

El *Institut Français* se renueva: una reforma al servicio del *soft power*

Isabelle Birambaux *

Tema: Desde enero de 2011 Francia tiene una agencia única encargada de su acción cultural en el exterior. Se llama el *Institut Français*.

Resumen: El *British Council* en el Reino Unido, el *Goethe Institut* en Alemania, el Instituto Cervantes en España y, desde el 1 de enero de 2011, Francia tiene su propia marca: el *Institut Français*. A través de esta nueva agencia, Francia ha reunido bajo el mismo techo varios operadores encargados de la acción cultural exterior. La reforma proviene del diagnóstico de que Francia pierde su influencia cultural en el mundo, tal y como escribió el periodista Donald Morrison en su artículo “En busca del tiempo perdido” (*Time*, noviembre de 2007). Con el nuevo instituto Francia pretende hacer oír mejor su voz pero conjuntamente con otros países: en otras palabras, una operación de seducción de los espíritus en el nombre de la diversidad cultural. Si es cierto que la creación de una identidad clara le permitirá tener una mayor visibilidad como institución, cabe preguntarse qué estrategia fomentarán las autoridades francesas para alcanzar sus ambiciosos objetivos y encontrar su sitio en un mundo cada vez más globalizado.

Análisis: “La batalla de los contenidos culturales y de las ideas se intensifican”, declaró el 22 de julio de 2010 el ministro francés de Asuntos Exteriores y Europeos, Bernard Kouchner, 10 días después de la adopción de la ley que creó el nuevo *Institut Français*. Este es el nombre de la nueva arma diplomática que desde el 1 de enero de 2011 ha de servir a las ambiciones de Francia en asuntos de política cultural exterior para encontrar su sitio en un mundo cada vez más globalizado. “La gran cuestión es saber donde se encuentra Francia entre China y la India”, afirmó el ministro de Cultura, Frédéric Mitterrand, durante la conferencia de prensa que anunció el nacimiento del nuevo instituto.

Su nombre no es nuevo, pero su estructura sí. El *Institut Français* encabezarán a más de 150 centros culturales franceses en el extranjero que se fusionarán con los servicios culturales de las Embajadas francesas en el mundo y se gestionará como un “establecimiento público de carácter industrial y comercial” (EPIC). De la misma manera que el *British Council* y el *Goethe Institut*, el *Institut Français* se convertirá en el sello de esta nueva gran agencia cultural que representará la acción cultural francesa en el exterior.

* Periodista, colaboradora en medios franceses, suizos y españoles y autora de artículos de investigación en política internacional en think-tanks tanto en España como en otros países.

La red cultural de Francia en el exterior en cifras

154 Embajadas con un servicio de cooperación y de acción cultural
150 institutos y centros culturales en 91 países
27 centros de investigación
1098 <i>Alliances Françaises</i> en 138 países
50.000 manifestaciones culturales organizadas cada año
Coste de la acción cultural exterior para el Estado: 138 millones de euros
Tasa media de autofinanciación de la red: 43%
Presupuesto del <i>Institut Français</i> durante tres años: 45 millones de euros

En la práctica, el *Institut Français* sustituirá al actual operador CulturesFrance y, según Xavier Darcos, su nuevo presidente, tendrá un presupuesto de 43 millones de euros para un período de tres años, es decir, el doble que CulturesFrance en 2010. Colaborará de manera más estrecha con la red internacional de las *Alliances Françaises*, asociaciones de carácter privado, e intentará optar por el mismo modelo de autofinanciación, tratando así de establecer en la gestión del mismo una cultura empresarial.

Según comentaba el 21 de julio de 2010 Bernard Kouchner, ministro francés de Asuntos Exteriores y Europeos, es “un instrumento nuevo para la influencia cultural de Francia” en el marco de “una amplia reforma de nuestra diplomacia de influencia, la más ambiciosa desde hace mucho tiempo”. Aunque Xavier Darcos destaca que el nuevo organismo “tendrá como función apoyar y acompañar a la diplomacia gala”,¹ Francia quiere ir más allá, ya que pretende apostar por una unión de fuerzas con otros países para defender una diversidad cultural de la cual se hace la voz líder en Europa desde hace muchos años.

¿En qué consiste la reforma?

Básicamente se diseñó esta agencia con el fin de establecer una “identidad única”, federando en un único establecimiento todos los actores de la acción cultural francesa en el exterior. En lugar de tener una multitud de actores con diferentes nombres, el *Institut Français* se propone reunirlos bajo la misma bandera. Actualmente, Francia cuenta en el extranjero con 144 centros culturales, 27 institutos de investigación y 1.070 *Alliances Françaises*, la red cultural más amplia y más densa del mundo.

Para llevar a cabo la creación de esta identidad común, se revisó completamente la organización del dispositivo de la acción cultural exterior francesa. Así, a partir del 1 de enero de 2012 se fusionarán en el mundo entero los centros culturales con los servicios culturales de la Embajada francesa. De momento, solamente seis Institutos franceses en el mundo han adoptado de manera voluntaria la nueva estructura. Sirven de algún modo como proyectos pilotos, como destaca Jean-Jacques Beucler, director adjunto del *Institut Français*, explicando que se encuentran en un estado de transición y que a partir de 2013 todos los institutos estarán integrados.

Cambiarán las prerrogativas del director del *Institut Français*, cuya figura estará ahora concentrada en la persona del consejero cultural de la Embajada Francesa. Es lo que llama Alain Fohr, consejero cultural de la Embajada francesa en Madrid, “el doble mando”, resultado de la fusión de los dispositivos que surtirá efecto a partir de enero de 2012.

¹ Audición en el Senado, 21/II/2011.

A nivel decisonal, la reforma se ha visto acompañada por una nueva repartición del poder, lo que equivale a una reorganización bajo el paraguas común del Ministerio de Asuntos Exteriores y del Ministerio de la Cultura. Así, el Consejo de Administración del nuevo organismo, dirigido por Xavier Darcos, tendrá en su seno miembros del Ministerio de Cultura.

Según el informe de la reunión de las comisiones de asuntos culturales y de la comisión de asuntos exteriores del 10 de junio de 2009, esta nueva organización refleja el mayor peso adquirido por el Ministerio de Cultura en la política cultural exterior de Francia, “resultado de una europeización y de la mundialización de las cuestiones culturales”. Con este fenómeno, el Ministerio de Cultura se ha visto implicado cada vez más en la formulación y aplicación de la política cultural exterior, que “no está más considerada como un asunto puramente diplomático”.

¿Podría significar esta remodelación que la defensa de la cultura francesa ha pasado en un segundo plano para los diplomáticos galos? Ellos aseguran que no, pero advierten que seguramente habrá que impedir que se crea una dicotomía entre la Europa política por un lado y la Europa cultural por otro.

Aseguran que al ser más flexible la nueva organización podrá tener una mejor *force de frappe*. Así, el nuevo Instituto funcionará como un establecimiento público industrial y comercial (EPIC en sus siglas francesas) bajo la tutela del Ministerio de Asuntos Exteriores. La nueva estructura jurídica permitirá la obtención de fondos tanto privados como públicos y podrá optar a fondos procedentes de la UE y otras organizaciones internacionales. Según Kouchner, este enfoque novedoso ayudará a “responder de una manera más amplia, más eficaz” a la demanda que actualmente hay de actividades culturales francesas en el mundo.

Esta estructura más flexible facilitará también una mejor gestión de los créditos con el fin de convertirse en una agencia capaz de autofinanciarse, como es el caso de las *Alliances Françaises*, asociaciones independientes de derecho local.

¿Por qué una reforma?

A pesar de tener la red cultural más densa y más amplia del mundo, Francia está atravesando desde hace muchos años una crisis de tal calado que en 2007 un artículo publicado en la revista *Time* hablaba del declive de la cultura francesa. Otros pesimistas llegaban incluso a decir que se trataba de un debacle de la diplomacia cultural gala.

Estas acerbadas críticas, añadidas a una reducción de los fondos dedicados a la acción cultural exterior,² explican por qué las comisiones de asuntos culturales y de asuntos exteriores y de defensa del Senado empezaron a reflexionar en junio de 2009 sobre cómo dar un nuevo impulso a la política exterior cultural gala, inspirándose en los modelos británico y alemán.

² Según la nota de síntesis del informe de las comisiones del Senado sobre la proyección cultural internacional de Francia, la financiación del Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos destinada a la proyección cultural y científica se redujo en un 10% entre 2005 y 2008, alcanzando incluso una reducción media del 15% en 2009.

El diagnóstico de estas comisiones fue contundente: en el siglo XXI la tradicional lógica de proyección cultural está caduca y debe sustituirse por una lógica de política de influencia (*soft power*) sustentada por una verdadera estrategia.

Otra constatación de las comisiones: en su actual estado, la diplomacia cultural francesa carece de coherencia, padece de dispersión y de una fuerte disminución de las fuentes de financiación así como de una gestión deficiente de sus recursos humanos.

De hecho, los fondos destinados a la acción cultural exterior de Francia no han parado de reducirse desde 2005. Los fondos destinados a la acción cultural exterior han descendido en los últimos años en un promedio del 15%, e incluso en un 30% en algunos países, según el informe de estas comisiones. Se atribuye la crisis de la diplomacia cultural francesa, entre otros factores, a la dispersión de los programas de acción cultural y a una falta de formación del personal asignado a asumir su misión. Los problemas de redundancia y de interferencia no contribuían a dar una imagen muy coherente de la acción cultural francesa en el exterior. Por su lado, Jean Jacques Beucler habla de *contrainte féconde*, apuntando a la necesidad de racionalizar el dispositivo, “gastando mejor, utilizando el personal de mejor manera, redefiniendo las actividades y las misiones para trabajar en sinergia”. En otras palabras, la reforma tiene en su centro una racionalización de los medios tanto financieros como humanos.

Desde el punto de vista del senador Louis Duvernois, miembro de la comisión de cultura, educación y comunicación, otra carencia de la política cultural exterior francesa era “su falta de estrategia”.³ La reforma ambiciona corregirlo a través del desarrollo de una política concertada entre el *Quai d’Orsay*, el Ministerio de Cultura y la dirección del *Institut Français*, que formularán las prioridades estratégicas para reforzar la presencia francesa en los países emergentes. Los comunicados oficiales hablan también de dar un lugar especial a la lengua francesa en el mundo y del lugar de Francia en el debate de ideas en el extranjero.

Estos nuevos retos pasan por el desarrollo de “mejores partenariados”. Para alcanzarlos, el Senado francés recomendó cambiar de lógica, sustituyendo “una lógica de proyección cultural, prisionera de su legado histórico, por una política de influencia (*soft power*) que se apoya en una cultura que no busca solamente difundirse, sino también enriquecerse en el contacto con otras”. En este sentido se expresa también Alain Fohr: “si queremos promover Francia, tenemos que promoverla conjuntamente con otros”. Es lo que define el *soft power*, es decir, el “poder de seducción de los espíritus promoviendo el diálogo y la diversidad cultural”. Insiste en el concepto de diversidad cultural, que se entiende como el rechazo a una “uniformización de la cultura en el mundo debido a la dominación del modelo anglosajón”. Para él, no se trata ya de exportar Francia “sino compartir e intercambiar”.

Una marca única

La reforma responde a una necesidad que existía desde hace mucho tiempo. Los principales motivos eran dar una mayor coherencia y cohesión a los institutos franceses y darles más visibilidad. Para alcanzar este objetivo, los legisladores se han inspirado en los modelos británico y alemán, que disponían a través del British Council y del Goethe Institut de una propia marca. Mientras Francia tiene una red amplia de agentes culturales, carecía de marca única claramente identificada y similar en todo el mundo. Con su

³ Declaraciones en *Voix de la France*, agosto de 2010.

modelo, el *British Council* y el *Goethe Institut* han conseguido exportar su cultura gracias a cursos de idiomas, conferencias e intercambios culturales, mientras que Francia no tiene una política clara debido a la gran diversidad de acciones culturales y la multitud de sus operadores culturales.

En la fase de reflexión sobre cómo crear una identidad única, se debatió mucho el nombre de la futura agencia, ya que el centro cultural de referencia en muchos países, especialmente en África, tenía un nombre vinculado a un personaje famoso como Saint-Exupéry en Gabón y Mauritania, Blaise Cendrars en Camerún y Sory Kandia Kouyaté en Guinea Conakry, por nombrar algunos. Al final se adoptó la denominación de *Institut Français* para todo el mundo. Sin embargo, solamente en los países donde el nombre de referencia tiene valor de símbolo histórico, la denominación de *Institut Français* estará seguida del nombre en cuestión.

Más allá del nombre, el establecimiento de la marca única se fomentará a través de un logo único y una página *web* común a todos los Institutos Franceses en el mundo.

En cuanto a sus prioridades geográficas, se hará una evaluación de las implantaciones de los centros culturales en el mundo. En un discurso el 7 de marzo de 2011, Xavier Darcos afirmó que hay un fuerte desequilibrio: Europa está demasiado representada. También pone en cuestión la geografía de la diplomacia cultural de Francia, que “refleja demasiado las prioridades del pasado”. Se refiere en particular a la presencia de Francia en África del Norte y constata, en cambio, una débil representación en los países asiáticos, el continente americano y la India. En estas zonas, Darcos propone una serie de partenariados con las *Alliances Françaises* que estén ya presentes.

Darcos concluyó su discurso de la siguiente manera: “Si debemos promover valores comunes en la mundialización, la política cultural de Francia en el siglo XXI es contraria a la que fue en el siglo XVII: no promueve más la uniformidad, sino la diversidad. No que la diversidad sea un fin en si mismo, sino porque la uniformidad cultural y de las ideas no debería convertirse en nuestro horizonte común”.

Conclusión: A pesar de la constante referencia a los modelos británico y alemán en los textos parlamentarios, cabe destacar que a diferencia de ellos, el *Institut Français* no tendrá la misma independencia. Tanto el *British Council* como el *Goethe Institut* colaboran con la administración de sus respectivos países pero sus estatutos especifican claramente su independencia. En cambio, la reforma del *Institut Français* ha hecho aumentar la dependencia de la acción cultural exterior del Estado a nivel institucional aunque al mismo tiempo pretenda que el nuevo establecimiento alcance la autofinanciación a través de los cursos de idiomas y el mecenazgo.

Algunos escépticos de este modelo apuntan al riesgo de una privatización de la acción cultural. Si la privatización permite incrementar la oferta cultural propuesta, bienvenida sea. Sin embargo, cabe destacar que el poder de atracción de la cultura francesa en el mundo ha sido posible gracias a una importante financiación pública de la francofonía en el mundo, así como una fuerte apuesta del Estado francés por su cinematografía que ha permitido una difusión de sus valores a través de la pantalla.

Por otro lado, a diferencia de los otros institutos europeos, el *Institut Français* será el único en promover la diversidad cultural. En esta tarea, Francia tendrá que demostrar si

realmente podrá prescindir de su tradicional liderazgo cultural para colaborar más con otros.

Si esta reforma refleja el intento de desarrollar una política cultural europea común para hacer frente a la dominación del modelo anglosajón a través de la diversidad cultural, tendría que aclararse más la estrategia que adoptará para no fracasar en su intento de implantar un modelo que todavía no ha podido contrarrestar el imparable poder de atracción que ejerce en el mundo la producción cultural estadounidense. En su discurso en el Senado el 21 de febrero de 2011, Xavier Darcos explicó que el *Institut Français* “tendrá que luchar contra un imperialismo cultural que pasa por Google e intentará utilizar sus propios medios para defender nuestros valores culturales –la francofonía por ejemplo– y también los valores de la cultura francesa, que no serán especialmente las que transmiten las herramientas generalmente comerciales de la comunicación internacional”. Sería interesante saber a qué medios se refiere el nuevo presidente del *Institut Français*. En un mundo donde Internet se ha convertido indudablemente en el arma más potente para la transmisión de los contenidos, es hoy en día impensable apartarse de esta vía de comunicación para ejercer la anhelada conquista de los espíritus a través de la política de influencia. Parece que en la reforma del *Institut* en curso está muy presente esta necesidad, que se traduciría en las correspondientes plataformas de descargas de libros y películas, o para seguir cursos de idioma en línea. “La batalla de los contenidos culturales y de las ideas se intensifica”, decía el ministro Kouchner; batalla que se libra más que nunca en la red, ese “espacio mundial” donde “la prosperidad, la influencia y la libertad serán de quienes dominen su producción y difusión”.

Isabelle Birambaux

Periodista, colaboradora en medios franceses, suizos y españoles y autora de artículos de investigación en política internacional en think-tanks tanto en España como en otros países