

Poder SUAVE colombiano

POR ALEJANDRO SARASTI MONTOYA*

** Alejandro Sarasti Montoya es Asesor de la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia y ha trabajado como consultor en el Banco Interamericano de Desarrollo y la Organización de Estados Americanos entre otros. Egresado del programa de maestría en Administración Pública – MPA de la Universidad de Columbia en Nueva York y especialista en Gerencia, Gobierno y Asuntos Públicos de la Universidad Externado de Colombia.*



H

ay una fuerza especial en nuestras tradiciones, en nuestras costumbres, en las manifestaciones culturales que nos definen y en nuestro imaginario colectivo, la cual por sus cualidades intangibles es difícil de medir o inclusive de definir. Sin embargo, está ahí, presente pero impalpable, permanente pero invisible. Esta fuerza que cambia y se redefine constantemente es objeto de discusión en el marco de la teoría de las relaciones internacionales toda vez que se ha identificado como una herramienta en la consecución de los intereses de algunos estados.

No en vano, la historia permite evidenciar el uso de esta fuerza blanda o poder suave como instrumento de política exterior. Además de la sabiduría ancestral china en la materia, durante la guerra fría, tanto la Unión Soviética como Estados Unidos utilizaron recursos culturales además de otras tácticas para dar a conocer su punto de vista y persuadir al otro a obrar según

“Quien pretenda someter a los hombres por la fuerza de las armas, no alcanzará la sumisión de sus corazones, por esto la violencia nunca es suficiente para dominarlos. Quien conquiste a los hombres por la virtud consigue que todos se sometan a él sin reservas y con el corazón alegre”.

CUARTO LIBRO CLÁSICO, CONFUCIO

su orientación política. Aunque poco se sabe, la estrategia del Departamento de Estado incluyó la gira de Duke Ellington, Louis Armstrong y otros legendarios jazzistas en los años cincuenta como embajadores culturales a Moscú y al bloque comunista con el interés de mostrar valores democráticos a través de la cultura como son la libertad de expresión, la justicia social, la diversidad y la tolerancia. La Unión Soviética por su parte, se enfocó en fortalecer su imagen de poder científico y de ser visto con superioridad por sus avances tecnológicos en concordancia con una ideología pragmática y totalitaria.

Aunque no sería justo decir que el uso de fuerzas intangibles como las manifestaciones culturales fueron las únicas causantes de la caída del muro de Berlín, hay que reconocer que este poder invisible juega un papel determinante en conquistar la mente y corazones de ciudadanos que de otra forma estarían menos dados a aceptar y propiciar un cambio. En Colombia es evidente el escepticismo en el tema de la cultura en las relaciones exteriores además del desconocimiento del alcance de la cultura como herramienta de política exterior. Este artículo pretende justificar la inversión en este rubro y explicar la teoría detrás de un concepto que cada vez coge más fuerza en el ejercicio de las relaciones internacionales.

¿Qué es el poder suave?

Poco a poco, investigadores, diplomáticos y líderes de opinión se han dado cuenta del poder en el universo intangible de la cultura de una nación. Muchas veces es más efectivo el mensaje de una manifestación cultural para dar a conocer la idiosincrasia de un país que un discurso, un memorando de entendimiento o cualquier otro instrumento internacional disponible para promover la integración. Este fenómeno al que el profesor Joseph Nye llama “*poder suave*” ha demostrado ser en realidad una fuerza que influye efectivamente y considerada estratégica en el ejercicio de las relaciones internacionales.

Para dar claridad al concepto de “*poder suave*” es común yuxtaponerlo al concepto de poder duro. En una nación cualquiera, por ejemplo, el poder duro es el poder militar o el poder económico que permite obtener resultados a través de la amenaza que se ejerce sobre otra nación o a través de las sanciones económicas. El poder duro es efectivo a corto plazo, pues rinde resultados concretos, pero a largo plazo la intimidación del poder duro puede ser contraproducente. Este ensayo no pretende justificar a un poder sobre el otro, pues sería ingenuo pensar en prescindir de las fuerzas armadas o de sanciones económicas en el mundo

de hoy; más bien pretende definir en qué momento es mejor la utilización de un poder sobre el otro y abrir un espacio de discusión para posicionar la idea de la cultura como una herramienta de política exterior en nuestro contexto.

El poder suave colombiano

¿Cuáles son las fuentes de esta fuerza intangible en Colombia? Es preciso señalar que contamos con una materia prima cultural rica y diversa que desde el individuo o desde el gobierno ha penetrado espacios alrededor del mundo. Colombia cuenta con una serie de iconos tradicionales posicionados a nivel mundial como el café colombiano, las esmeraldas y la música entre otros; que han servido a lo largo de los años como referentes internacionales. Existen también expresiones más comerciales como Shakira y Juanes, que han jugado un papel importante en desplazar imágenes negativas que existen sobre nuestro país. Adicionalmente, hay otras fuentes como lo son el poder ambiental y la biodiversidad, que tal vez son menos reconocidos por los extranjeros a la hora de formular una idea sobre Colombia, pero que vale la pena señalar porque podrían jugar un papel importante en la construcción de un imaginario colectivo con proyección internacional a futuro. Países como Cos-

Colombia ha tenido suerte con figuras como Gabriel García Márquez, Shakira y demás porque han surgido individualmente y todos hemos sido beneficiarios y de sus éxitos a través del reconocimiento en el exterior, pero es esencial una política de proyección internacional a partir de nuestra identidad y los rasgos de nuestro territorio que sirva para empujar nuestra agenda y nuestros intereses nacionales en escenarios internacionales.

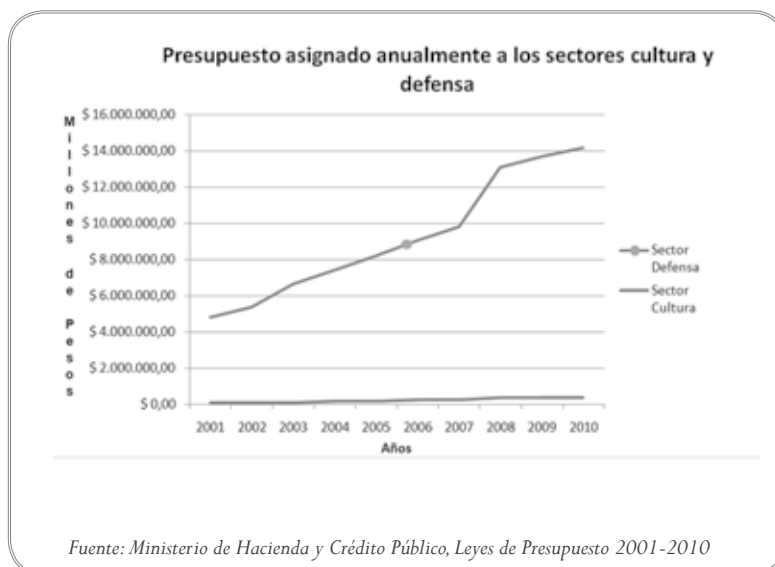
ta Rica y Brasil han sabido posicionar efectivamente su riqueza natural para ganar liderazgo regional y mundial en la materia.

Existen muchas otras fuentes de poder suave en Colombia, desde su literatura hasta su gastronomía, muestras de un país diverso, pero sería inútil tratar de listarlas en este espacio dada su infinidad. No obstante, hay que reconocer que a diferencia de muchos países que han encontrado en sus manifestaciones culturales una herramienta de política exterior, Colombia ha padecido el “*poder suave negativo*” o una fuerza intangible que ha permitido crear una idea perjudicial de lo que se entiende al pensar en Colombia. No es sorpresa que ciudadanos de otras partes del mundo que no han tenido la oportunidad de venir o tener un contacto directo con Colombia, antes de ver al café, a Shakira y a García Márquez como referentes, vean en

nuestro país los horrores del narcotráfico, la violencia y los actos terroristas de los grupos al margen de la ley.

Para sopesar estos temas de la agenda negativa, es preciso hacerles frente a través del poder duro como se ha venido logrando, pero también a través del poder suave que presenta una oportunidad para, como lo indica Confucio, conquistar corazones. La mezcla de poder suave y poder duro ha sido denominada “*smart power*” o poder inteligente; en Colombia se hace necesario articular estas dos tácticas para persuadir a diversos públicos y generar atracción y una reputación positiva basada en hechos reales alrededor del mundo.

Si bien el gasto en defensa como en cultura ha venido incrementando en los últimos años es evidente su desproporción. Ver gráfico.



En los últimos años Colombia ha crecido militarmente y también culturalmente a medida que ha invertido más recursos en la protección, preservación y fomento de su patrimonio. Sin embargo, si se quiere tener una inserción internacional y un liderazgo más legítimo es importante invertir en poder suave. Colombia ha tenido suerte con figuras como Gabriel García Márquez, Shakira y demás porque han surgido individualmente y todos hemos sido beneficiarios y de sus éxitos a través del reconocimiento en el exterior, pero es esencial una política de proyección internacional a partir de nuestra identidad y los rasgos de nuestro territorio que sirva para empujar nuestra agenda y nuestros intereses nacionales en escenarios internacionales.

Diplomacia cultural

La Diplomacia Cultural es un recurso que tienen los gobiernos para dar a conocer la idiosincrasia y las diferentes realidades de su país en el exterior, es

una forma de poder suave. Ha sido utilizada a lo largo de la historia y ha sido efectiva para lograr el entendimiento mutuo entre naciones.

En Colombia, a pesar de los limitados recursos, se han dado algunos pasos importantes en el desarrollo de una política de promoción del país en el exterior. Desde la creación del rubro del Plan de Promoción de Colombia en el Exterior en los años ochenta, el cual le ha permitido al Ministerio de Relaciones Exteriores financiar giras de diversas manifestaciones culturales alrededor del mundo, se ha venido ganando conciencia del alcance y las posibilidades de la cultura como instrumento al servicio de los intereses del país.

A través de este rubro, Colombia a logrado programar giras internacionales del Museo del Oro, ha financiado la participación de artistas en festivales de cine, ha patrocinado a académicos, a grupos musicales folclóricos y contemporáneos; a expertos que han prestado

cooperación en cultura y educación a otros países y a un sinnúmero de actividades culturales y académicas que han permitido dar a conocer nuestra idiosincrasia, nuestra historia y poner presente la compleja realidad que vive nuestro país. Recientemente, además de tener un portal destinado a la Diplomacia Cultural en Colombia (www.cancilleria.gov.co/diplomaciacultural), el Ministerio de Relaciones Exteriores ha desarrollado una estrategia de Diplomacia Cultural que ha permitido a las Misiones de Colombia en el Exterior diseñar una programación cultural acorde con los intereses de Colombia en cada país. Esta estrategia incluyó el desarrollo de un portafolio artístico con diez enfoques temáticos basados en los objetivos de política exterior para que cada embajada o misión pudiera diseñar su programación según sus intereses y presupuesto. Así, nuestra embajada en Delhi u Ottawa planea su programación cultural a partir de los intereses que se hayan fijado para India o Canadá, utilizando manifestaciones culturales sensibles a su contexto.





Vale la pena mencionar, que el Gobierno Nacional, desde el Ministerio de Industria Comercio y Turismo a través de sus oficinas de Proexport, también adelanta iniciativas de promoción, que aunque efectivas, obedecen a intereses comerciales y no necesariamente a una estrategia de Diplomacia Cultural. Tal es el caso de la marca país “Colombia es Pasión” y la campaña de promoción del turismo titulada “Colombia: el riesgo es que te quieras quedar”; ambas iniciativas con resultados importantes en el incremento del comercio y turismo internacional hacia nuestro país.

Ejemplos internacionales

Además de la experiencia estadounidense durante la Guerra Fría, hay otros países que han demostrado un importante manejo en sus recursos culturales como herramienta de política exterior.

El caso de Francia es sin duda un referente importante, pues desde un principio la nobleza de ese país utilizó la arquitectura y las bellas artes como muestra de poderío; Versalles es prueba de ello. No en vano, Hitler y el ejército alemán obviaron el bombardeo de París quizás

por su valor arquitectónico y robaron muchas de las obras de arte emblemas de esa ciudad durante la invasión a Francia. Adicionalmente, Francia, a través de la red de centros de estudio de la lengua francesa, ha dado a conocer el variado espectro de su cultura y lo

ha posicionado en el imaginario colectivo mundial a través del cine, el arte, la música y la gastronomía, entre otros.

Más cercano a nosotros está el ejemplo mexicano, que por medio de sus expresiones culturales ha logrado posicionar su presencia en el diverso contexto internacional. México y sus exposiciones itinerantes de plástica de La Revolución Mexicana, con artistas como Digo Rivera y Frida Kahlo, ha logrado reivindicar una identidad latinoamericana para posicionarse efectivamente en el continente y en el mundo. Adicionalmente, el país se ha apoyado en su cultura popular para penetrar positivamente sociedades en todo el mundo utilizando programas televisivos, música típica y gastronomía. Fue de esta forma que logró una imagen positiva en Estados Unidos para lograr un acuerdo de libre comercio con ese país, el cual le permitiría acceder a un mercado extenso de bienes y servicios.

Retos de la diplomacia cultural en Colombia

A pesar de su inmaterialidad, el poder suave y la diplomacia cultural se constituyen en una fuerza que permite persuadir, influir y generar opinión, tal y como se ha visto en los casos descritos. Colombia tiene a la mano un recurso rico y



www.cancilleria.gov.co/diplomaciacultural



diverso para ser usado efectivamente en la consecución de sus intereses a nivel internacional. Uno de los grandes retos para Colombia es la utilización estratégica de sus variadas fuentes de poder suave de acuerdo al contexto y a los intereses que busque; por tal motivo, se hace propicio el entrenamiento de sus agregados culturales y de aquellos funcionarios encargados de los asuntos culturales. Es deseable que en virtud de los escasos recursos no se programen artistas por el simple hecho de programarlos sino que la escogencia de ellos y la curaduría de las obras respondan a la excelencia en su campo y al interés de enviar un mensaje específico relacionado con nuestros intereses.

Se hace necesario también elaborar un estudio de percepción de Colombia en diferentes países. Sin saber cómo nos perciben o cuál es la imagen que existe entre diferentes grupos de interés en un determinado país, no podremos saber cuáles son nuestras debilidades y fortalezas en un público extranjero.

La medición, tanto cuantitativa como cualitativa, se convierte también en una necesidad y un reto para Colombia, pues los esfuerzos que se han hecho a través del tiempo no han quedado registrados y no sabemos su verdadero impacto. Por eso una estrategia de evaluación de las actividades culturales y académicas para nuestras misiones es importante.

BIBLIOGRAFIA

- Milton C. Cummings, *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey* (2003).
- Edgar Montiel, *La cultura: recurso estratégico de la política internacional. Introducción al concepto*.
- Joseph Nye, *Bound to lead: The changing Nature of American Power* (1990).
- Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004).
- George Yudice, *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global* (Barcelona: Editorial Gedisa, 2002).
- *Informe sobre el encuentro andino sobre diplomacia cultural 2008 (Quito)* (Bogotá D.C.: Oficina de la UNESCO para Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela en Representación ante el Gobierno de Ecuador y el Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, Mayo 2008).
- Cynthia Schneider, *Diplomacy that works: Best practices in cultural diplomacy* (paper, 2003).

Un buen ejemplo de Diplomacia Cultural.

Arriba, fotografías de la Exposición Online "Los colores de nuestra tierra", organizada durante el primer semestre de 2011 por la Asociación Diplomática y Consular de Colombia en su página de internet, y promovida virtualmente desde los sitios web de los Consulados y Embajadas de Colombia en el mundo. Con esta muestra Enrique Patiño, periodista y fotógrafo colombiano rinde un homenaje a Colombia y expresa:

"La bandera nacional tiene más de una interpretación de sus franjas de color. De hecho, su primera franja, el amarillo, puede representar por igual la vitalidad del trigo o el maíz, el brillo de sus mares cuando cae el sol, la piel del mestizaje, el esplendor del plumaje de las aves y, por supuesto, también el oro. El azul, la segunda franja, está en los mares, como reza la tradición, pero también en los cielos y en las montañas distantes, en los claveles de exportación y en las artesanías más autóctonas. Y el rojo, que hasta hoy había hecho referencia a la sangre de los patriotas, está por doquier, tanto en las flores como en los sombreros guambianos, en las pinturas faciales de los wayuu o nukak makú, en el color de la fruta de la palma o de los corozos caribeños, en las ruanas de los campesinos y en los dinteles de las puertas coloridas de las regiones tropicales.

Este tricolor es un homenaje a una tierra bañada en colores diversos. Y es, a la vez, la mejor manera de darnos a conocer como país: vitales, inmersos en el contraste, diferentes y al mismo tiempo, únicos en medio de nuestra exuberante diversidad".

*Enrique Patiño, Periodista y fotógrafo
www.enriquepatino.com*