



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
GILBERTO BOSQUES
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN



LOS GRANDES MUSEOS COMO HERRAMIENTAS DIPLOMÁTICAS: EL PARADIGMA FRANCÉS

30 DE ENERO DE 2018

NOTA INFORMATIVA



Imagen: New York Times

La difusión de la imagen de un país constituye un activo fundamental para promover sus propios intereses económicos y políticos en la esfera internacional. La estrategia a largo plazo, en términos diplomáticos, del uso de la cultura para tal fin tiene en Francia uno de los ejemplos recientes más destacados. A través de su historia ha logrado articular sus políticas culturales y educativas, con las económicas, comerciales y de relaciones exteriores bajo una estrategia cohesionada hacia su influencia y presencia más allá de sus fronteras. La reciente inauguración del Museo Louvre Abu Dabi en los Emiratos Árabes Unidos, el 11 noviembre de 2017, no solo es la culminación de una década de negociaciones entre ambos países, sino una nueva forma de presentar los valores nacionales en el extranjero y disipar tensiones regionales. El presente documento centra la atención en la importancia y la complejidad del intercambio cultural como herramienta de política exterior y en plantear cómo esta se ha fusionado con estrategias económicas que se han concretado en las últimas décadas, en sedes de museos de renombre fuera de sus fronteras como productos de consumo artístico y posicionamiento mundial, materializando el llamado “smart power”.

Museums and art as diplomatic instruments: the French paradigm

The promotion of a country's image constitutes a fundamental asset to endorse its own economic and political interests in the international sphere. The long-term strategy in diplomatic terms by using culture for this purpose has in France an outstanding nation, that through its history has managed to articulate its cultural and educational policies, with economic, commercial and foreign relations as a cohesive strategy towards its influence and presence beyond its borders. The opening of the Abu Dhabi Louvre Museum in the United Arab Emirates, on November 11, 2017, is seen - not only - as the conclusion after a decade of negotiations between the two countries, but as a new tactic of representing the national values abroad and dissipate regional tensions. This document outlines the importance and complexity of cultural exchange as a foreign policy device, how it has merged with economic strategies that have materialized in recent decades, in venues of renowned museums outside its borders as products of consumption and global positioning, as a true example of smart power.

La Diplomacia Cultural como Herramienta del *Soft Power*

La diplomacia cultural es un concepto considerado usualmente como parte de la diplomacia pública. Éste último fue un término utilizado en 1965 por Edmund Gullion,¹ para definir el proceso de información internacional y de relaciones culturales de una nación. La definición se ha acotado después como “el intento de un actor internacional de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con un público extranjero”.² Definición similar a la del Grupo de Diplomacia Pública del *British Foreign and Commonwealth Office*, que la define como “el proceso para alcanzar las prioridades estratégicas internacionales mediante el compromiso con el público de ultramar”.³ En el quehacer de la diplomacia pública, los gobiernos influyen en públicos con una comunicación eficiente a través de herramientas que pueden abarcar los intercambios educativos y académicos, la radiodifusión, la denominada marca país,⁴ diversas exposiciones culturales y, en una palabra, la diplomacia cultural.

El despliegue de la diplomacia cultural no es un fenómeno reciente, ya que su quehacer es tan antiguo en tanto los sistemas políticos han utilizado la cultura y el arte para mostrarse al exterior e incluso para imponerse frente a otras comunidades y culturas, promover los valores asociados a un país en el exterior; o bien desplegar acciones como parte de la política de cooperación internacional. Exploradores, comerciantes, profesores y artistas se han considerado "embajadores informales" o primeros "diplomáticos culturales" y, en definitiva, cualquier persona que interactúa con diferentes culturas, facilita una forma de intercambio cultural y de exportación de la propia.⁵

Para Nicholas J. Cull, uno de los pioneros de esta disciplina y profesor de la Universidad del Sur de California, los componentes y elementos clave que son parte de la formulación de esta diplomacia pública contemporánea tienen que ver con 1) la importancia diplomática de escuchar recabando y cotejando datos sobre un público extranjero y sus opiniones, 2) el ejercicio de la defensoría entendida como el esfuerzo de gestionar el entorno internacional promoviendo ideas o intereses en específico a través de información para su difusión en prensa, 3) la diplomacia cultural que busca que los recursos nacionales y logros culturales se conozcan en el extranjero, 4) la diplomacia de

¹ Edmund Guillion (1913-1998) diplomático estadounidense y decano de la Fletcher School of Diplomacy de la Tufts University (1964-1978). Wolfgang Saxon, “Edmund Asbury Gullion, 85, Wide-Ranging Career Envoy”, *The New York Times*, 31 de marzo de 1998. Consultado el 16 de enero de 2018 en: <http://www.nytimes.com/1998/03/31/world/edmund-asbury-gullion-85-wide-ranging-career-envoy.html>

² Nicholas J. Cull, “Diplomacia pública: consideraciones teóricas” en *Revista Mexicana de Política Exterior* 85, noviembre 2008-febrero 2009, p. 56. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>

³ *Publications*, “Public diplomacy and the UK”, *UK Parliament*. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://publications.parliament.uk/pa/cm201011/cmselect/cmfaff/581/58106.htm>

⁴ El asesor político británico Simon Anholt es el creador del concepto “marca país” (1996), como la imagen de un lugar como fundamental para su progreso y desarrollo, así como del Índice Anholt con seis indicadores para su medición: turismo, exportaciones, gobernabilidad, inversiones e inmigración, cultura y patrimonio y estadísticas poblacionales. Marta Fernández Rivas, “¿Qué se entiende por Marca país? Protección de la Marca País, Marca País en la Economía Global”, *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, octubre 2015, p. 4. Consultado el 15 de enero de 2018 en: [http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Ponencias/93_06_26al29oct2015_III_Seminar](http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Ponencias/93_06_26al29oct2015_III_SeminarioRegionalConstruyendoMarcaPais_Colombia.pdf)

⁵ *Institute for Cultural Diplomacy*, “What is Cultural Diplomacy?”. Consultado el 16 de enero de 2018 en: http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy

intercambio que busca enviar ciudadanos al extranjero para efectuar una aculturación, 5) la radiodifusión internacional que contempla la utilización de la tecnología para un involucramiento efectivo con audiencias internacionales y por último 6) la propaganda, a veces también denominada como guerra psicológica que se inscribe como una vertiente paralela del uso de la información.

La siguiente tabla, ejemplifica la categorización que hace Nicholas J. Cull de las actividades principales dentro de la diplomacia pública y el país que con base en su política exterior destaca en ello. Por ejemplo, Japón sobresale en el intercambio académico recíproco como parte de su diplomacia pública, lo que el ex embajador de Japón en Francia Ogoura Kazou ha externado como “el objetivo de ‘corregir la imagen de Japón en el exterior [...] para contraargumentar o corregir estereotipos sobre el país en el extranjero. Japón se ha dedicado a explicar -a través de su diplomacia pública- que no es un país incivilizado, sino civilizado; no militarista, sino pacifista; no un animal económico, sino un contribuyente singular a la comunidad internacional”.⁶ El énfasis en el intercambio académico japonés recae en permitir que estudiantes e investigadores desarrollen trabajos de investigación tanto en Japón como en el país receptor. En noviembre de 2017, se celebró la Tercera Cumbre de Rectores Japón-México, en el cual se analizó la colaboración de educación e intercambio entre ambos países con miras a la revitalización de las industrias en México y Japón. El programa de intercambio educativo entre México y Japón inició en 1971, y tres años después se concretó con el establecimiento del Liceo Mexicano Japonés y la convocatoria de becas por parte del gobierno japonés.⁷

Tabla 1. Clasificación de la Diplomacia Pública

Tipo de Diplomacia	Actividad (enunciativa, no limitativa)	Estado destacado	Marco temporal	Flujo de información
Escuchar	Sondeos pre dirigidos	Suiza	Corto y largo plazo	Interna a analistas y procesos políticos
Defensoría	Relaciones de prensa de embajada	Estados Unidos	Corto plazo	Externa
Diplomacia Cultural	Gira internacional de arte financiada por el Estado	Francia	Largo plazo	Externa
Diplomacia de Intercambio	Intercambio académico recíproco	Japón	Muy largo plazo	Interna y externa
Radiodifusión internacional	Emisiones radiofónicas de onda corta en lengua extranjera	Inglaterra	Mediano plazo	Externa

⁶ *Nippon*, “La era de la diplomacia pública: cómo se ha aplicado y cómo se puede mejorar”, 1° de abril de 2014. Consultado el 29 de enero de 2018 en: <https://www.nippon.com/es/features/c00720/>

⁷ Comunicado, “Comienza la Tercera Cumbre de Rectores México-Japón en Hiroshima”, *Secretaría de Relaciones Exteriores*, 30 de noviembre de 2017. Consultado el 29 de enero de 2018 en: <https://www.gob.mx/amexcid/prensa/comienza-tercera-cumbre-de-rectores-mexico-japon-en-hiroshima>

Guerra psicológica	Desinformación	URSS	Corto plazo	Externa
--------------------	----------------	------	-------------	---------

Fuente: elaboración propia con información de Revista Mexicana de Política Exterior.⁸

En este sentido la definición de las estrategias prioritarias dentro de la política pública se convierte en un elemento clave para países que buscan tener presencia e interacción en regiones en las que no están necesariamente presentes; orientando las labores gubernamentales en el exterior para explicar sus políticas a los ciudadanos de otras naciones. El objetivo es llegar a la sociedad civil considerada desde el punto de vista transnacional, con quien se busca establecer y mantener un canal de comunicación en dos vías para analizar, informar e influir.⁹

Derivado de lo anterior la diplomacia pública puede ser la plataforma para desarrollar *soft power* (poder blando), y en este caso de estudio – Francia- a través de la diplomacia cultural y la difusión de información cultural y educativa- apoyó a la promoción de la imagen del país con objetivos precisos.

El catedrático estadounidense Joseph Nye Jr.¹⁰ en la década de 1990 introdujo el concepto de *soft power* en el debate académico y político definido como la “habilidad de persuadir o afectar a otros sin hacer uso de la fuerza del poder económico, militar o político (*hard power*)”.¹¹ Para Nye el *soft power* de un país recae en “tres recursos: su cultura (en tanto atractiva para otros y definida como el conjunto de prácticas y rasgos en constante evolución que le dan sentido a un grupo social diferente de otro), sus valores políticos y su política exterior (en cuanto sean vistos como legítimos y con autoridad moral)”.¹² El arte, la literatura, el diseño, la moda y la cultura sirven como bienes que contribuyen al atractivo de un determinado país que puede ser capitalizable en una imagen positiva a escala global. A este tipo de poder también se suman empresas, fundaciones, universidades, iglesias y otras instituciones de la sociedad civil.

Como ejemplo, el Reino Unido a través de la BBC o el British Council en su momento contrarrestó la imagen creada por su participación en la guerra de Iraq, de igual forma el Ministerio de Asuntos Exteriores de Alemania, a través de la iniciativa *Concept 2000* promovió una imagen de diálogo con

⁸ Nicholas J. Cull, “Diplomacia pública: consideraciones teóricas” en *Revista Mexicana de Política Exterior* 85, noviembre 2008-febrero 2009, p. 73-74. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>

⁹ Carlos García de Alba, “Diplomacia pública, propaganda y poder blando” *Revista Mexicana de Política Exterior* 85, noviembre 2008-febrero 2009, p. 222. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/garciadea.pdf>

¹⁰ Joseph S. Nye Jr. (Nueva Jersey, Estados Unidos, 1937), especialista en relaciones internacionales y catedrático de servicio distinguido de la Universidad de Harvard, Emérito y ex Decano de la Escuela de Gobierno Kennedy de la misma universidad. Doctorado en ciencias políticas de Harvard. Se ha desempeñado como Subsecretario de Defensa para Asuntos de Seguridad Internacional, Presidente del Consejo Nacional de Inteligencia y Subsecretario de Estado Adjunto para Asistencia de Seguridad, Ciencia y Tecnología. Es miembro de la Academia Estadounidense de las Artes y las Ciencias, la Academia Británica y la Academia Estadounidense de Diplomacia. Fue clasificado como el académico más influyente en la política exterior estadounidense, y en 2011, *Foreign Policy* lo nombró uno de los 100 mejores pensadores globales. Faculty, “Joseph Nye”, *Harvard Kennedy School*. Consultado el 14 de enero de 2018 en: <https://www.hks.harvard.edu/faculty/joseph-nye>

¹¹ Joseph Nye Jr. “Public Diplomacy and Soft Power” en *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, pg. 95. Consultado el 12 de enero de 2018 en: <http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf>

¹² *Ídem* p. 96

otras culturas a través de una política cultural democrática en contraposición a su antigua imagen militarista.¹³ Por su parte, los Estados Unidos después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, a través de su diplomacia pública buscó neutralizar la imagen anti estadounidense en los países árabes y musulmanes al impulsar entre periodistas, profesionales y universitarios el aprendizaje del idioma inglés.¹⁴

El *soft power* corresponde a la evolución en política internacional de “influencia”, que suele oponerse a la dualidad “potencia-poder”; ya que el *soft power* se basa en la atracción y la atracción generalmente deriva en consentimiento y autorización.¹⁵ De acuerdo con la máxima, “si puedo hacer que quieras hacer lo que yo quiero, no tengo que forzarte a hacer lo que no quieres hacer”.¹⁶

Por ende, la cultura como parte de este *soft power*, se convierte en una herramienta para negociaciones políticas, económicas y comerciales; capaz de atraer vínculos a través de un imaginario que se pueda relacionar con otras naciones, sus valores o símbolos. Es importante para este análisis no dejar de lado que, no todo contenido cultural, valores o política de un país son atractivos al extranjero, y en ese sentido la diplomacia pública que las difunde no produce *soft power* sino esencialmente propaganda. Nye lo ejemplifica con la difusión, a través de *La Voz de América*,¹⁷ de políticas que exaltan las virtudes gubernamentales que otros ven como arrogantes y cuyo impacto hacia el exterior es negativo. En contraste, resalta la creación en los Estados Unidos de la Oficina de Información de Guerra (*Office of Wartime Information* -1942) por el Presidente Roosevelt, que le dio forma a la empresa cinematográfica de Hollywood como herramienta de difusión de la cultura y valores estadounidenses. Como lo puntualiza el Dr. César Villanueva, “el *soft power* tiene que ver con la identidad nacional que sustenta una política exterior, con los valores que defiende y sus posibilidades de ser generalizables”.¹⁸

Es decir, la diplomacia cultural, como “intento de gestionar el entorno internacional haciendo que los recursos y logros culturales de un país se conozcan y transmitan en el extranjero”;¹⁹ va necesariamente de la mano con la representación y percepción hacia afuera de la identidad nacional, los valores que representa, y su cultura e idiosincrasia como vehículo de entendimiento entre países y sociedades. En resumen, se trata del intercambio de ideas, valores, tradiciones y otros aspectos de la cultura o identidad, utilizados para fortalecer las relaciones, mejorar la

¹³ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, “Actas del Congreso Iberoamericano de las Lenguas en la Educación. Las lenguas en la educación: cine, literatura, redes sociales y nuevas tecnologías.” Consultado el 15 de enero de 2018 en: goo.gl/Z74rFB

¹⁴ Carlos García de Alba Z. “Diplomacia pública, propaganda y poder blando” *Revista Mexicana de Política Exterior* 85, noviembre 2008-febrero 2009, p. 225. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/garciadea.pdf>

¹⁵ Joseph Nye Jr. *Soft Power: the means to success in world politics*, Public Affairs, 2004, p. 5

¹⁶ Nye, *op. cit.*, p. 95

¹⁷ La Voz de América es el servicio de radio y televisión internacional del Gobierno de los Estados Unidos.

¹⁸ César Villanueva, “Diez ideas equivocadas sobre el poder suave”, *Foreign Affairs Latinoamérica*, 23 de noviembre de 2017. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <http://revistafal.com/diez-ideas-equivocadas-sobre-el-poder-suave/>

¹⁹ Nicholas J. Cull, “Diplomacia pública: consideraciones teóricas” en *Revista Mexicana de Política Exterior* 85, noviembre 2008-febrero 2009, p. 67. Consultado el 16 de enero de 2018 en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/images/stories/numeros/n85/cull.pdf>

cooperación sociocultural o promover los intereses nacionales a través del sector público, el sector privado o la sociedad civil.²⁰

Por consiguiente, los museos, como contenedores de cultura y arte, desempeñan un papel cada vez más importante en la diplomacia cultural y el posicionamiento del poder blando, integrándose como actores importantes en la construcción de un entendimiento en las relaciones entre las naciones. Los museos en este contexto son herramientas útiles en la consolidación de un espacio de representación de valores culturales y morales, que re-contextualizan objetos para presentar imágenes y valores de uno y otro.²¹

Política y Diplomacia Cultural Francesa

La política cultural de Francia en la actualidad cubre los sectores de las artes escénicas, los museos, la industria del libro y la lectura, la lengua francesa, el cine, las artes plásticas y medios alternativos, los archivos, la arquitectura, el patrimonio tangible e intangible (gastronomía, música, canto, sitios culturales y naturales), y parte de la acción cultural para promocionar la cultura francesa en el extranjero y las culturas extranjeras en Francia. Francia es país pionero desde inicios del siglo XX, en la organización de una política cultural hacia el exterior y en la creación de instituciones oficiales encargadas de su planificación y ejecución. Posteriormente, Alemania, Italia, la Unión Soviética, Gran Bretaña y los Estados Unidos, siguieron sus pasos al instaurar organismos dedicados a fomentar la vertiente cultural en su política exterior.²²

Los antecedentes del uso de la cultura e identidad francesas para posicionarse en el extranjero tienen referencias históricas desde Luis XIV, el “Rey Sol” (1638-1715) quien dedicaba el 10% del presupuesto a las artes, o aún anteriores como el Cardenal Richelieu (1585-1642), quien fundó oficialmente la Academia Francesa (1635) como institución para regular y perfeccionar la lengua y su literatura. La importancia de la difusión y posicionamiento de la francofonía, por ejemplo, se puede rastrear desde entonces hasta nuestros días. A finales del siglo XIX, tras la derrota en la guerra Franco-Prusiana (1870-1871), el gobierno francés a través de la difusión del idioma y cultura francesa buscó reparar su prestigio y creó la Alianza Francesa (1883), convirtiéndose en pieza clave en la diplomacia gala. En el siglo XXI el subsidio a la red internacional para la enseñanza del francés es parte del prestigio cultural de ese país.

El sistema de la Fundación Alianza Francesa, con sede en París es una organización que promueve el idioma y la cultura de Francia en el mundo. Su objetivo principal es la enseñanza en el extranjero de esta lengua como segundo idioma. Cuenta con 1040 sedes en 136 países en cinco continentes, e integra una red cultural a nivel internacional, operada como franquicias. Entre sus directores figuran personalidades como Louis Pasteur, Ernest Renan, Julio Verne y Armand Colin.

²⁰ Para ver ejemplos de diplomacia cultural en el mundo véase: http://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_historical-acts-of-cd

²¹ Spencer James Oscarson, “The Art of Diplomacy: the use of art in international relations” (Tesis de maestría), Georgetown University, Abril 2009, p. 96. Consultado el 16 de enero de 2018 en: <https://repository.library.georgetown.edu/bitstream/handle/10822/552936/oscarsonSpencer.pdf>

²² Lorenzo Delgado Gómez Escalonilla, “El Factor Cultural en las Relaciones Internacionales: una aproximación a su análisis histórico” en *Hispania*, LIV/1, num. 186, 1994, p. 257

Su primera sede europea se abrió en Barcelona (1884). En octubre de 2004 abrió en Pekín el primer centro cultural totalmente extranjero autorizado por el Gobierno chino. Cuenta con una población de 482 mil estudiantes del francés y 14,300 empleados incluyendo 8,900 maestros. Las actividades culturales completan un amplio programa formado por conferencias, exposiciones y creaciones artísticas, entre otras actividades, con el objetivo de transmitir la idea de un país abierto al diálogo de culturas con un público espectador de 3.3 millones de personas al año. Según el Reporte de Actividades 2016, Madagascar, Brasil, México,²³ la India, los Estados Unidos, China, Francia, Colombia y Argentina son los diez principales países con presencia de la Alianza Francesa. Sus principales proyectos se centran en la cooperación educativa y lingüística y la estrategia cultural en torno a su biblioteca, cinemateca y espacio de exposiciones. El sistema fue reconocido en 2005 con el Premio Príncipe de Asturias en Comunicación y Humanidad.²⁴

En cuanto al sector académico-educativo, a principios del siglo XX Francia creó la Oficina de Escuelas y de Obras Francesas en el Extranjero, que para 1920 fue sustituida por el Servicio de Obras Francesas que tenía como objetivos: el intercambio de profesores universitarios; el envío de ediciones y el uso del libro como el principal medio para divulgar el pensamiento y arte francés; becar a estudiantes extranjeros; el establecimiento de escuelas e institutos en el exterior; además de apoyar a organismos como la Alianza Francesa o asociaciones bilaterales en el fortalecimiento de las relaciones político-diplomático-culturales con ciertos países.²⁵

En tiempos modernos, las características principales que han hecho de la política cultural francesa un caso de éxito son, por una parte, la institucionalización y democratización de una política cultural a nivel nacional y, por otra, su continuidad y extensión hacia el exterior. El parteaguas de la política cultural francesa se da en la administración de André Malraux (1901-1976) como el Primer Ministro de Cultura (1958-1969) del Presidente Charles De Gaulle (1958-1969). Su gestión cultural tuvo como objetivos: la regulación de las industrias culturales, el establecimiento de las casas de cultura fundadas en distintas ciudades como descentralización de la oferta artística y educativa, su cercanía y proyectos con los artistas contemporáneos de la época (Picasso, Matisse, Braque, Leger, Chagall etc.), la creación artística, el apoyo a la arqueología y la conservación del patrimonio histórico francés. El decreto fundacional del Ministerio de Cultura de 1959 dejaba asentado que la influencia mundial de Francia tomaba en cuenta a su cultura:

“El Ministerio encargado de los asuntos culturales tiene como misión hacer accesibles las obras capitales de la Humanidad, y en primer lugar de Francia, al mayor número posible de franceses; asegurar la audiencia más amplia posible a nuestro patrimonio cultural, y favorecer la creación de obras de arte y del pensamiento que lo enriquezcan”.²⁶

²³ La Alianza Francesa tiene presencia en México en las siguientes ciudades: Acapulco, Aguascalientes, Campeche, Ciudad Juárez, Ciudad Victoria, Cuernavaca, Durango, Guadalajara, Guanajuato, Irapuato, León, Mérida, Mexicali, Ciudad de México, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Cristóbal de las Casas, San Luis Potosí, Tampico, Tapachula, Texcoco, Tijuana, Tlaxcala, Toluca, Torreón, Veracruz, Villahermosa, Xalapa y Zacatecas.

²⁴ *Fondation Alliance Française*, “Historique”. Consultado el 29 de enero de 2018 en: <http://www.fondation-alliancefr.org/?cat=538>

²⁵ *Idem*, p. 271

²⁶ Ministerio de Cultura, “Creación del Ministerio: Artículo 1º del Decreto no. 59-889”, 24 de julio de 1959. Consultado el 19 de enero de 2018 en: <http://traduction.culturecommunication.gouv.fr/url/Result.aspx?to=es&url=http://www.culturecommunication.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/Histoire-du-ministere/Creation-du-Ministere>

Para 1969 con el Presidente Georges Pompidou, el cambio significativo en la política cultural fue la incidencia de la Presidencia de la República en esta. Con Jacques Duhamel como Ministro de Cultura (1971-1973) la colaboración interministerial se favoreció, así como el incremento de los recursos públicos para la cultura.

Una década después con François Mitterrand como presidente y Jack Lang como Ministro de Cultura (1981-1986 y 1988-1993), se revisa y modifica el decreto fundacional del Ministerio:

“El Ministerio de Cultura tiene como misión: permitir a todos los franceses cultivar su capacidad de inventar y crear, expresar libremente sus talentos y recibir la formación artística de su elección; preservar el patrimonio cultural nacional, regional, o de los distintos grupos sociales para el provecho común de toda la sociedad; favorecer la creación de obras de arte y del pensamiento y darles la audiencia más amplia posible; contribuir a la difusión de la cultura y el arte franceses en el marco del libre diálogo de las culturas del mundo”.²⁷

Es entonces cuando son impulsadas las grandes obras como la nueva sede de la Biblioteca Nacional de Francia, el Instituto del Mundo Árabe o la ampliación y remodelación del Grand Louvre; estos proyectos en el plano internacional reafirmaron y visibilizaron el prestigio de la cultura francesa.

A finales del siglo XX, el Primer Ministro Lionel Jospin (1997-2002), reconoció que la cultura francesa ya no era tan relevante a nivel internacional, lo que derivó en una reformulación de la política y diplomacia cultural, teniendo como bandera principal el liderazgo junto con Canadá de la aprobación de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005), al igual que la apertura para la cooperación con organizaciones no gubernamentales y privadas y programas de cooperación cultural con otras regiones del mundo, principalmente con los países francófonos de África, el Mediterráneo y el Caribe, favoreciendo el desarrollo de competencias, la difusión, el trabajo en red y la creación artística.

En la actualidad la gestión cultural de Francia en el extranjero a favor de la francofonía y su influencia cultural dependen en gran medida del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, que administra más del 80% del presupuesto para la acción cultural exterior de Francia. La presencia de Francia en el mundo a través de la red cultural francesa en el extranjero se cimienta en los servicios culturales de 160 embajadas, 98 institutos franceses, 26 institutos de investigación, 363 Alianzas Francesas, 16 representaciones permanentes, 160 misiones arqueológicas en el extranjero y la cadena de información internacional *France 24*.²⁸ La política cultural del gobierno francés se centra además en una fuerte presencia del Estado en su formulación, ejecución y continuidad y en esta amplia red cultural en el extranjero que tiene como objetivo expandir, influenciar y ser reconocida en el mundo.

²⁷ Ministerio de Cultura, “Creación del Ministerio: Artículo 1º del Decreto no. 82-394”, 10 de mayo de 1982. Consultado el 19 de enero de 2018 en: <http://traduction.culturecommunication.gouv.fr/url/Result.aspx?to=es&url=http://www.culturecommunication.gouv.fr/Nous-connaitre/Decouvrir-le-ministere/Histoire-du-ministere/Histoire-du-ministere/Creation-du-Ministere>

²⁸ *France Diplomatie*, “El Ministerio y su red”,. Consultado el 19 de enero de 2018 en: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/el-ministerio-y-su-red/>

La francofonía es una de las comunidades lingüísticas²⁹ del mundo, que en términos generales no solo se asocia por la lengua sino por valores en común “transmitidos por medio de la lengua francesa”. La francofonía ubica al idioma francés -quinta lengua más hablada en el mundo y una de las que se habla en los cinco continentes, es la tercera lengua de los negocios y la cuarta en la internet-, en el mundo en países en los cuales es la lengua oficial, en los que es la lengua materna, en los que es lengua de difusión cultural, o donde es hablado por ciertos grupos sociales. En ese sentido la comunidad francófona está integrada por aproximadamente 1000 millones de personas, siendo África el continente con el mayor número de francófonos. En cuanto al impacto del francés en la economía, los países francófonos representan el 20% del comercio mundial de mercancías, 125 millones de personas en el mundo estudian la lengua y el 60% de los francófonos es menor a 30 años.³⁰

Para llevar a cabo acciones de cooperación multilateral en esta comunidad, en 1970 se fundó por iniciativa de los países africanos de habla francesa con sede en París la Organización Internacional de la Francofonía (OIF)³¹ en beneficio de las poblaciones francófonas y con objetivos como la difusión y el respeto a la diversidad cultural y lingüística y la promoción de la lengua francesa. Está integrada por 84 estados (58 miembros y 26 observadores)³² y entre sus resultados ha firmado 33 acuerdos de cooperación con organizaciones internacionales y regionales y tiene diálogo de cooperación permanente con las grandes comunidades lingüísticas como inglesa, portuguesa, hispana y árabe.

La OIF se organiza en Cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno que se celebran cada dos años. Cuenta con cuatro representaciones permanentes en: Adís Abeba, Etiopía (ante la Unión Africana y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para África); Bruselas, Bélgica (ante la Unión Europea), Nueva York, Estados Unidos y Ginebra, Suiza (ante la ONU); y tres oficinas regionales en África Occidental, África Central y Océano Índico, Asia-Pacífico, situadas respectivamente en

²⁹ La Declaración Universal de Derechos Lingüísticos entiende como comunidad lingüística toda sociedad humana que, asentada históricamente en un espacio territorial determinado, reconocido o no, se autoidentifica como pueblo y ha desarrollado una lengua común como medio de comunicación natural y de cohesión cultural entre sus miembros. La denominación lengua propia de un territorio hace referencia al idioma de la comunidad históricamente establecida en este espacio. *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*, “Declaración Universal de Derechos Lingüísticos”, Artículo 1, París, 10 de octubre de 1996. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001042/104267s.pdf>

³⁰ *Organización Internacional de la Francofonía*, “¿Quiénes somos?”. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <https://www.francophonie.org/Bienvenidos-a-la-web-oficial-de-la.html>

³¹ *Ídem*

³² 58 Estados miembros: Albania, Principado de Andorra, Armenia, Reino de Bélgica, Benin, Bulgaria, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camboya, Camerún, Canadá, Canadá-Nuevo-Brunswick, Canadá-Québec, Catar, República Centroafricana, Chipre, Comunidad Francesa de Bélgica, Comores, Congo, República Democrática del Congo, Costa de Marfil, Djibouti, Dominica, Egipto, ex-República Yugoslava de Macedonia, Francia, Gabón, Ghana, Grecia, Guinea, Guinea-Bissau, Guinea ecuatorial, Haití, Laos, Líbano, Luxemburgo, Madagascar, Mali, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Moldavia, Principado de Mónaco, Nueva Caledonia, Níger, Rumania, Ruanda, Santa-Lucía, Santo Tomé y Príncipe, Senegal, Seychelles, Suiza, Chad, Togo, Túnez, Vanuatu y Vietnam.

26 observadores: Argentina, Austria, Bosnia y Herzegovina, Canadá-Ontario, Corea del Sur, Costa Rica, Croacia, República Dominicana, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Georgia, Hungría, Kosovo, Letonia, Lituania, México, Montenegro, Mozambique, Polonia, República Checa, Serbia, Tailandia (suspendida en 2014), Ucrania y Uruguay. *Organización Internacional de la Francofonía*, “84 États et Gouvernements”. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <https://www.francophonie.org/-84-Etats-et-gouvernements-.html>

Lomé, Togo); Libreville, Gabón; y Hanoi, Vietnam; y dos antenas regionales en Bucarest, Rumania y Puerto Príncipe, Haití.

Las acciones de la OIF se dividen en: lengua francesa y diversidad lingüística; diversidad y desarrollo cultural; paz, democracia y derechos del hombre; educación y formación, economía; desarrollo sustentable; innovación digital; juventud; igualdad de género y sociedad civil.

La francofonía es parte esencial de la política diplomática de Francia, para el presente año han lanzado el proyecto “Mi idea para el francés”, que tiene como objetivo recopilar propuestas para apoyar la promoción, el aprendizaje y modernización de la lengua francesa en el mundo.³³

Museos como Franquicias Culturales

La definición de museo se ha adecuando a lo largo de la historia, para el Consejo Internacional de Museos (ICOM, por sus siglas en inglés) se ha definido como: “una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”.³⁴

No solo su definición se ha adecuando a nuevos tiempos, sino también su funcionamiento, tarea, operación y financiamiento que se ha visto en la necesidad de amoldarse a la era de la globalización. Los museos se han reestructurado en cuanto a ser instituciones estrictamente académicas depositarias del patrimonio de la humanidad y su memoria colectiva, para con esos mismos activos, convertirse en centros de educación, de divulgación y de conocimiento. En este cambio de visión, el prestigio que una institución museística a lo largo de los años -algunos siglos- se proyecta como representación de valores revolucionarios y democráticos, como elementos de prestigio social y político atractivos para otros países. Los museos estadounidenses fundados a finales del siglo XIX y principios del XX, son ejemplo de esta apuesta por imitar los modelos culturales europeos. Esta estrategia continua vigente y tiene en el Museo Guggenheim de Nueva York el primer intento de reinención con miras a la inter-institucionalización del museo, en un esfuerzo por generar recursos propios que le permitan afrontar dificultades financieras, expandir su influencia que repercute en la diplomacia cultural y examinar la transversalidad entre cultura, economía, sustentabilidad y desarrollo social. La crítica y debate que esta estrategia ha creado focalizando el tema en una mera mercantilización de la cultura, deja de lado al museo como institución contemporánea que requiere modernizarse para continuar garantizando su misión.

³³ *France Diplomatie*, “Mi idea para el francés”. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <https://www.diplomatie.gouv.fr/es/asuntos-globales/franconia-y-lengua-francesa/eventos/article/mi-idea-para-el-frances-25-01-18>

³⁴ El ICOM fue creado en 1946 por y para profesionales de museos, está compuesta por una red de 37 mil museos y profesionales de museos de 141 países, conformado por 115 comités nacionales y 30 comités internacionales. El ICOM establece normas y estándares necesarios para los museos tanto para su concepción como para la administración y la organización de sus colecciones. El Código de deontología del ICOM para los museos es una obra de referencia en la comunidad museística mundial y fija las normas mínimas de prácticas y resultados profesionales para los museos y sus empleados. *Consejo Internacional de Museos*, “La ICOM en breve”. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <http://icom.museum/la-organizacion/el-icom-en-breve/L/1/>

La Fundación Guggenheim de Nueva York fue la primera en franquiciar con éxito su concepto de museo en Bilbao (1997), Berlín (1997), Venecia (1980) y tiene contemplado una nueva sede del Guggenheim en Abu Dabi.

“El argumento económico fue, sin duda, el que catapultó las opciones de globalización del Guggenheim: una institución con limitados recursos económicos, pero con un activo extraordinariamente solvente como es su gran colección de arte del siglo XX. La idea-fuerza era poder compartir con nuevos públicos esa colección y el *know-how* de la institución estableciendo nuevas sedes por el mundo. Su visión coincidió con las necesidades de una región con posibilidades financieras y una estrategia imaginativa y valiente de revitalización urbana y económica como era el País Vasco y la ciudad de Bilbao”.³⁵

Sin embargo, la experiencia de crecimiento del Guggenheim no ha tenido en todos los casos el éxito de Bilbao; el cierre del Guggenheim de Berlín (2012) por mutuo acuerdo con su socio el Deutsche Bank de no renovar el contrato en común después de 15 años de operación llevó a la Fundación Solomon R. Guggenheim a examinar la evolución en el tiempo de sus colaboraciones y sus condiciones como franquiciante. Este mismo análisis por una u otra de las partes dejó -hasta el momento- inconclusas las negociaciones para expandir su franquicia en Tokio, Río de Janeiro, Guadalajara y Taiwán.

Sin duda el éxito del Guggenheim de Bilbao resultó inspirador y grandes museos del mundo comenzaron a descentralizarse, el Museo Hermitage de San Petersburgo tiene dos franquicias fuera de Rusia, una en Ámsterdam (2009) y otra en Venecia (2013), que impactan positivamente tanto en la oferta cultural-turística de estas ciudades como en sus economías. Todo ello sin dejar de lado el préstamo de exposiciones integradas por obras específicas, que ha sido una práctica constante de la diplomacia cultural, por ejemplo: el préstamo de la *Mona Lisa* de Leonardo da Vinci a la Galería Nacional de Nueva York en 1963, gestión realizada entre la primera dama Jacqueline Kennedy y André Malraux;³⁶ o la exposición “*Iconos del Arte Moderno*” del coleccionista ruso del siglo XIX Sergei Shchukin presentada en 2017 en la sede de la Fundación Louis Vuitton en París, en pro a la imagen de Moscú en el extranjero en un año caracterizado por disputas políticas.³⁷ El uso de este tipo de diplomacia cultural a través del arte, incluso figura como primeras acciones entre países como China y el Vaticano que carecen de relaciones diplomáticas, pero que en noviembre 2017 la Oficina de Prensa de la Santa Sede, dio a conocer las dos exposiciones que, a partir de la primavera de 2018, se llevarán a cabo de forma simultánea en los Museos Vaticanos y la Ciudad Prohibida de Pekín.³⁸ El interés en este acercamiento es de ambas partes, y en específico “el Vaticano ve el potencial que ofrece China, el país más poblado del mundo con casi 1.400 millones de habitantes. Mientras en Europa y otras partes del mundo el catolicismo está

³⁵ Miguel Zugaza, “Museos y diplomacia cultural” en *Estudios de Política Exterior* no. 160, julio-agosto 2014, Consultado el 26 de enero de 2018 en: <http://www.politicaexterior.com/articulos/politica-exterior/museos-y-diplomacia-cultural/>

³⁶ *National Gallery of Art*, “Mona Lisa by Leonardo da Vinci”, 1963. Consultado el 26 de enero de 2018 en: https://www.nga.gov/exhibitions/1963/mona_lisa.html

³⁷ James McAuley y Andrew Roth, “Russia deploys ‘cultural diplomacy’ in France”, *The Washington Post*, 22 de octubre de 2016. Consultado el 26 de enero 2018 en: https://www.washingtonpost.com/world/europe/russia-deploys-cultural-diplomacy-in-france/2016/10/22/6645d870-97c2-11e6-9cae-2a3574e296a6_story.html?utm_term=.9e51e36c720d

³⁸ *Oficina de prensa de la Santa Sede*, “Conferencia de prensa para anunciar las dos exposiciones simultáneas en los Museos Vaticanos y la Ciudad Prohibida en Pekín”, 21 de noviembre de 2017. Consultado el 26 de enero de 2018 en: <https://press.vatican.va/content/salastampa/es/bollettino/pubblico/2017/11/21/conf.html>

estancado y las vocaciones disminuyen vertiginosamente, la segunda potencia económica del mundo vive una explosión de interés religioso”.³⁹

Otro ejemplo de éxito fue el concretado por el Ayuntamiento de Málaga, España que en el año 2015 inauguró el Centro Pompidou Málaga. Siete años antes Francisco de la Torre, alcalde de Málaga externó al Embajador de Francia en España, Bruno Delayle su interés por ser sede de una sucursal del Museo de Louvre o del Centro Pompidou. En consecuencia, para el año 2013 se inició la construcción del Pompidou provisional con base en un acuerdo por cinco años. El costo anual para el Ayuntamiento de Málaga se traduce en cuatro millones de euros anuales, costo beneficio positivo ya que ha colocado a la entidad entre los principales destinos culturales de España y repercute directamente en su economía.⁴⁰

Para Serge Lasvignes, presidente del Centro Nacional de Arte y Cultura Georges Pompidou, “la iniciativa malagueña asegura la presencia de la marca y el modelo Pompidou, así como la influencia de Francia en el exterior. En cuanto al modelo financiero un tercio del presupuesto del Centro Pompidou proviene del patrocinio y este tipo de contratos para usar nuestra marca”.⁴¹

Por su parte la próxima apertura en 2019 del Centro Pompidou – Shanghái (West Bund), sigue las mismas directrices que su sede en Málaga. El Pompidou Shanghái tiene como objetivo ser puente entre las culturas de oriente y occidente, con un modelo flexible adaptado a China, su cultura, historia y arte a través de intercambios académicos bilaterales, exposiciones, programas de capacitación e intercambio de gestión y operación internacional de museos.

El Centro Pompidou-Shanghái se materializa después de 10 años de negociaciones entre Francia y China, con la firma del acuerdo entre el Presidente francés Emmanuel Macron y el Presidente de China, Xi Jinping, con una duración inicial hasta el año 2024.⁴² El proyecto del acuerdo inició durante la presidencia de Jacques Chirac (2006), para retomar las negociaciones con el Presidente Nicolas Sarkozy (2007-2012), mismas que se estancaron durante la presidencia de François Hollande (2012-2017), pero que con Macron se llegó a la firma del acuerdo empresarial. La *West Bund Museum Mile* en el distrito de Xuhui en Shanghái, en lo que fuera el centro de transporte, logística y producción en China por más de 100 años, se espera sea terminada a finales del presente año con una fuerte inversión del gobierno chino y empresarios coleccionistas de arte, proyectándose como el centro del arte contemporáneo en ese país, como respuesta a la exigencia de oferta de un público y turismo interesado en el arte contemporáneo.⁴³

³⁹ Macarena Vidal Liy, “Objetivo China: Pekín y el Vaticano buscan un acercamiento”, *El País*, 27 noviembre de 2017. Consultado el 26 de enero de 2018 en: https://elpais.com/internacional/2017/11/26/actualidad/1511711700_877070.html

⁴⁰ Dossier de prensa, “Centre Pompidou Málaga”, 3 septiembre de 2014. Consultado el 11 de enero de 2018 en: <http://servicios.diariosur.es/fijas/multimedia/pompidou-malaga.pdf>

⁴¹ Christine Siméone, “Serge Lasvignes: ‘Le Centre Pompidou doit confronter la société à la culture’”, *France Inter*, 2 de febrero de 2007. Consultado el 22 de enero de 2018 en: <https://www.franceinter.fr/culture/serge-lasvigne-le-centre-pompidou-doit-confronter-la-societe-a-la-culture>

⁴² Lorena Muñoz Alonso, “The Pompidou signed a deal to expand to China with a new Shanghai Art Museum”, *Art Net*, 16 de julio de 2017. Consultado el 11 de enero de 2018 en: <https://news.artnet.com/art-world/centre-pompidou-deal-west-bund-shanghai-outpost-1027130>

⁴³ *West Bund Museum Mile* está integrada por el *Long Museum*, fundado por los coleccionistas Liu Yiqian y Wang Wei, es la mayor institución privada de colecciones de arte en China, centrada en arte chino tradicional, arte chino moderno

Lasvignes comentó que el Pompidou posee aproximadamente 120 mil obras y solo exhiben el 5% del total, por lo que este tipo de préstamos hace circular su acervo, de ahí que también se encuentren en negociaciones para próximas posibles aperturas en Bruselas, Seúl y Colombia.

El Museo Louvre de Abu Dabi, el primer museo que nace de un acuerdo diplomático ⁴⁴

El mutuo interés cultural entre Francia y las Naciones Árabes, tiene como antecedente el proyecto en 1981 para la creación en París del Instituto del Mundo Árabe (1987), como símbolo del pluralismo cultural y religioso de la sociedad francesa, y con el objetivo de acercar las relaciones entre el mundo árabe y Europa. La difusión de una mejor comprensión de esta región de oriente centrada en su idioma y valores culturales, las ciencias y la tecnología a través de un programa que aborda todas las áreas del arte y la cultura en el mundo árabe, por medio del Museo de Arte y Civilización Árabe e Islámica creado a partir de las colecciones francesas dispersas en el Museo de Louvre y en el Museo de Artes Decorativas, un centro de documentación audiovisual, una biblioteca, salas de reuniones y conferencias y dos restaurantes.

Tres años después de su apertura y como consecuencia de la crisis económica y política por la invasión a Kuwait por Irak (1990), se evidenció que los criterios financieros del Instituto del Mundo Árabe no le daban certeza presupuestal para su operación, abriendo el debate en el mundo cultural de nuevas estrategias jurídicas y financieras para garantizar la operación de espacios similares a largo plazo.

Después del Instituto del Mundo Árabe, en el año 2003, el Museo de Louvre⁴⁵ creó un nuevo departamento dedicado a las artes del islam, y su diplomacia cultural se extendió al crear un departamento francés en 2004 en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la

y contemporáneo y arte contemporáneo de Asia y Europa. El *Yuz Museum*, es la segunda mayor organización de arte en China, con obra del coleccionista chino-indonesio, Budi Tek. El *Shanghai Center of Photography*, es la primera institución de arte acreditada dedicada a la fotografía en China y el principal museo de Shanghai para el medio fotográfico, exhibe fotografías internacionales y chinas en diversas temáticas: documentales, historia social, moda y fotografía artística de todo el mundo. El *Tank Shanghai Art Park*, es un complejo de espacios de exposición, plazas, jardines, librerías, centro educativo y restaurantes, la inversión para la apertura de este parque del arte en 2018, corre cargo del rey del karaoke Qiao Zhibing y el *West Bund Group*. *West Bund*, "Popular Venues". Consultado el 26 de enero de 2018 en: http://www.westbund.com/en/index/POPULAR-VENUES/show_list.html#

⁴⁴ El museo abre con la exposición: "De un Louvre a otro: apertura de un museo", *Louvre Abu Dabi*. Consultado el 20 de enero de 2018 en: <https://www.louvreabudhabi.ae/>

⁴⁵ El Museo de Louvre fue creado en el año de 1793 en la ciudad de París, cuatro años después de la toma de la Bastilla, y es hoy uno de los museos más antiguos, extensos e importantes del mundo. Resguarda 35mil obras de arte que abarcan ocho estilos: griegos, antigüedades etruscas y romanas, orientales, egipcias, arte islámico, pinturas, esculturas, artes decorativas e impresos, dibujos y fotografía. Sus colecciones son propiedad del estado francés, y su origen parte de las colecciones reales de Francia. Recibe al año 7.3 millones de visitantes. Cabe destacar que el Museo de Louvre París, en el año 2006 ya había realizado una pequeña prueba piloto de una sede externa en los Estados Unidos con el *High Museum* de Atlanta al que le concedió durante tres años un ala de su edificio al Louvre. *ArtDaily*, "Louvre in Atlanta opens at the High Museum of Art". Consultado el 21 de enero de 2018 en: <http://artdaily.com/news/17759/Louvre-in-Atlanta-Opens-at-The-High-Museum-of-Art#.WmZ-rDejmUk>

Universidad Al Ain.⁴⁶ En 2006 con el apoyo de las autoridades de los EAU, la Universidad Paris IV-Sorbonne abrió una oficina en Abu Dabi, así como las escuelas de comercio INSEAD y HEC.

Dos décadas posteriores a la inauguración del Instituto del Mundo Árabe, el 8 de noviembre de 2017 se inauguró el Museo de Louvre Abu Dabi en la *Isla de Saadiyat*⁴⁷ con la presencia del Presidente de Francia, Emmanuel Macron; el Primer Ministro de los Emiratos Árabes Unidos (EAU), Mohamed bin Rashid Al Maktum; el príncipe heredero de los EAU, Mohamed bin Zayed Al Nahyan; el rey de Marruecos, Mohammed VI; el rey de Bahréin Hamad bin Isa al Jalifa, y el Presidente de Afganistán, Mohamad Ashraf Ghani. El Louvre Abu Dabi concebido como un baluarte del diálogo intercultural, se convirtió en el primer museo universal en el mundo árabe con más de 6 mil metros cuadrados y un guión curatorial que abarca la historia de la humanidad resaltando temas en común entre las dos culturas.

Las negociaciones entre el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos y Francia para la creación del Louvre Abu Dabi iniciaron en el año 2005, y dos años después en marzo de 2007 se firmó el acuerdo correspondiente con una duración de 30.6 años a partir de su apertura. El 21 de junio de 2005, el Sheikh Sultan bin Tahnoon, presidente de la Autoridad de Turismo de Abu Dabi hace público el deseo de una asociación con el Museo de Louvre para construir un museo en Abu Dabi. En marzo de 2006 iniciaron las negociaciones, y en enero de 2007 el Ministro de Cultura francés, Renaud Donnedieu de Vabres, expuso las líneas del proyecto a directores y conservadores de los museos franceses, y el 6 de marzo del mismo año se firmó el acuerdo intergubernamental por Renaud Donnedieu de Vabres, y por el Sheik Sultán bin Tahnoon Al Nahyan, siendo ratificado por el Parlamento Francés el 9 de octubre de 2007.⁴⁸

Según el Acuerdo para la creación del museo universal Louvre Abu Dabi, los Emiratos Árabes Unidos (EAU) tienen el propósito de convertirse en el centro de la región del Golfo para la educación, la cultura y el intercambio continental entre civilizaciones y contribuir al diálogo, entendimiento y amistad entre los dos países y las regiones de oriente y occidente con un mensaje universal y humanista; cada parte respetando los valores y aspectos culturales del otro.

Si bien la selección de obras para Abu Dabi incluye todos los períodos, incluso el arte contemporáneo, se centrará mayormente en el período clásico, en todas las áreas geográficas y todas las áreas de la historia de arte. Dentro de las cláusulas que sobresalen del Acuerdo se especifica que el uso del nombre deberá respetar la imagen del Louvre, y no podrá existir proyecto similar en cualquier otro de los emiratos de los EAU; Arabia Saudita, Kuwait, Omán, Baréin, Catar, Egipto, Jordania, Siria, Líbano, Irán o Irak.

⁴⁶ La red de enseñanza del idioma francés en los Emiratos Árabes Unidos se compone de cuatro escuelas dentro del cual se inscriben 3,600 estudiantes anuales. Dos Alianzas Francesas en Abu Dabi y Dubai respectivamente.

⁴⁷ El distrito cultural Saadiyat en la isla del mismo nombre tiene una superficie de 27 kilómetros cuadrados. Tiene como objetivo ser un núcleo para la cultura global, integrado por el Museo Louvre Abu Dabi diseñado por Jean Nouvel; *Zayed National Museum* diseñado por Norman Foster, y el *Guggenheim Abu Dabi* diseñado por Frank Gehry. Saadiyat Cultural District Abu Dhabi. *Saadiyat Cultural District*, "About Saadiyat Cultural District". Consultado el 11 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/about/>

⁴⁸ *Decreto N° 2008-879, de 1 de septiembre de 2008, sobre la publicación del Acuerdo entre el Gobierno de la República Francesa y el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos sobre el Museo Universal de Abu Dabi, firmado en Abu Dabi el 6 de marzo de 2007.* Consultado el 11 de enero de 2018 en: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000019417311>

El Acuerdo establece que Francia asistirá integralmente durante los próximos 15 años a Abu Dabi en la curaduría y museografía con el fin de “traducir en un lenguaje artístico un discurso de apertura y tolerancia”. Acompañará la operación del museo durante 20 años, para consolidarlo como una institución museística internacional. Y asesorará durante la próxima década la adquisición de obra para su colección propia e ir reemplazando progresivamente las obras en préstamo de los museos franceses.⁴⁹

Firmado por las próximas tres décadas, el Acuerdo representa un monto de 1,000 millones de euros, que beneficiarán tanto al Museo Louvre de París como a otros museos de Francia que integran la Agencia Francesa de Museos (2007), una sociedad anónima con Marc Ladreit de Lacharrière – el mayor patrocinador del Museo Louvre París- como su director. La Agencia cuenta con la experiencia de las instituciones culturales de Francia y proporciona servicios de consultoría a las autoridades de los Emiratos Árabes Unidos en las siguientes áreas:

- Definición del programa científico y cultural;
- Asistencia en el proyecto arquitectónico, incluida museografía y multimedia;
- Coordinación de préstamo de colecciones francesas y organización de exhibiciones temporales;
- Asesoría para la creación de la colección permanente;
- Apoyo en las políticas de visita.⁵⁰

Las instancias culturales que integran la Agencia Francesa de Museos son: *Musée du Louvre, Centre Pompidou, Musée d'Orsay, Bibliothèque Nationale de France, Musée du quai Branly-Jacques Chirac, Musée National des Arts Asiatiques Guime, Etablissement public de la Réunion des Musées Nationaux et du Grand Palais, Ecole du Louvre, Musée de Cluny – Musée National du Moyen Âge, Musée des Arts Décoratifs de Paris, Cité de la céramique-Sèvres et Limoges, Musée d'Archéologie Nationale de Saint-Germain-en-Laye, Château de Fontainebleau, Opérateur du Patrimoine et des Projets Immobiliers de la Culture.*⁵¹

En perspectiva, el Louvre Abu Dabi, responde tanto a la prerrogativa de los museos de Francia y su deber de contribuir a la influencia cultural del país galo en el mundo, como al reconocimiento internacional de la excelencia de los museos franceses, la confianza en la marca Louvre y el *know how* francés. Colateralmente unió a los museos nacionales de Francia al cooperar en un proyecto de envergadura diplomática, en aras de compartir los valores de la nación francesa y transferir lo que representan -no sus obras- a la región oriente del mundo. Por su parte, el emirato de Abu Dabi,

⁴⁹ Desde la inauguración del museo y durante los siguientes diez años, el Louvre Abu Dabi recibirá en préstamo obras de las colecciones francesas (300 en el primer año, 250 a partir del cuarto año y 200 desde el séptimo al décimo año). Del mismo modo, durante quince años, Francia proporcionará anualmente al Louvre Abu Dabi cuatro exposiciones. *Decreto N° 2008-879, de 1 de septiembre de 2008, sobre la publicación del Acuerdo entre el Gobierno de la República Francesa y el Gobierno de los Emiratos Árabes Unidos sobre el Museo Universal de Abu Dabi, firmado en Abu Dabi el 6 de marzo de 2007.* Consultado el 11 de enero de 2018 en: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000019417311>

⁵⁰ *Agence France-Muséums*, “Louvre Abu Dhabi”. Consultado el 11 de enero de 2018 en: <http://www.agencefrancemuseums.fr>

⁵¹ *Agence France-Muséums*, “Colaboradores Agence France-Muséums”. Consultado el 11 de enero de 2018 en: <http://www.agencefrancemuseums.fr/en/l-agence-france-museums/partners/>

un país joven fundado en 1971, que se opone al fundamentalismo islámico y otras expresiones radicales, hace uso de este poder blando a través del Louvre, como parte de una estrategia cultural para enfrentar las tensiones en la región, promover a Abu Dabi como una ciudad global y tolerante y tierra de convergencia e intercambio en la Península Arábiga.⁵²

Por otra parte, el proyecto de la Isla de *Saadiyat* (felicidad en árabe), es un desarrollo turístico, cultural, académico y económico,⁵³ que aglutina desarrollos comerciales, residenciales, culturales, deportivos y de ocio, desarrollado por la *Abu Dhabi Tourism Authority* (ADTA, por sus siglas en inglés)⁵⁴ a través de la *Tourism Development and Investment Company*, con la finalidad de hacer de Saadiyat un destino turístico de clase mundial y amigable con el medio ambiente. La oferta académica correrá a cargo de la Universidad de Nueva York-Abu Dabi y en cuanto al distrito cultural será el único lugar en el mundo en el que cada uno de los museos que albergará serán diseñados por cinco arquitectos Premio Pritzker: Tadao Ando diseña el *Maritime Museum*; Zaha Hadid el *Performing Arts Centre*; Frank Gehry el *Guggenheim Abu Dhabi*; Jean Nouvel diseñó el *Louvre Abu Dhabi* y Norman Foster el *Zayed National Museum*.

El Museo Marítimo tendrá como pieza principal al Golfo Pérsico y se proyecta para celebrar tanto el patrimonio marítimo de Abu Dabi como la relación del mar con la región.⁵⁵ El *Performing Arts Centre*⁵⁶ será un espacio multifuncional con salas de conciertos, teatros y galerías con capacidad para 6,300 personas; su objetivo es tener intérpretes y artistas de talla mundial tanto de la región como del mundo. El *Guggenheim Abu Dhabi*, fungirá como plataforma para el arte contemporáneo del mundo, a través de exhibiciones de la colección permanente de la Fundación Guggenheim.⁵⁷ El *Museo Louvre Abu Dhabi*,⁵⁸ es el único de estos museos que ya se encuentra en funciones y alberga el arte de diferentes civilizaciones del mundo, desde la época antigua a la contemporánea. El diseño arquitectónico del *Louvre Abu Dhabi* de Jean Nouvel, tiene como inspiración el entorno y tradición arquitectónica de la región, con un sistema de agua que atraviesa el museo inspirado en la antigua ingeniería árabe del *falaj*⁵⁹ y una cúpula geométrica de 180 metros de diámetro y 7.5 toneladas, diseñada a partir de las hojas de palma entrelazadas que se usaban tradicionalmente

⁵² Así es el Louvre de Abu Dabi. Palabras del Ministro de Estado de los EAU, Zaki Anuar Nusseibeh. Consultado el 17 de enero de 2018 en: <https://youtu.be/TT-QCS03Rs0>

⁵³ Saadiyat, "About Saadiyat". Consultado el 27 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyat.ae/en/about-saadiyat>

⁵⁴ La ADTA es una instancia gubernamental emiratí desde el año 2004, su objetivo principal es la promoción y desarrollo de la industria turística y el posicionamiento internacional del emirato como un destino de lujo y preservación de su patrimonio natural y cultural a través del sector público y privado. Las estrategias del ADTA incluyen marketing de destino, desarrollo de infraestructura y productos específicos. *Department of Culture and Tourism*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://tcaabudhabi.ae/en/default.aspx>

⁵⁵ Saadiyat Cultural District, *Maritime Museum*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/maritime-museum/>

⁵⁶ Saadiyat Cultural District, *Performing Arts Centre*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/performing-arts-centre/>

⁵⁷ Saadiyat Cultural District, *Guggenheim Abu Dhabi*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/guggenheim-abu-dhabi/>

⁵⁸ Saadiyat Cultural District, *Louvre Abu Dhabi*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/louvre-abu-dhabi/>

⁵⁹ Falaj fue el principal sistema de abastecimiento de agua a través de pozos en la región, es un túnel que conduce el agua de manera subterránea, sus orígenes datan del siglo VI y está inscrito en la lista de Patrimonio de la Humanidad desde el año 2006. *Encyclopedia Britannica*, "Falaj water channel". Consultado el 28 de enero de 2018 en:

<https://www.britannica.com/topic/falaj>

como material de construcción para techos. Por último, el *Zayed National*⁶⁰ que se enfocará en la cultura y la historia de los Emiratos Árabes Unidos, y en la historia de Zayed Bin Sultan Al Nahyan, primer presidente de los Emiratos Árabes Unidos y considerado el padre de los EAU.⁶¹

La oferta cultural de la *Isla Saadiyat*, ofrecerá exposiciones de diversa índole de carácter internacional abarcando un amplio espectro histórico desde la antigüedad a nuestros días, e integrando un museo exclusivo de la historia de los Emiratos Árabes Unidos, es decir convergerá en un mismo espacio toda la historia del mundo a través del arte.

Consideraciones finales

Como se ha expuesto a lo largo de la nota, la articulación de las políticas culturales estatales en Francia se basa en una infraestructura compleja, en la que participan distintos ministerios y organismos especializados, y en la que la Presidencia de la República asume un papel sustancial. El decreto fundacional del Ministerio de Cultura francés establece el acceso a un público más amplio a las grandes obras de la humanidad, lo que internacionalmente le da la pauta para su influencia cultural a través del reconocimiento de su capital simbólico y los valores que implantó y representa aún la Revolución Francesa (1789): libertad, igualdad y fraternidad.

En ese sentido para ejercer el *soft power*, “debe haber una legitimidad de acciones de política exterior, presentar valores admirables, para, por último, referir a la capacidad de atracción de la cultura nacional”.⁶² Uno de los ejemplos más claros, fue la tensión diplomática en 2014 alrededor del posible préstamo de la pintura *La Libertad guiando al pueblo* (1830), propiedad del Museo Louvre, como pieza clave del intercambio cultural con motivo del 50 aniversario de las relaciones diplomáticas entre Francia y China. El interés del gobierno chino por la obra de Delacroix que representa a cabalidad los valores de la república francesa era evidente.

Es decir, en la dinámica de la política pública y la diplomacia cultural, el arte expande la escala de su actividad internacional e influye en diversos ámbitos: políticos, económicos, comerciales. En este sentido el uso de la cultura coopta y cautiva a las personas en lugar de forzarlas.

El Museo Louvre Abu Dabi, es justamente lo que representa, no es mera coincidencia que en el año 2009 cuando el ex presidente Sarkozy puso la primera piedra de la obra de Jean Nouvel, también abrió la primera base militar “inter armas” naval, aérea y terrestre, permanente de Francia en el Golfo Pérsico. Ni tampoco lo fueron las palabras del actual Presidente Macron quien en la inauguración del museo se refirió a “Louvre del desierto y la luz, que representa una lucha contra el oscurantismo, es decir, un punto de equilibrio entre los continentes europeos, africanos y asiáticos y sus obras demuestran que nuestras religiones y civilizaciones están vinculadas. [...] Los que quieren hacer creer dondequiera que sea que el mundo del islam se construye destruyendo

⁶⁰ Saadiyat Cultural District, *Zayed National Museum*. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://www.saadiyatculturaldistrict.ae/en/saadiyat-cultural-district/zayed-national-museum/>

⁶¹ Embajada de los Emiratos Árabes Unidos, “Su Alteza Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan, fundador de los EAU”. Consultado el 28 de enero de 2018 en: <http://esp.uae-embassy.mx/uae/history/sheikh-zayed/>

⁶² César Villanueva, “Diez ideas equivocadas sobre el poder suave”, *op.cit.*

otros monoteísmos son unos mentirosos y le traicionan”.⁶³ La francofonía también tuvo un lugar destacado en el discurso del Presidente Macron externando su deseo porque el idioma francés cobre fuerza y retome su lugar en la educación pública y secundaria de los EAU.

En el ámbito cultural internacional, Francia se pone a la cabeza nuevamente en cuanto a la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, en palabras de Jean-Luc Martinez, presidente-director del *Musée du Louvre*: “la apertura del Louvre Abu Dabi, en un período marcado por el fanatismo y las destrucciones de obras y patrimonio de la humanidad, es más que un símbolo: es una esperanza, la del triunfo de la libertad y del genio humano sobre la barbarie”.⁶⁴

Es así como la diplomacia cultural francesa, a través del primer museo universal creado por un acuerdo diplomático, hace de los Emiratos Árabes Unidos un socio confiable con fuertes lazos culturales, académicos, económicos y de seguridad contra el terrorismo y el extremismo islámico. Es la respuesta francesa a los nuevos desafíos geopolíticos, y a la necesidad de combinar el *soft power* con el *hard power*, en lo que los teóricos han llamado *smart power*.⁶⁵

⁶³ *Site officiel de la Présidence de la République Française*, “Discours du Président de la République, Emmanuel Macron, lors de l’inauguration du Louvre Abu Dhabi, Émirats Arabes Unies ». Consultado el 22 de enero de 2018 en: <http://www.elysee.fr/declarations/article/discours-du-president-de-la-republique-emmanuel-macron-lors-de-l-inauguration-du-louvre-abu-dhabi-emirats-arabes-unies/>

⁶⁴ Claire Bommelaer, “Louvre Abu Dhabi: une réponse contre ‘la barbarie qui envahit le monde’”, 6 de septiembred e 2017. Consultado el 23 de enero de 2018 en: <http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2017/09/06/03015-20170906ARTFIG00044-le-louvre-abu-dhabi-ouvrira-ses-portes-le-11-novembre.php>

⁶⁵ Joseph Nye y Richard Armitage, *CSIS Commission on Smart Power: A Smarter, more Secure America*, Washington, D. C., CSIS, 2007, p. 7. Consultado el 15 de enero de 2018 en: <https://carnegieendowment.org/files/csissmartpowerreport.pdf>



CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
GILBERTO BOSQUES
ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN

Coordinadora General
Adriana González Carrillo

Coordinación y revisión
Arturo Magaña Duplancher
Ana Margarita Martínez Mendoza

Investigación y elaboración
Judith Fuentes Aguilar

Enero de 2018

El **Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques** del Senado de la República tiene como objeto la realización de estudios y el acopio de información sobre temas de política internacional y política exterior de México; así como el prestar apoyo a las comisiones de relaciones exteriores para el desarrollo de sus actividades y el ejercicio de las facultades exclusivas del Senado en materia de política exterior; además de auxiliar a los órganos directivos, comisiones, grupos parlamentarios y senadores que así lo requieran en cuanto a diplomacia parlamentaria y protocolo en el ámbito internacional.



<http://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/>