embajador en la calle 16 de la capital como Centro Cultural Español, cuya actividad se coordina directamente desde la Consejería Cultural de la misión diplomática española.
- (b) El MCD carece de centros y sedes en el exterior, por lo que las actuaciones de la subdirección general de Promoción Exterior de la Cultura de la Secretaría de Estado de Cultura se hacen en colaboración con otras, generalmente con la red del MAEC. Intermedia entre los dos Ministerios (MAEC y MCD) Acción Cultural Española, que programa contenidos para la red exterior, también en EEUU.
- (c) El MEDU, a través de la subdirección General de Promoción Exterior Educativa, sí que cuenta con una amplia red de sedes en territorio estadounidense. Además de la Consejería de Educación que tiene su sede en Washington y que forma parte de las dependencias de la embajada, la red cuenta con agregadurías culturales en los consulados de Los Ángeles, Miami y Nueva York. Asimismo, participa de tres programas que se desarrollan en centros docentes de Miami, Nueva York y Washington. Destacamos tres: el Programa Agrupaciones de Lengua y Cultura Españolas (ALCE), que en Nueva York y Washington proporciona de forma gratuita formación complementaria en lengua y cultura españolas a los hijos de ciudadanos españoles en el exterior que estén cursando enseñanza primaria o secundaria en instituciones estadounidenses; el Programa de Estudios Internacionales (PEI), una sección bilingüe del MECD que se desarrolla en ocho escuelas de primaria y secundaria del distrito escolar de Miami-Dade (Florida); y el Programa UNIS (*United Nations International School*), que proporciona el mismo plan bilingüe en escuelas de primaria y secundaria de Nueva York. La Consejería de Educación cuenta, asimismo, con una amplia red de centros de recursos dependientes que prestan sus servicios tanto a profesores como a estudiantes de español en las áreas donde están ubicados y promueven diversos actos y certámenes culturales durante el curso escolar en Albuquerque (Nuevo México), Baton Rouge (Luisiana), Boston (Massachusetts), Indianapolis (Indiana), Kennesaw (Georgia), Los Ángeles (California), Miami (Florida), Provo (Utah), Rice University en Houston (Texas), Seattle (Washington), Storrs (Connecticut) y Universidad Lincoln-Nebraska (Nebraska).
- (d) A través del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), el MINCOTUR promociona también la cultura española en solitario o en colaboración con otras instituciones españolas y locales, a través de sus sedes en Chicago, Los Ángeles, Miami, Nueva York y Washington DC.

Por último, otras organizaciones desempeñan tareas de diplomacia pública cercanas a la diplomacia cultural, como la Fundación Carolina (de naturaleza público-privada), la Embajada de España en Washington a través de iniciativas como el Programa de Líderes Hispanos o las binacionales *Spain-USA Foundation* y Comisión de Intercambio Cultural, Educativo y Científico entre España y los Estados Unidos de América (“Comisión Fulbright”). A ellas hay que añadir las actividades de la Corporación RTVE, cuya señal internacional (TVE América) se difunde vía satélite y cable en todo el territorio de EEUU. Adicionalmente, el Ministerio de Defensa también desarrolla actividad exterior en materia de “cultura de defensa”, lo que con respecto a EEUU se ha traducido en los últimos meses en la firma de un convenio con la asociación The Legacy para facilitar “la difusión del legado histórico de España en los EEUU” a través del Sistema de Acción Cultural del Ejército de Tierra [71].

Ilustración 5. La acción española en cultura y educación en EEUU, 2018



Fuente: elaboración propia.

El programa de presencia española más importante en el país es el *Spain Arts and Culture*, organizado conjuntamente por el MAEC –a través de la AECID, el Instituto Cervantes y la red de consulados generales–, el MEDU y la *Spain-USA Foundation*. Su objetivo es difundir y promocionar en EEUU lo mejor del patrimonio de España junto a lo más actual del panorama cultural. Sus campos abarcan diseño y cultura urbana, arquitectura, artes visuales, cine, artes escénicas, artes digitales, literatura y música. El programa agrupa y promociona conjuntamente exposiciones, conferencias, *showcases* y actuaciones que tienen lugar en instituciones españolas como el Instituto Cervantes, los consulados o el CCE Miami, pero también en otras instituciones culturales, universidades y fundaciones norteamericanas.

El programa se ha convertido en estos años en un escaparate de la producción cultural española en todos los ámbitos, y parece orientarse especialmente hacia su visibilización por parte de elites culturales y sociales. Buena muestra es la distribución geográfica de

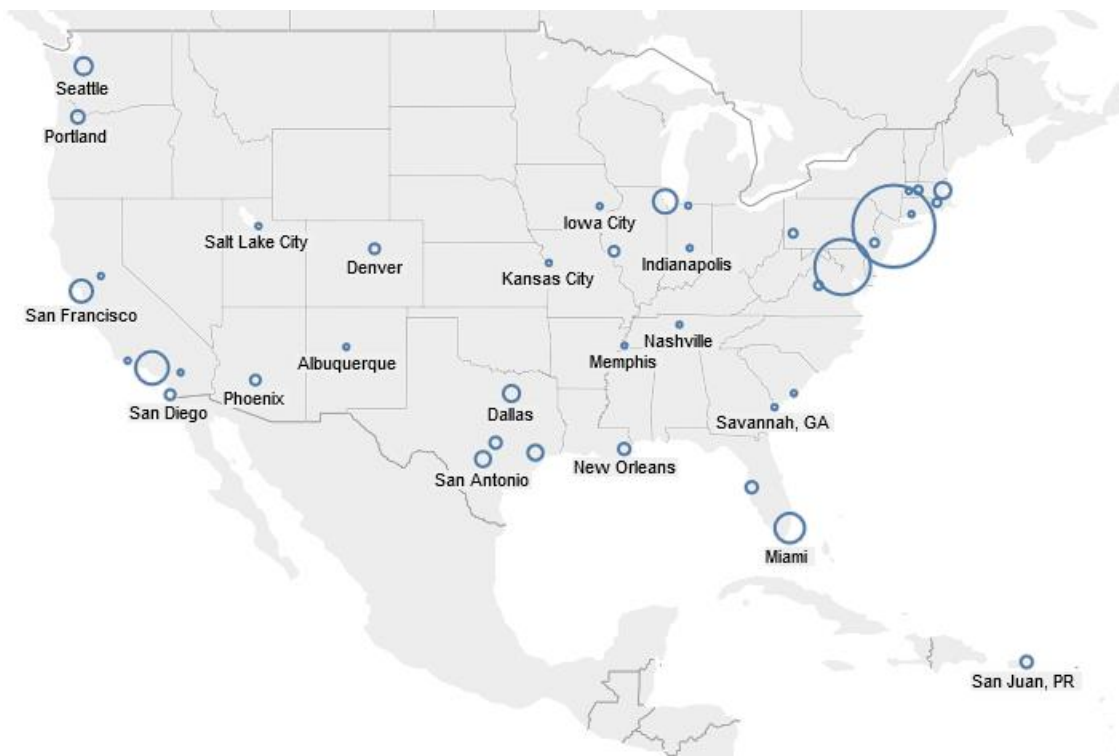
las actividades: de las 373 que se programaron en 2018, el 42% tuvo lugar en Nueva York. La concentración de la actividad cultural española en la costa este (Nueva York y Washington) resulta aún más evidente cuando se desglosan los datos del último año.

Tabla 10. Actividades del programa *Spain Arts and Culture*, 2018

Ciudad	Actividad más frecuente	Número de actividades
New York	Música y artes plásticas	156
Washington DC	Música	62
Los Ángeles	Cine	24
Miami	Música y escénicas	20
Chicago	Música	15
San Francisco	Música	13
Boston	Artes plásticas	8
Resto	–	75
Total	Música	373

Fuente: elaboración propia sobre datos publicados por Spain Arts and Culture.

Ilustración 6. Número de actividades de *Spain Arts and Culture*, 2018

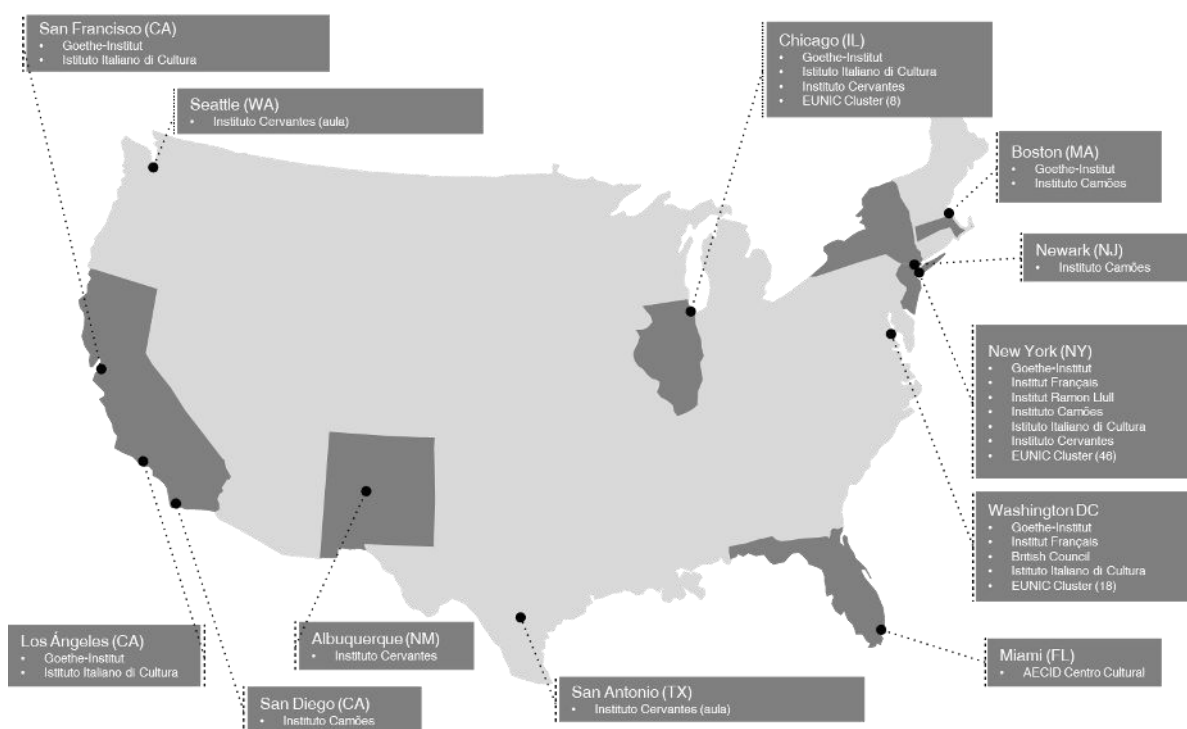


Notas: el tamaño de los círculos refleja el volumen de actividades durante el año 2018; no hay actividades en los estados de Hawái y Alaska.

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, esta concentración es hasta cierto punto comprensible: Washington y Nueva York suman la capitalidad política/diplomática y la económica/cultural. Los principales institutos culturales europeos tienen sus sedes bien en una, bien en otra ciudad, y dos de los tres *clusters* que la red europea de institutos culturales EUNIC tiene en EEUU están también allí. Más aún: sólo cinco centros europeos forman parte del *cluster* de Chicago, 18 de Washington y 46 del neoyorquino. La concentración de la acción cultural exterior europea (no sólo española) en Nueva York es tan apabullante como comprensible. Pero, al tiempo, esta distribución geográfica deja a un lado la búsqueda de los hispanos como público de destino de la oferta cultural española. Es cierto –y lo hemos reflejado en trabajos anteriores– que los hispanos en EEUU apenas tienen vínculos con la cultura española, pero no es menos cierto que la programación cultural de España en el país no parece identificarlos y buscarlos como público objetivo

Ilustración 7. Los principales institutos culturales europeos en EEUU, 2018



Nota: no hay centros en los estados de Hawái y Alaska.

Fuente: elaboración propia sobre datos de los institutos culturales.

Las instituciones culturales autonómicas

La centralidad –cultural, social, geopolítica– de EEUU hace que no sólo la administración central tenga una red propia de presencia en EEUU, sino también algunas comunidades autónomas. Pese a las restricciones presupuestarias de los años de crisis, muchas de las Comunidades Autónomas españolas han apoyado la creación de instituciones culturales que bien promocionan las culturas de España, bien estimulan las redes de migrantes en el país: así encontramos por todo el territorio centros asturianos, gallegos, cántabros o valencianos. En todo caso, las presencias más significativas son las del País Vasco y Cataluña.

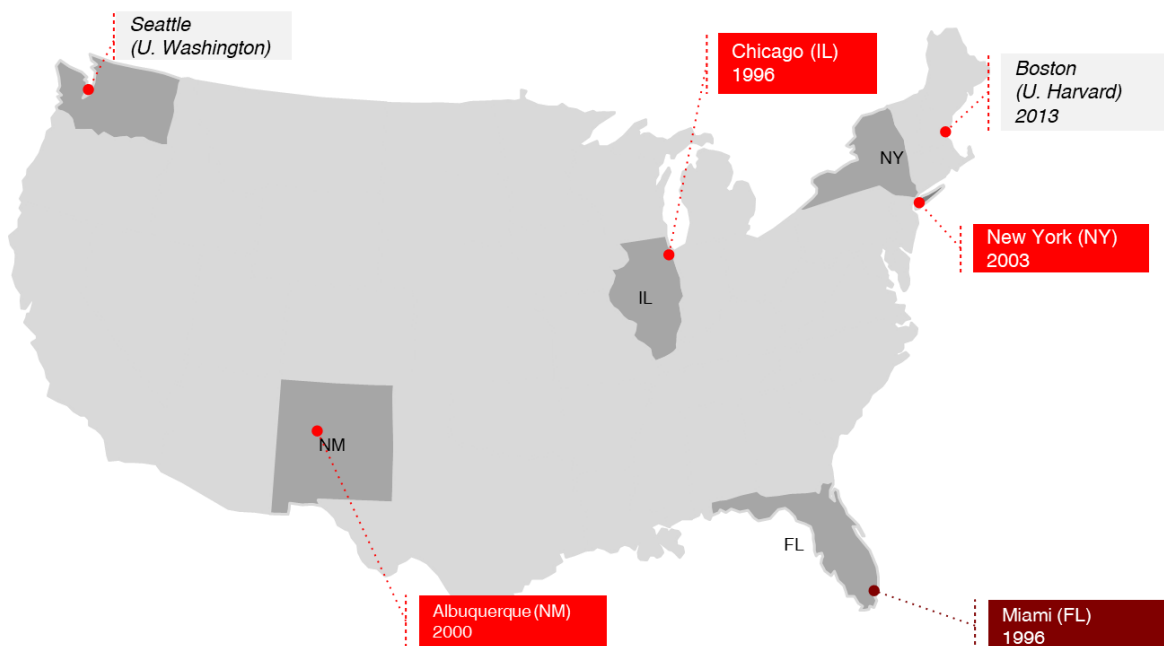
La Secretaría General de Acción Exterior del gobierno vasco (directamente dependiente de la *lehendakaritza*) tiene su propia delegación en Nueva York, encargada entre otras tareas de la promoción de la cultura vasca. Pero es sobre todo el *Instituto Etxepare* el que mantiene una presencia activa y articulada en el país, con actividades de literatura, cine, teatro, danza, artes visuales, música (clásica, pop, rock, folk), fotografía, arquitectura y diseño, gastronomía y *versolarismo* (la improvisación popular de versos en vasco). De las ocho cátedras que el Etxepare tiene en todo el mundo, cinco están en EEUU: la Bernardo Atxaga en la CUNY de Nueva York (creada en 2011), la cátedra Koldo Mitxelena en la *University of Chicago* (creada en 2012), la cátedra Jon Bilbao en la *University of Nevada* en Reno (creada en 2014), la cátedra Eloise Garmendia Bieter en *Boise State University* de Idaho (2015) y la *William A. Douglass Chair in Basque Studies* de la *University of Massachusetts Amherst* (2016), más tres lectorados en otras tantas instituciones.

La Generalitat catalana comenzó en 2008 un proceso de promoción internacional que creó delegaciones catalanas en muchos países, entre ellos una oficina en Washington inaugurada en 2008. Adicionalmente, varias instituciones de la administración catalana promueven la cultura en el exterior, bien desde las industrias culturales (ICEC, OSIC y Acció) como desde las artes (Conca). Pero es el *Institut Ramon Llull*, una de cuyas sedes se encuentra en Nueva York, el actor más relevante, promoviendo no sólo una agenda cultural propia, sino el estudio del catalán en 19 universidades, la mayoría ubicadas en la costa este del país, y tres cátedras de catalán: la *Mercé Rodoreda Chair* de CUNY, la *Joan Coromines Visiting Chair of Catalan Studies* de la *University of Chicago* y la *Ginebre Serra Visiting Chair in Catalan Studies* en *Stanford University*.

El Instituto Cervantes en EEUU

Un apartado específico requiere la presencia del Instituto Cervantes en el país, con tres centros, un aula y un centro de investigación.

Ilustración 8. Sedes en EEUU de Cervantes y AECID, 2018



Nota: no hay centros en los estados de Hawái y Alaska.

Fuente: elaboración propia sobre datos de Instituto Cervantes y AECID.

Los datos del Instituto Cervantes muestran un significativo descenso en el número de estudiantes matriculados (un 20% menos en los últimos cinco años), particularmente acusado en el centro de Chicago, que en ese período ha perdido casi un tercio de la matrícula. Los datos son mejores cuando se trata de la formación de profesores (casi 1.000 se han formado el último año en los centros estadounidenses del Cervantes, con un crecimiento global del 70% en cinco años) y de los exámenes del DELE, que superaron el pasado curso las 2.000 matrículas, también con una evolución muy positiva. Los centros del Cervantes están realizando también en EEUU los exámenes de conocimientos constitucionales y socioculturales, que el pasado curso realizaron casi 3.700 personas.

La cuestión central en torno al Cervantes sigue siendo la de su despliegue territorial en el país. Como hemos comentado, las seis sedes del *Goethe-Institut* o las cinco del *Istituto Italiano di Cultura* pueden hacernos reflexionar en torno a si la expansión del Cervantes en ese país es la adecuada. Aún más sorprendentes resultan los más de 100 *chapters* de la *Alliance Française* en EEUU, gracias a su modelo de franquiciado. Todos los centros y aulas en el país tienen ya más de una década, y en los últimos años sólo se intentó la creación del aula en la *Texas A&M University* de San Antonio, que finalmente no llegó a funcionar por el cambio de parecer de la institución estadounidense. Resulta, además, sorprendente que sea AECID quien gestione el centro español en Miami, pese a que su red de centros se sitúa siempre en países de habla hispana, mientras que el Cervantes carece de toda presencia en uno de los estados hispanos clave, Florida.

Dos áreas geográficas de EEUU son objeto permanente de discusión para la expansión del Instituto Cervantes:

- (a) La capital federal, en la que España carece de centro del Cervantes (recordemos que existe un centro cultural en la antigua residencia del embajador), pero que acumula hasta 18 actores culturales europeos, agrupados en el *cluster* de EUNIC. También en Washington, las embajadas iberoamericanas han desarrollado una interesante experiencia: la creación de una organización sin ánimo de lucro, ACCIA, en la que, promovida por México y España, participan los consejeros culturales de las embajadas en el país para coordinar sus actividades. En un contexto de búsqueda de la coordinación de actividad cultural iberoamericana, el caso de ACCIA debería revisarse con detenimiento.
- (b) La costa oeste de EEUU, que pese a concentrar una gran población hispana dispone solo de un aula (ningún centro) en Seattle, pero en la que se espera la puesta en marcha de un centro en la ciudad de Los Ángeles a lo largo de los próximos dos años. Pese a la incertidumbre que supone –al menos al redactar este texto– la retirada de los presupuestos generales del Estado para 2019 sobre los proyectos pendientes del Instituto Cervantes, la voluntad de la dirección de abrir el centro parece firme, después de que las negociaciones hayan encontrado una posición muy favorable del alcalde de la ciudad, Eric Garcetti, para que el centro se ubique en el *downtown Los Angeles* y sirva como gran espacio cultural panhispánico.

En cualquier caso, el Cervantes ha puesto en marcha numerosas iniciativas sobre EEUU que demuestran la importancia que tiene para el sistema español de acción exterior. La más importante es el acuerdo con la Universidad de Harvard para la apertura, en 2013, de un Observatorio de la Lengua Española en EEUU con sede en Boston, cuya producción académica resulta muy valiosa para acercarse al fenómeno hispano en el país. La segunda iniciativa son sendos acuerdos suscritos con la Secretaría de Relaciones Exteriores de México en 2012 y con la UNAM en 2013, para aprovechar de forma conjunta tanto los institutos españoles como los centros y espacios culturales mexicanos, los 50 consulados y los cuatro centros que la UNAM tiene en EEUU, aunque no parece que este proceso haya conseguido “iberoamericanizar” y coordinar la oferta cultural de promoción del español hasta hoy.

Conclusiones: una relación fructífera y un contexto de dificultades

La (compleja, heterogénea y cambiante) identidad de lo hispano en EEUU vive un momento de tensión, conforme el ascenso del pensamiento conservador ha consolidado el paradigma de Huntington respecto a la fractura del país en “*two peoples, two cultures, and two languages*” [15, 72]. Lo hispano ha pasado de ser un elemento patrimonial de la historia del país a convertirse, para un sector de la opinión pública, en un elemento foráneo, invasor, y se ha borrado poco a poco del imaginario colectivo y de las políticas culturales [14].

Esta instrumentalización no cambia el hecho histórico; como Carrie Gibson concluye en su reciente libro, *El Norte*, “*the long and complex history of the Spanish and Hispanics is inescapably entwined with that of the United States; it is not a separate history of*

outsiders or interlopers, but one that is central to how the United States has and will continue to develop” [73]. El papel del España en este asunto es clave, porque la “era Trump” implica un nuevo desafío para la multiculturalidad en EEUU, para la pervivencia del español, para la relación con América Latina y con la UE. España es al tiempo Europa e Iberoamérica, y el modo en el que ha construido ese doble vínculo identitario debe contribuir a comprender la pluralidad de la sociedad estadounidense. La política exterior española en materia de cultura puede continuar acercando a los estadounidenses a la pluralidad de la cultura en español, a hacer sentir como propia la herencia patrimonial de lo hispano en EEUU y a actuar –desde un enfoque panhispánico– como mecanismo de cohesión de la presencia cultural de los países hispanohablantes en Norteamérica. Al menos tres escenarios inmediatos pueden contribuir a esos objetivos:

- (a) Profundizar en el programa *Spain Arts and Culture*, cuya calidad y diversidad temática no ha dejado de mejorar en los últimos años pero que puede aún alcanzar públicos más diversos por todo el país, especialmente potenciando las regiones en las que la programación pueda conectar con colectivos latinos.
- (b) Mantener los programas de intercambio estudiantil que sitúan a España como uno de los destinos preferidos (en Europa y en el mundo) de los jóvenes estadounidenses, lo que servirá para cimentar la buena salud de los vínculos entre la sociedad civil de ambos países.
- (c) Potenciar la multilateralidad en la promoción del español y de la cultura en español en EEUU, para superar las dificultades que el Instituto Cervantes ha tenido para extender su red en EEUU. Si durante años la apertura del centro en Washington se ha considerado una prioridad, nos parece igualmente importante la creación del centro de Los Ángeles, que tiene que servir como referencia cultural de la vida hispana, y la búsqueda de una estrategia que permita garantizar algún tipo de presencia en Florida, donde AECID gestiona un centro cultural. Un marco panhispánico para la promoción de la cultura en español en EEUU que fomente la colaboración de todas las embajadas y consulados puede ser la pieza que potencie las enormes posibilidades de este campo.

Referencias

1. Delgado Gómez-Escalonilla, L., *Modernizing A Friendly Tyrant: U.S. Public Diplomacy And Sociopolitical Change In Francoist Spain*, in *U.S. public diplomacy and democratization in Spain : selling democracy?*, F.J. Rodríguez Jiménez, L. Delgado Gómez-Escalonilla, and N.J. Cull, Editors. 2015, Palgrave Macmillan: New York. p. 63-92.
2. Rodríguez Jiménez, F.J., *Culture and National Images: American Studies vs. Anti-Americanism in Spain*, in *US Public Diplomacy and Democratization in Spain: Selling Democracy?*, F.J. Rodríguez Jiménez, L.D. Gómez-Escalonilla, and N.J. Cull, Editors. 2015, Palgrave Macmillan US: New York. p. 119-153.
3. *Convenio de Amistad y Cooperación entre España y los Estados Unidos de América y anejo, firmado en Washington el 6 de agosto de 1970.*, in *BOE-A-1970-1039*, M.d.A. Exteriores, Editor. 1970, Boletín Oficial del Estado: Madrid. p. 15915-15918.
4. Delgado Gómez-Escalonilla, L. and P. de la Hoz, *U.S.-Spanish Educational and Scientific Cooperation at the threshold of Democracy. Military Funds for Exchange Programs in International Relations and Cold War Education in Spain and Latin America (1960-70s). An Uncertain Road to Modernization*, L. Delgado Gómez-Escalonilla and Ó.J. Martín García, Editors. en prensa, 2019, Berghahn Books: New York.
5. BOE, *Instrumento de Ratificación de España del Tratado de Amistad y Cooperación entre España y los Estados Unidos de América, los siete Acuerdos Complementarios al mismo y ocho Canjes de Notas de 24 de enero de 1976 y del Acuerdo de Desarrollo del Tratado de Amistad y Cooperación, los Anexos de Procedimiento I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX-A, IX-B, X, XIII, XIV, XV, XVI y dos Canjes de Notas de 31 de enero de 1976*, M.d.A. Exteriores, Editor. 1976. p. 21911-21941.
6. Powell, C.T., *El amigo americano : España y Estados Unidos de la dictadura a la democracia*. 1ª ed. Ensayo. 2011, Barcelona: Círculo de Lectores. [683] p., [28] p. de lám.
7. BOE, *Convenio de Amistad, Defensa y Cooperación entre el Reino de España y los Estados Unidos de América, hecho en Madrid el 2 de julio de 1982, con Convenios complementarios y anejos, así como, en relación con el artículo 4 del Convenio, texto del Convenio de Londres de 19 de junio de 1951, y protocolo al Convenio de Amistad, Defensa y Cooperación, hecho en Madrid el 24 de febrero de 1983*, M.d.A. Exteriores, Editor. 1983. p. 14032-14064.
8. Jesús Pablo, M., *Comité Conjunto Hispano-norteamericano para la Cooperación Cultural y Educativa*. RED : Revista de educación y formación profesional a distancia, 1992. **1992**(4): p. 29-30.
9. BOE, *Acuerdo entre el Reino de España y los Estados Unidos de América en materia de Cooperación Educativa, Cultural y Científica, hecho en Madrid el 27 de octubre de 1994*, M.d.A. Exteriores, Editor. 1994. p. 14645-14647.
10. Badillo Matos, Á., *Torres y muros frente al multiculturalismo: hispanos y español en la presidencia de Donald Trump (Análisis del Real Instituto Elcano 11/2018)*. 2018, Real Instituto Elcano: Madrid.
11. Badillo Matos, Á., *We, the media?: la polarización política en los medios estadounidenses*. 2018, Real Instituto Elcano: Madrid.
12. Cooper, C.C.W., *Bad, press*, in *National Review*. 2019. p. 29-31.
13. Retis, J. and Á. Badillo, *¿De qué hablamos cuando hablamos de los hispanos?* Política Exterior, 2015. **187**(Septiembre/Octubre 2015): p. 2-11.

14. Hernández Nieto, R., *La legislación lingüística en los Estados Unidos. Análisis nacional*. 2018, Instituto Cervantes at Harvard University: Cambridge, MA.
15. Huntington, S.P., *The Hispanic Challenge*. Foreign Policy, 2004(March-April): p. 29-45.
16. Badillo, Á., *Batallas de la geopolítica de la cultura: Israel y la (segunda) salida de EEUU de la UNESCO*, in *Elcano Blog*, R.I. Elcano, Editor. 2017, Real Instituto Elcano: Madrid.
17. Heilbrun, J. and C.M. Gray, *The economics of art and culture*. 2nd ed ed. 2001, Cambridge ; New York: Cambridge University Press. xvi, 410 p.
18. Heckscher, A., *The arts and the National Government; report to the President, submitted by August Heckscher, Special Consultant on the Arts, May 28, 1963*. 1963, Washington,: U.S. Govt. Print. Off.
19. Congress, *Public Law 88-579, 88th Congress, Sess. 2, 1964: An Act To provide for the establishment of a National Council on the Arts to assist in the growth and development of the arts in the United States*. 1964, US Government Printing Office: Washington.
20. Congress, *Public Law 89-209 : 89th Congress, S.1483, September 29, 1965 : An Act to provide for the establishment of the National Foundation on the Arts and the Humanities to promote progress and scholarship in the humanities and the arts in the United States, and for other purposes*. 1965, US Government Printing Office: Washington.
21. Banfield, E.C., *The democratic muse : visual arts and the public interest*. 1984, New York: Basic Books. xii, 244 p.
22. Heilbrun, J. and C.M. Gray, *Should the government subsidize the arts?*, in *The Economics of Art and Culture*, C.M. Gray and J. Heilbrun, Editors. 2001, Cambridge University Press: Cambridge. p. 219-249.
23. Chartrand, H.H. and C. McCaughey, *The Arm's Length Principle and the Arts: An International Perspective, Past Present and Future*. 1984, Ottawa: Canada Council for the Arts
24. Cowen, T., *Good and plenty : the creative successes of american arts funding*. 2006, Princeton, N.J.: Princeton University Press. 196 p.
25. Wyszomirski, M., *From Public Support for the Arts to Cultural Policy*. Review of Policy Research, 2004. **21**(4): p. 469-484.
26. Cowen, T., *How the United States funds the arts*. 2004, Washington, D.C.: National Endowment for the Arts. 23 p.
27. Wyszomirski, M.J., *Field Building: The Road to Cultural Policy Studies in the United States*, in *Understanding the Arts and Creative Sector in the United States*, M.J. Wyszomirski, J.M. Cherbo, and R.A. Stewart, Editors. 2008, Rutgers University Press: New Brunswick. p. 39-58.
28. NEA, *NEA: Strategic Plan FY 2014-2018*. 2014, National Endowment for the Arts: Washington.
29. Stubbs, R., *Funding of the Arts: 2014 Update*. Grantmakers in the Arts Reader, 2014. **25**(3).
30. Stubbs, R., *Funding of the Arts: 2015 Update*. Grantmakers in the Arts Reader, 2015. **26**(3).

31. Lawrence, S. and R. Mukai, *Foundation Grants to Arts and Culture, 2013. A One-Year Snapshot*. Grantmakers in the Arts Reader, 2016. 27(1).
32. USACPD, *2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting*. 2018, United States Advisory Commission on Public Diplomacy: Washington.
33. US Code, *United States Code, 2012 Edition, Supplement 5, Title 22 - FOREIGN RELATIONS AND INTERCOURSE. Title 22 - FOREIGN RELATIONS AND INTERCOURSE CHAPTER 33 - MUTUAL EDUCATIONAL AND CULTURAL EXCHANGE PROGRAM Sec. 2451a - Repealed. Pub. L. 91-269, §7, May 27, 1970, 84 Stat. 272*. 2017.
34. US Department of State, *Cultural Diplomacy: The Linchpin of Public Diplomacy*. 2005, United States Advisory Commission on Public Diplomacy, US Department of State: Washington.
35. Center, S., *The Evolution of American Public Diplomacy: Four Historical Insights*. 2013, Office of the Historian, U.S. Department of State: Washington.
36. IIE, *International Scholars: Places of Origin*. 2018, Institute of International Education: Washington.
37. US Embassy in Portugal, *U.S.-Portugal MOU Establishes Pilot Program for Students and Entrepreneurs*. 2019, US Embassy in Portugal: Lisboa.
38. NEA, *Accounting for the Nation's Arts and Cultural Goods and Services (1998-2012)*. 2013, National Endowment for the Arts: Washington.
39. Katsarova, I., *Culture in EU-US relations. Briefing. Perspectives on transatlantic cooperation. PE 608.638*. 2017, European Parliamentary Research Service: Brussels.
40. Badillo, Á., *El TTIP y la cultura: algunas notas provisionales*, in *Documentos de Trabajo del Real Instituto Elcano*. 2014, Real Instituto Elcano: Madrid.
41. Comisión Europea, *The Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Towards an EU-US trade deal Intellectual property EU position paper. 20 March 2015*. 2015, Comisión Europea: Bruselas.
42. Comisión Europea, *TTIP and Culture*. 2014, Comisión Europea: Bruselas.
43. Retis, J. and Á. Badillo, *Los latinos y las industrias culturales en español en Estados Unidos*. 2015, Real Instituto Elcano: Madrid.
44. FGEE, *Informe sobre el Comercio Exterior del Libro 2017*. 2018, Federación de Gremios de Editores de España: Madrid.
45. ICAA, *Culturabase: Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento*. 2018, Ministerio de Cultura y Deporte: Madrid.
46. CNMC, *Panel de hogares, séptima oleada (segundo trimestre de 2018)*. 2018, Comisión Nacional de Mercados y Competencia: Madrid.
47. Observatorio Audiovisual Europeo, *The origin of films in VOD catalogues, 2017 edition 2017*, Observatorio Audiovisual Europeo, : Estrasburgo.
48. USTR, *2008 Special 301 Report*. 2008, Office of the United States Trade Representative: Washington.
49. BOE, *Real Decreto 1889/2011, de 30 de diciembre, por el que se regula el funcionamiento de la Comisión de Propiedad Intelectual*, in *BOE-A-2011-20652*, M.d.I. Presidencia, Editor. 2011. p. 147011-147033.

50. BOE, *Ley 21/2014, de 4 de noviembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil*. 2014. p. 90404-90439.
51. Costos, J. and S. Roncagliolo, *El amigo americano*. 2018, Madrid: Debate.
52. USTR, *2017 Special 301 Report*. 2017, Office of the United States Trade Representative: Washington.
53. Mattelart, A. and A. Vitalis, *De Orwell al cibercontrol*. 2015, Barcelona: Gedisa.
54. Zuboff, S., *The age of surveillance capitalism : the fight for a human future at the new frontier of power*. First edition. ed. 2018, New York: PublicAffairs. pages cm.
55. TSJUE, *SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Gran Sala) de 6 de octubre de 2015 en el asunto C-362/14, que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por la High Court (Irlanda), mediante resolución de 17 de julio de 2014, recibida en el Tribunal de Justicia el 25 de julio de 2014, en el procedimiento entre Maximillian Schrems y Data Protection Commissioner*. 2015, Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea: Luxemburgo.
56. Monteleone, S. and L. Puccio, *The Privacy Shield: Update on the state of play of the EU-US data transfer rules*. 2018, European Parliamentary Research Service: Brussels.
57. Comisión Europea, *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo sobre la revisión anual del funcionamiento del Escudo de la privacidad UE-EE.UU.* 2018, Comisión Europea: Bruselas.
58. Comisión Europea, *Commission staff working document accompanying the document report from the Commission to the European Parliament and the Council on the second annual review of the functioning of the EU-U.S. Privacy Shield {COM(2018) 860 final}*. 2018, Comisión Europea: Bruselas.
59. Comisión Europea, *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo: Intercambio y protección de los datos personales en un mundo globalizado. Bruselas, 10.1.2017. COM(2017) 7 final*. 2017, Comisión Europea: Bruselas.
60. UE, *Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos)*, in L 119, C.d.l.U.E. Parlamento Europeo, Editor. 2016, Unión Europea: Bruselas. p. 1-88.
61. Senate RPC, *FISA Section 702*, in *Policy Papers*. 2017, Senate of the United States: Washington.
62. Savage, C., *Congress Approves Six-Year Extension of Surveillance Law*, in *New York Times*. 2018.
63. Comisión Europea, *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo: Un sistema impositivo justo y eficaz en la Unión Europea para el Mercado Único Digital. Bruselas, 21.9.2017. COM(2017) 547 final*. 2018, Comisión Europea: Bruselas.
64. Comisión Europea, *Propuesta de Directiva del Consejo relativa al sistema común del impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de la prestación de determinados servicios digitales COM/2018/0148 final - 2018/073 (CNS)*. 2018, Comisión Europea: Bruselas.

65. Comisión Europea, *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo Es el momento de instaurar un marco fiscal moderno, justo y eficaz para la economía digital COM/2018/0146 final*. 2018, Comisión Europea: Bruselas.
66. Gobierno de España, *Presentación del Proyecto de Presupuestos Generales del Estado 2019*. 2018, Gobierno de España: Madrid.
67. Comisión Europea, *DG Competition: Antitrust/Cartel Cases, 40099 Google Android* 2018, Comisión Europea: Bruselas.
68. EUR-Lex, *Case T-201/04 Microsoft Corp. v Commission of the European Communities. European Court Reports 2007 II-03601*. 2007, Tribunal Superior de Justicia de la Unión Europea: Luxemburgo.
69. AIMC, *Marco general de los medios en España 2019*. 2019, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación: Madrid.
70. IAB, *Estudio Anual de Redes Sociales 2018*. 2018, Internet Advertising Bureau Spain: Madrid.
71. BOE, *Resolución 420/38291/2018, de 13 de noviembre, de la Secretaría General Técnica, por la que se publica el Convenio con la Asociación The Legacy, para el fomento y la difusión del legado español en los Estados Unidos de América*. 2018. p. 116190-116194.
72. Huntington, S.P., *Who are we? : the challenges to America's national identity*. 2004, New York: Simon & Schuster. xvii, 428 p.
73. Gibson, C., *El Norte : the epic and forgotten story of Hispanic North America*. 2019, Atlantic Monthly Press,: New York. p. 1 online resource.