

**PLAN  
NACIONAL  
DE ACCIÓN  
CULTURAL  
EN EL  
EXTERIOR**

**2026–2028**



# Resumen ejecutivo

*“La Cultura puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ello engloba además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.”*

Definición de Cultura dentro del Acta de la MONDIACULT – UNESCO de 1982 en México, punto de referencia en múltiples foros, documentos y declaraciones.

España es la cuarta potencia mundial en cultura y patrimonio, según el *Global Soft Power Index* de 2026, el país más influyente en este ámbito por detrás de Italia, Francia y Japón. Una relevancia reforzada por la posición global del español, la segunda de las lenguas oficiales según la ONU y la tercera por demografía nativa (tras el mandarín y el indi), con más de 600 millones de hispanoparlantes que expresan su cultura rica y diversa en el mundo. Nuestra cultura ocupa, sin duda, una posición de liderazgo a nivel mundial, lo que constituye un activo estratégico de gran valor en el actual contexto geopolítico y una oportunidad para impulsar nuestra economía.

La aportación de la cultura a la economía española es fundamental:

- 1) España recibió un total de 96,8 millones de turistas internacionales en el año 2025, un 3,2% más que en 2024, y estos realizaron un gasto acumulado de 134.712 millones de euros, un 6,8% más con respecto al año anterior. Son los mejores datos históricos del sector turístico, como indica el Instituto Nacional de Estadística (INE). España es, además, el segundo destino más visitado del mundo, sólo por detrás de Francia. Uno de cada cuatro de los visitantes extranjeros que vienen a nuestro país lo hace por su cultura, con un gasto medio diario un 17% superior al resto de turistas.
- 2) Los sectores culturales y creativos (SCC) suponen el 2,3% del valor añadido bruto en España y dieron empleo a una cifra récord de 770.000 personas en 2024. Si se tienen en cuenta los derechos de propiedad intelectual, este porcentaje alcanza un 3,4%.
- 3) Entre 2019 y 2023, se crearon 28.000 nuevas empresas culturales (+11,6%).
- 4) Los SCC crecen por encima de la media de la economía española y generan un efecto multiplicador sobre el resto de los sectores productivos: por cada euro de incremento de demanda en los sectores culturales y creativos, el valor añadido agregado de la economía aumenta en 1,75 euros.

La cultura es, sin duda, un potente activo que podemos explotar para crecer económicamente y fortalecer nuestra presencia global. Este **Plan nacional de acción cultural en el exterior 2026-2028** (en adelante el Plan), es una iniciativa del Gobierno de España para impulsar la presencia de la cultura y los sectores culturales y creativos españoles en el mundo. Es una herramienta para la diplomacia y la cooperación, con capacidad para mejorar la identidad de país en el exterior, el conocimiento de España a nivel internacional y su influencia global.

El **Plan** refuerza la coordinación y los recursos y maximiza la eficacia de los distintos agentes implicados en la acción cultural exterior: el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación a través de sus agentes vinculados: AECID, Instituto Cervantes y la Dirección General del Español en el Mundo; el Ministerio de Cultura y sus organismos públicos adscritos; el gabinete de la Presidencia del Gobierno (departamento de Asuntos Culturales); el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa a través del ICEX; el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes a través de su unidad de acción educativa exterior; Ministerio de Hacienda a través de Acción Cultural Española (AC/E), Ministerio de Industria y Turismo a través de Turespaña.

La estrategia de estado para la acción cultural en el exterior pivota sobre cuatro **ejes transversales**:

1. Eje identidad de país: Refuerzo de la comunicación exterior de la cultura española como marca reconocible en el mundo y como sello de excelencia basado en la riqueza y la calidad de sus propuestas, así como en la proyección internacional de los valores democráticos que España transmite a través de su creación cultural. Se hace hincapié en la noción de cultura como bien público global y en la defensa de los derechos culturales y el acceso y participación en la vida cultural.
2. Eje diplomacia cultural: Cultura española como herramienta de diplomacia y cooperación. El Plan garantiza la presencia de España en regiones estratégicas a través de grandes eventos culturales, encuentros y foros internacionales. También concibe la cultura como vehículo de promoción de la paz, la justicia y el derecho internacional, así como de los valores humanistas que España abraza en su acción exterior.
3. Eje desarrollo económico: Impulso y fortalecimiento de las industrias culturales y creativas. Coordinación de acciones específicas para cada sector que fomenten su conocimiento y faciliten su promoción en mercados de interés.
4. Eje idioma: el español, lengua de cultura. Refuerzo y apoyo a las instituciones con competencia en la difusión del español, así como de las lenguas cooficiales, como vehículo para la transmisión y el diálogo cultural.
5. Eje cooperación cultural para el desarrollo sostenible. Bajo el enfoque de los derechos culturales, y la Cultura como Derecho Humano y Bien Público Mundial, la Cooperación cultural debe concebirse como parte ineludible del Desarrollo sostenible.

Este Plan persigue los siguientes **objetivos**:

- Promover la proyección internacional de todos los sectores creativos y culturales: visibilidad equitativa y diversidad sectorial.
- Aumentar la exportación de bienes y servicios culturales y la proyección de nuestros creadores y creadoras, gestoras culturales, empresas e industrias.
- Consolidar el nivel de influencia de nuestro “poder suave” (*soft power*).
- Reforzar los lazos e intercambios culturales con otros países.
- Fomentar el multilateralismo a través de la cultura: diplomacia cultural española como herramienta para la paz, el entendimiento y la cooperación.
- Promover los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial.
- Diseñar y posicionar el sello “cultura española” en el escenario internacional como marca de excelencia.

- Aumentar el posicionamiento internacional, conocimiento e interés de la creación cultural en español aprovechando la capacidad de impacto del idioma.
- Incluir y desarrollar el español y sus lenguas cooficiales en escenarios de excelencia: organismos internacionales, instituciones académicas, universidades, ciencia, tecnología, IA, grupos profesionales.
- Fortalecer la cooperación cultural para el desarrollo sostenible, con incidencia en la concepción de la cultura como un derecho humano.

Las **regiones de influencia** del Plan están en sintonía con la Estrategia de Acción Exterior de España que ha definido cuatro áreas de atención en las que se intensificará la promoción de la cultura española:

- 1) ASIA. España apuesta por dejar una huella más profunda en Asia-Pacífico, a través de una nueva estrategia para la región. Se pondrá especial atención en países como China, India, Japón y Corea, sin olvidar la consolidación de nuestra presencia en el resto del Sudeste Asiático, el Cáucaso Sur y Asia Central.
- 2) AMÉRICA LATINA Y CARIBE. Una constante en la identidad y la acción exterior de España. En los próximos tres años el objetivo es redoblar este esfuerzo y fortalecer el Espacio Cultural Iberoamericano sobre la base de unos valores comunes e intereses convergentes.
- 3) MAGREB – ÁFRICA OCCIDENTAL. Se intensificarán nuestras relaciones con los países de la cuenca mediterránea en el Magreb y Oriente Medio, con una apuesta firme por la paz y la estabilidad de nuestro vecindario sur. El intercambio intercultural será una herramienta esencial, con un foco especial en África Occidental y África Subsahariana.
- 4) RESTO DE EUROPA y NORTEAMÉRICA. España se propone afianzar las relaciones bilaterales con nuestros socios europeos y el resto del continente, y seguirá trabajando para mantener una estrecha relación con América sobre la base del diálogo.

Este Plan apoya la inclusión de la cultura como objetivo específico e independiente en el marco de la agenda para el desarrollo sostenible post-2030 de las Naciones Unidas, y que se la reconozca como pilar de una sociedad sostenible e igualitaria en el cambio de paradigma que supone la economía del conocimiento. Podremos entonces resignificar el concepto de “desarrollo” y redirigirlo hacia un enfoque que prime el bienestar colectivo fruto de los intercambios culturales.

Dentro del Plan se han marcado como prioritarios los siguientes eventos culturales:

| EVENTO CULTURAL   | DISCIPLINAS  | REGIONES DE INFLUENCIA    |
|---|--|---------------------------|
| AÑO DUAL ESPAÑA - INDIA (2026)                                  | Diplomacia cultural<br>Cine<br>Idioma<br>Turismo                                 | ASIA                      |
| 250 AÑOS DE LA CREACIÓN DE LOS EE.UU. (2026)                    | Diplomacia cultural<br>Idioma<br>Patrimonio<br>Música                            | EE.UU.                    |
| XXX CUMBRE IBEROAMERICANA (2026)                                | Diplomacia cultural<br>Patrimonio<br>Idioma<br>Turismo                           | AMÉRICA LATINA<br>CARIBE  |
| ESPAÑA, PAÍS INVITADO EN LA FERIA DEL LIBRO DE SÃO PAULO (2026) | Diplomacia cultural<br>Libro<br>Idioma   | AMÉRICA LATINA<br>CARIBE  |
| NUEVA SEDE DEL INSTITUTO CERVANTES EN SEÚL (2026)               | Idioma<br>Diplomacia cultural<br>Libro<br>Música                                 | ASIA                      |
| EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BELGRADO (2027)                     | Música<br>Videojuego<br>Artes visuales<br>Diplomacia cultural<br>Artes escénicas | EUROPA Y VECINOS EUROPEOS |
| CENTENARIO GENERACIÓN DEL 27 (2027)                             | Libro<br>Música<br>Artes visuales<br>Idioma                                      | GLOBAL                    |
| CUATRIENAL DE PRAGA (2027)                                      | Diplomacia cultural<br>Artes escénicas<br>Artes visuales                         | EUROPA Y VECINOS EUROPEOS |
| AÑO GOYA (2028)   | Diplomacia cultural<br>Artes plásticas<br>Patrimonio<br>Música<br>Cine           | GLOBAL                    |
| MÚSICA EN ESPAÑOL, MÁS UNIVERSAL QUE NUNCA                      | Diplomacia cultural<br>Cine<br>Música<br>Idioma                                  | GLOBAL                    |

*(A este plan se podrán sumar iniciativas y acciones que los agentes implicados valoren como una oportunidad estratégica para la cultura y los sectores culturales y creativos).*



# LOS DIEZ HITOS

**2026**

- 1 AÑO DUAL ESPAÑA-INDIA**
- 2 250 AÑOS DE LA CREACIÓN DE LOS EEUU**
- 3 XXX CUMBRE IBEROAMERICANA**
- 4 BIENAL INTERNACIONAL DEL LIBRO DE SÃO PAULO: España país invitado**
- 5 NUEVA SEDE DEL INSTITUTO CERVANTES EN SEÚL**

**2027**

- 6 EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BELGRADO**
- 7 CENTENARIO DE LA GENERACIÓN DEL 27**
- 8 CUATRIENAL DE PRAGA**

**2028**

- 9 AÑO GOYA**
- 10 MÚSICA EN ESPAÑOL, MÁS UNIVERSAL QUE NUNCA (2026-2028)**



# ÍNDICE

**Resumen ejecutivo**

**Prólogo**

|          |  |
|----------|--|
| <b>1</b> | <b>Introducción</b>  |
| <b>2</b> | <b>Misión, ejes estratégicos<br/>y objetivos específicos</b> |
| <b>3</b> | <b>Acciones específicas</b>                                  |
| <b>4</b> | <b>Otras acciones por<br/>disciplinas y territorios</b>      |
| <b>5</b> | <b>Anexos</b>  |

## 0 Prólogo 13

- Pedro Sánchez Pérez-Castejón. Presidente del Gobierno de España
- José Manuel Albares Bueno. Ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación
- Ernest Urtasun Domènech. Ministro de Cultura

## 1 Introducción 21

- ¿Qué es el plan nacional de acción cultural en el exterior?
  - Actualidad del Plan
- ¿Quiénes conforman el Plan nacional de acción cultural en el exterior?
- ¿Por qué es importante elaborar un Plan nacional de acción cultural en el exterior?
  - Esquema: oportunidades de la acción cultural en el exterior.
- Artículos
  - La cultura en España
  - La internacionalización de la cultura: pasado, presente y futuro

## 2 Misión, ejes estratégicos y objetivos específicos 43

### 2.1. Misión

### 2.2. Ejes estratégicos :

- Identidad de país
- Diplomacia cultural
- Desarrollo económico
- Idioma: el español, lengua de cultura
- Cooperación cultural para el desarrollo sostenible

### 2.3. Regiones estratégicas:

- ASIA
- AMÉRICA LATINA Y CARIBE
- MAGREB Y ÁFRICA OCCIDENTAL
- RESTO EUROPA Y NORTEAMÉRICA

### 2.4. Objetivos específicos:

- Promover la proyección internacional de todos los sectores creativos y culturales: visibilidad equitativa y diversidad sectorial
- Aumentar la exportación de bienes y servicios culturales y la proyección de nuestros creadores y creadoras, gestoras culturales, empresas e industrias

- Consolidar el nivel de influencia de nuestro “poder suave” (soft power)
- Reforzar los lazos e intercambios culturales con otros países
- Fomentar el multilateralismo a través de la cultura: diplomacia cultural española como herramienta para la paz, el entendimiento y la cooperación
- Promover los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial
- Diseñar y posicionar la identidad/marca de la “cultura española” en el escenario internacional como marca de excelencia
- Aumentar el posicionamiento internacional, conocimiento e interés de la creación cultural en español aprovechando la capacidad de impacto del idioma
- Incluir y desarrollar el español y sus lenguas cooficiales en escenarios de excelencia: organismos internacionales, instituciones académicas, universidades, ciencia, tecnología, IA, grupos profesionales
- Fortalecer la cooperación cultural para el desarrollo sostenible, con incidencia en la concepción de la Cultura como un derecho humano

## 3 Acciones específicas 55

### 3.1. Hitos

- Año dual España-India (2026)
- 250 años de la creación de los EEUU (2026)
- XXX cumbre Iberoamericana (2026)
- Bienal internacional del libro de São Paulo: España país Invitado (2026)
- Nueva sede del Instituto Cervantes en Seúl (2026)
- Exposición internacional de Belgrado (2027)
- Centenario de la generación del 27 (2027)
- Cuatrienal de Praga (2027)
- Año Goya (2028)
- Música en español, más universal que nunca (2026-2028)

## 4 Otras acciones por disciplinas y territorios 93

### 4.1. Acciones específicas por disciplinas

### 4.2. Acciones por territorios

## 5 Anexos 99

Anexo I. Indicadores de cumplimiento

Anexo II. Presentación campaña/identidad gráfica *España. Cultura Viva*

Anexo III. Glosario de términos / Palabras clave

Anexo IV. Información y enlaces de interés

Anexo V. Documentos de referencia y bibliografía



# Pedro Sánchez Pérez-Castejón

Presidente del Gobierno de España

Hace más de tres décadas, el gran teórico de las relaciones internacionales Joseph Nye acuñó el concepto de “poder blando”. Lo definió como la capacidad de atracción que ejerce un país a través de sus valores, instituciones, cultura, ideas y legitimidad de sus acciones.

Hoy España es todo un referente en el ejercicio de esa capacidad de atracción. España atrae por ser una de las democracias plenas más avanzadas del mundo. Por nuestro compromiso con el derecho internacional y las instituciones multilaterales. Y por nuestra defensa de la paz y el diálogo.

Pero España también atrae en el último de los atributos que definen ese concepto: por el poder de nuestra cultura. Una cultura que inspira, seduce y enamora como pocas en el mundo.

Esa combinación de valores nos hace únicos. Nos convierte en puente geopolítico entre continentes. Nos sitúa como referentes en sostenibilidad. Y nos eleva, desde el poder de nuestra lengua y nuestra historia, a la posición estratégica que hoy ocupamos en la Unión Europea y en el ámbito iberoamericano.

Gracias a nuestra tradición, al talento de nuestros creadores, a la fuerza, calidad y variedad de nuestros sectores culturales y creativos, somos una potencia cultural de primer orden, como acredita el Global Soft Power Index 2026. Ocupamos la cuarta posición en este prestigioso ránking que mide la influencia cultural en el mundo. Esa capacidad de influir, de persuadir y de convencer a través de la cultura y los valores es uno de los grandes activos de nuestro país. Tanto más valioso, en un mundo en el que, desafortunadamente, avanza el recurso a la fuerza bruta.

La cultura es un refugio de esperanza. No sólo para contar al mundo la España que somos. Sino para cultivar la empatía y la humanidad cuando más necesitamos de ellas. Nos invita a salir de la rutina y pensar en los valores que queremos transmitir a nuestros hijos e hijas. Nos interpela con las mismas preguntas que el ser humano se ha hecho desde la Antigüedad en todas las latitudes: qué es una buena vida, qué son el bien y el mal, o cómo y a quién amar.

La especie humana ha dado respuesta a muchas de estas preguntas a través del poder de la cultura. Hemos aprendido a luchar por nuestros ideales leyendo El Quijote, a hacernos fuertes frente al opresor con Fuenteovejuna y a evitar la guerra a toda costa admirando El Guernica.

Nuestros creadores, a través de sus obras, dan forma a un alegato universal a favor de la humanidad. Y representan con su trabajo el orgullo de lo que hoy significa ser y sentirse español.

Pero la cultura también es un motor para nuestra economía. Así lo acredita el informe de la Fundación COTEC, que tuvo el honor de presentar en 2025, donde se pone de manifiesto su enorme impacto en la economía, en términos de generación de riqueza y creación de empleo.

Ese mismo documento ponía de relieve la existencia de un amplio margen de crecimiento en otros ámbitos. Especialmente, en las exportaciones de bienes y servicios culturales. Asumí entonces, como una prioridad absoluta, el compromiso de trabajar en la internacionalización de nuestra cultura como motor de desarrollo económico.

Este es el gran objetivo de este Plan Nacional de Acción Cultural en el Exterior. Se trata de un programa multi-actor del Gobierno de España para los próximos tres años, que busca mejorar la proyección en el mundo de nuestros productos y servicios culturales y de nuestra cultura viva.

Esta iniciativa reforzará la coordinación de todos los agentes que, dentro de la Administración general del Estado, se dedican a la internacionalización de la cultura. Y lo hará con la transparencia por bandera, reforzando la comunicación, el trabajo conjunto y la interlocución -con la ciudadanía y el sector cultural- en los objetivos, ejes de actuación e hitos a alcanzar.

La cultura no es un complemento, sino un motor transversal de nuestra política exterior. Con este plan, España consolidará su lugar en el mundo, no solo como destino admirado, sino como referente cultural, creativo y de innovación. Esta estrategia representa un paso decisivo en esta dirección. Lo damos con la vocación de que la proyección cultural de España en el exterior fortalezca aun más nuestra economía, nuestro sector turístico y la identidad de un país admirable, por tantos motivos, como el nuestro.

Pero también damos este paso con la convicción de hacer lo correcto. Porque, en un mundo en el que algunos apelan a la cultura de la fuerza, apostar por el talento de nuestros creadores y creadoras y por la fuerza de la cultura es, también, estar en el lado correcto de la historia.

# José Manuel Albares Bueno

Ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación

La cultura es todo y está en todo. Está en lo que somos, en lo que nos reconocemos y en aquello por lo que nos reconocen. Está y define lo que seremos, nuestras aspiraciones, ilusiones y esperanzas. Está en lo que nos decimos, en cómo nos vemos como sociedad y en cómo nos proyectamos hacia el mundo. La cultura la vivimos y la habitamos, por eso es nuestro principal recurso, un recurso que merece atención y cuidado. El sector cultural representa más del 3.5% del PIB de España pero, aún más importante, representa nuestra identidad ante un mundo en el que el prestigio, la visibilidad, el reconocimiento y la presencia son, cada día más, un factor de influencia y gobernabilidad y en el que España es una potencia cultural.

Plenamente consciente de ello, el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación está profundamente comprometido con la internacionalización de la cultura española y la expansión de las relaciones culturales internacionales a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Para ello, hemos adoptado un enfoque y una estrategia pionera en el que la cultura ya no se considera sólo un componente fundamental de la acción exterior del Estado, sino también un elemento transversal de las políticas de desarrollo, capaz de transformar las sociedades, los modos de vida y las relaciones entre los pueblos. Una estrategia asentada en tres pilares: la promoción de la cultura de España en el exterior, en toda su riqueza y diversidad; el fomento de la cooperación cultural internacional, tejiendo redes de entendimiento transfronterizo entre artistas y creadores; **y la cultura como pilar desarrollo sostenible, que contribuye a la construcción de paz** y a la consolidación de la democracia y los derechos humanos.

Nuestro método de trabajo combina tradición y modernidad, patrimonio e innovación, dando a conocer a los grandes creadores de nuestra Historia, o a las figuras más reconocidas del panorama actual; muy especialmente a los artistas que están empezando su recorrido profesional y que buscan consolidar su carrera internacionalmente. Nuestra red de ciento treinta embajadas y dieciséis centros culturales desarrolla anualmente más de diez mil actividades de promoción y cooperación cultural en todas las disciplinas: música, danza, cine, artes escénicas, arte urbano, capacitación de agentes culturales, talleres, reconstrucción del patrimonio cultural material e inmaterial, etc. A este esfuerzo se une la labor del Instituto Cervantes, cuyos cien centros organizan cada año alrededor de ocho mil actividades de promoción de la cultura de nuestro país, además de su reconocido prestigio en la enseñanza del español y las demás lenguas cooficiales de España en todo el mundo.

Toda esta actividad de proyección exterior, unida a la de los demás actores de la diplomacia cultural (el Ministerio de Cultura, Acción Cultural Española, ICEX, Turespaña, las Comunidades Autónomas y los municipios, en sus respectivos ámbitos, etc.) requiere de una armonización constante que garantice la coherencia y la eficiencia atendiendo al principio de unidad de acción exterior, del que nuestro Ministerio es responsable. Ese es el objetivo, la razón de ser y la relevancia del documento que tiene entre sus manos y que presentamos con el apoyo y el impulso de la Presidencia del Gobierno. Este Plan es la herramienta vertebradora de las relaciones culturales internacionales de nuestro país. Una hoja de ruta, elaborada a través del diálogo constante entre los Ministerios de Cultura y de Asuntos Exteriores y en sintonía con los demás actores del sector, que supondrá un punto de inflexión de la actividad cultural exterior tanto por su configuración como por sus objetivos y recursos.

Este Plan es un camino que recorreremos como país, pero es también un compromiso de los poderes públicos y del Gobierno de España con los mejores valores de nuestra sociedad. Los valores de compromiso, la solidaridad, el desarrollo, el crecimiento social y personal, el acercamiento entre pueblos, la creación libre y la razón crítica, la identidad y la apertura. Todos esos valores desde los que en España declinamos ese patrimonio maravilloso que es nuestra común humanidad y que vale la pena cuidar y preservar.

# Ernest Urtasun Domènech

Ministro de Cultura

“Reafirmamos nuestro compromiso colectivo de anclar firmemente la cultura como componente y pilar de un desarrollo justo, pacífico y sostenible, no solo como derecho humano de toda persona a participar en la vida cultural, sino también como bien público mundial”. Estas palabras, que asumimos las ministras y ministros de Cultura en el Documento Final de MONDIACULT 2025, resumen el espíritu que hoy inspira nuestra acción cultural en el exterior. La organización de MONDIACULT 2025 en Barcelona no fue únicamente un éxito cultural y diplomático; fue también la expresión de un mandato compartido, que nos recuerda que la cultura es esencial para la paz, la cohesión social y el desarrollo sostenible, y que ha de ocupar con naturalidad el centro de la acción pública, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Desde esta convicción, la planificación de la acción cultural en el exterior se ha convertido en uno de los desafíos que más nítidamente configuran la proyección de España más allá de nuestras fronteras. Cada iniciativa cultural, cada producto de nuestras industrias culturales y creativas, sumado a toda relación y colaboración a nivel bilateral y multilateral, ayudan a conformar un rico y heterogéneo retrato, destinado a fortalecer la presencia internacional de nuestra cultura, y a consolidar la contribución de España a la gobernanza cultural global.

En este sentido, el presente Plan nacional de acción cultural en el exterior 2026-2028 aporta una mirada renovadora que, más allá de incidir en el papel de la cultura española en el escenario internacional, reitera la importancia de esta en nuestro presente -ya sea como derecho o como garantía de paz y democracia-. Este plan define la misión, los ejes estratégicos y los objetivos específicos que orientarán nuestras acciones a lo largo de los próximos años. Precisamente quiero destacar, entre estas líneas de actuación, tres que encarnan el consenso alcanzado en Barcelona y que son inherentes a la labor del Ministerio de Cultura. En primer lugar, la promoción de los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial, garantizando que todas las personas puedan ejercer plenamente su derecho a participar en la vida cultural. En segundo lugar, el fomento de la diplomacia cultural como herramienta para la paz, el entendimiento y la cooperación, situando la cultura como uno de los pilares fundamentales de nuestra política exterior y como espacio privilegiado para construir alianzas y puentes entre sociedades. En tercer lugar, el impulso e internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas, apoyando su proyección exterior y la apertura de nuevos mercados y oportunidades. Unas líneas de actuación que, en definitiva, favorecen un objetivo primordial: la circulación e intercambio de nuestras expresiones artísticas, patrimoniales y lingüísticas en la esfera internacional.

Este Plan es fruto de la generosidad, las conversaciones y el trabajo del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y del Ministerio de Cultura, a cuyos equipos quiero mostrarles mi gratitud. Además de esta fecunda y estrecha colaboración interministerial, cabe destacar la visión de la Presidencia del Gobierno, que ha permitido ahondar en los consensos y puntos de encuentro que caracterizan este documento. A través de esta estrategia nacional, reafirmamos nuestro compromiso de seguir tejiendo una acción exterior erigida sobre un legítimo sentimiento de orgullo por una cultura que se quiere mostrar al mundo, espejo del país diverso e igualitario que somos. Una oportunidad, sin duda, para poner en hora el reloj de la diplomacia cultural y seguir ahondando en ese trabajo colectivo que es acompañar el futuro de la cultura española.

*Afanador*, espectáculo de danza de Marcos Morau y el Ballet Nacional de España, representado en el Concertgebouw de Brujas (Bélgica). La programación cultural de EUROPALIA ESPAÑA buscó fomentar un diálogo cultural vivo entre nuestro país y los públicos europeos, subrayando la riqueza y diversidad de la creación española actual. *Afanador* es un encuentro extraordinario entre danza y fotografía inspirado en los libros *Ángel gitano* y *Mil besos*, de Ruvén Afanador, y en sus icónicos shootings en Andalucía. Foto cortesía de AECID.

1

# Introducción





# 1.1 ¿Qué es el Plan nacional de acción cultural en el exterior? Actualidad del plan

La cultura es una herramienta para la diplomacia, el multilateralismo y la cooperación entre países; su revalorización revierte en un mejor posicionamiento de los países a nivel global, además de ser una fuente de recursos e ingresos. El Plan nacional de acción cultural en el exterior es una iniciativa del Gobierno de España para impulsar la presencia de la cultura y los sectores culturales y creativos españoles en el mundo, y para fomentar la diplomacia cultural como herramienta para la paz.

El Plan recoge las motivaciones e ideas de las diversas propuestas de acción planteadas desde su origen, en 2009, y da un nuevo impulso a la estrategia de acción cultural en el exterior, promoviendo una mayor coordinación entre todos los agentes del Gobierno de España implicados en la internacionalización de nuestra cultura y buscando una implementación del plan más eficaz y con resultados cuantificables.

Este impulso responde al cambiante escenario internacional y al nuevo orden geopolítico que dejan obsoletas las anteriores estrategias, centradas principalmente en el espacio europeo.

Este plan se articula en coherencia con la Estrategia de Acción Exterior de España para 2025-2028 del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; con el Plan Director de la Cooperación Española para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global de AECID presentado en 2025, y con el Plan de relaciones internacionales del Ministerio de Cultura y sus estrategias sectoriales de internacionalización.

## 1.2 ¿Quiénes conforman el Plan nacional de acción cultural en el exterior?

Los organismos estatales que participan en el Plan son:

### **PRESIDENCIA DEL GOBIERNO. DEPARTAMENTO DE ASUNTOS CULTURALES**

El Departamento de Asuntos Culturales tiene como función principal dotar asistencia técnica y asesoramiento en materia de cultura a la Dirección del Gabinete de la Presidencia del Gobierno. Facilitando el diálogo en materia cultural entre los departamentos del Gobierno involucrados si así fuese oportuno.

Desde su creación, este departamento se integra en la Comisión del Plan nacional de acción cultural en el exterior para apoyar y reforzar la coordinación interministerial de la política cultural exterior como acción de gobierno.

### **MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN (MAEC)**

- AECID
- INSTITUTO CERVANTES
- DIRECCIÓN GENERAL DEL ESPAÑOL EN EL MUNDO

El Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación es el primer responsable de la diplomacia cultural. En su Plan de Acción Exterior hasta 2028 refleja su trabajo en la “promoción de los derechos culturales y la contribución de la cultura a la consecución de los ODS”. Promueve, además, la conmemoración de relaciones diplomáticas y la celebración de años duales (España-India 2026); el impulso de acuerdos bilaterales en materia de gestión sostenible del patrimonio, arqueología, bibliotecas, museos, producciones audiovisuales o artes escénicas; el refuerzo de las capacidades de gestores culturales; la protección de los derechos laborales y de la libertad de creación y de cátedra; y la salvaguarda del patrimonio en conflictos internacionales.

De este departamento depende la **Red de Casas** (África, América, Casa Árabe, Asia, Mediterráneo, Centro Sefarad-Israel), instrumentos de diplomacia pública para difundir la imagen y los intereses de España en el extranjero y acercar la realidad de otras culturas a los españoles.

## **AECID**

La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), adscrita al Ministerio de Asuntos Exteriores, es la encargada de gestionar la política de cooperación española, donde se enmarca, en virtud de su Estatuto (art. 21.1), la cooperación y la acción cultural para el desarrollo sostenible. Asimismo, ejerce la competencia de fomento de las relaciones culturales internacionales. En cumplimiento de su misión, coordina la acción cultural llevada a cabo por la Red de Embajadas, que incluye a 130 representaciones, así como la de los centros culturales de España (CCE) en el exterior, integrada por 16 CCE, constituidos como Oficinas de la Cooperación Española y con presencia en 15 países (14 CCE en América Latina y el Caribe, y 2 en Guinea Ecuatorial). Al mismo tiempo, desarrolla su cooperación cultural a partir de la estrategia de Cultura y desarrollo, con especial preminencia de los programas de Capacitación (ACERCA) y de Patrimonio para el Desarrollo, y en general con proyectos para consolidar la Cultura como derecho y como bien público mundial. Finalmente, en su apuesta por generar oportunidades para un mundo más próspero y que generen empleo digno, impulsa un programa de lectorados y convocatorias para jóvenes profesionales y artistas, con el fin de que consoliden su trayectoria profesional en destinos repartidos por todo el mundo.

## **INSTITUTO CERVANTES**

El Instituto Cervantes, creado en 1991, es el organismo oficial encargado de la proyección internacional del español y de las culturas en español. Según su ley fundacional, su misión abarca tanto la enseñanza, el estudio y la certificación internacional del idioma como la difusión de la cultura española y en español a través del diálogo internacional y la cooperación cultural, lo que lo convierte en el principal operador de la acción cultural exterior en el ámbito idiomático.

El Instituto Cervantes está presente – con aulas, centros, extensiones y cátedras - en más de 100 ciudades de 50 países, y refuerza el liderazgo de España en estos ámbitos ampliando continuamente su oferta de cursos de español, exámenes DELE (Diploma de Español como Lengua Extranjera) y SIELE, y su red de bibliotecas. Asimismo, coordina la red de centros acreditados de enseñanza del español y desarrolla programas de formación y actualización del profesorado, garantizando estándares de calidad reconocidos mundialmente.

El Instituto Cervantes despliega, además, una intensa programación cultural en colaboración con instituciones españolas e internacionales y difunde la cultura de España, en español y sus lenguas cooficiales, mediante exposiciones, conciertos, ciclos de cine, encuentros literarios y programas de cooperación con creadores contemporáneos. Su programación se articula a través del Plan de Acción Cultural, Bibliotecas y Cultura digital

(2023–2026), que organiza la actividad por territorios estratégicos, ejes temáticos y líneas de acción que acompañan su labor académica. Mediante el Observatorio global del español, el Instituto Cervantes identifica proyectos de alto impacto que consolidan la lengua en todos sus espacios y ámbitos de aprendizaje y uso, incluyendo los procesos de transformación digital que posicionan el español como lengua de creación, conocimiento y cultura en el siglo XXI.

### **DIRECCIÓN GENERAL DEL ESPAÑOL EN EL MUNDO**

La Dirección general del español en el mundo (DGEM) se crea en 2021 para formular, coordinar y ejecutar la política exterior de España para la difusión y promoción del español en el mundo, asegurando la coherencia de la acción exterior en este ámbito y la colaboración, entre los principales actores e instituciones implicados. Además, promueve la colaboración en defensa del español con otras instituciones iberoamericanas y fomenta la presencia de nuestro idioma en el ámbito multilateral y en ámbitos de prestigio, incluidos el económico, cultural y científico.

### **MINISTERIO DE CULTURA**

El Ministerio de Cultura impulsa la internacionalización de la cultura y el patrimonio españoles a través de tres ejes básicos:

- La defensa de los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial
- El desarrollo de la diplomacia cultural española como herramienta para la paz
- La promoción de las industrias culturales y creativas españolas en los mercados extranjeros

El Ministerio de Cultura lleva a cabo este impulso de la acción cultural exterior a través de sus unidades y organismos públicos adscritos:

- Dirección General del Libro, del Cómic y de la Lectura
- Dirección General de Derechos Culturales
- Dirección General de Patrimonio Cultural y Bellas Artes
- Dirección General de Artes Escénicas y Música
- Centro de Coordinación de Industrias Culturales y Creativas
- Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música
- Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales
- Biblioteca Nacional de España
- Museo Nacional del Prado
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía

Asimismo, el Ministerio de Cultura dispone de una Subdirección General de Relaciones Internacionales y Unión Europea, que tiene entre sus principales funciones la dirección, coordinación y asesoramiento en materia de relaciones internacionales y cooperación técnica dentro del ámbito competencial del propio departamento ministerial.

## **MINISTERIO DE HACIENDA**

### **ACCIÓN CULTURAL ESPAÑOLA AC/E**

Acción Cultural Española AC/E es una empresa pública dedicada a promocionar y difundir la cultura y el patrimonio español dentro y fuera de nuestras fronteras a través de diferentes iniciativas (exposiciones, congresos, ciclos de conferencias, producciones audiovisuales...) para su conocimiento y apreciación.

AC/E apoya la internacionalización de los artistas mediante numerosas convocatorias, entre las que destaca el Programa para la Internacionalización de la Cultura Española (PICE), creado en 2013 y dirigido a la promoción de artistas españoles en el extranjero a través de ayudas para visitantes, programas de movilidad y residencias. El Gobierno ha aprobado el aumento en un 20% de la dotación presupuestaria del PICE para el año 2026 (que, a su vez, ya se incrementó otro 20% en 2024). En total, son 3,3 millones de euros en el presente ejercicio, con un alcance estimado de unos 1.000 profesionales y creadores potenciales beneficiarios.

AC/E, además, es el principal responsable de los pabellones de España en las exposiciones internacionales y universales.

## **MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA**

### **ICEX**

Entidad pública empresarial, ICEX España Exportación e inversiones tiene por objetivo contribuir a la prosperidad de España a través de la internacionalización de sus empresas. Desde su creación, hace más de cuatro décadas, tiene el mandato de internacionalizar las industrias creativas y culturales apoyándose en la red de 105 oficinas económicas y comerciales por todo el mundo. Esta labor se ha llevado a cabo gracias a una estrecha colaboración público-privada apoyándose en las principales asociaciones de los sectores de la música, editorial, audiovisual, atracción de estudiantes extranjeros, entre otros. Su estrategia combina la apuesta por marcas paraguas como Sounds from Spain o Audiovisual from Spain

que contribuyen al posicionamiento de España como país exportador de cultura, así como por el desarrollo de estas industrias a través de su salida al exterior. La internacionalización permite diversificar mercados, aumentar la resiliencia y hacer más competitivas a las empresas fortaleciendo a la industria y protegiéndola ante shocks económicos.

ICEX fomenta la internacionalización a través tanto de la generación de inteligencia comercial como de la organización de numerosas acciones en el exterior como los pabellones España en ferias internacionales, las delegaciones de compradores y prescriptores internacionales, jornadas específicas en mercados objetivo para la búsqueda de socios o campañas de comunicación en medios y en redes sociales en los principales mercados exteriores de los sectores culturales y creativos, siempre en colaboración con los ministerios competentes.

## **MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES**

### **UNIDAD DE ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR**

España apoya la acción educativa exterior, que hoy llega a cerca de 134.000 estudiantes en 47 países, para acercar la lengua y la cultura española a un público extranjero cada vez más amplio y diverso. A través del despliegue de asesores técnicos en las consejerías y agregadurías de educación en embajadas, y de docentes en los programas y centros de la acción educativa exterior, España continúa reforzando los lazos culturales y el intercambio de conocimientos y fomentando la proyección exterior de nuestra cultura.

## **MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO**

### **TURESPAÑA**

Organismo público responsable de la promoción de España como destino turístico en el mundo para lograr:

- El reconocimiento global de España como destino líder, convirtiéndolo en referente de sostenibilidad medioambiental, responsabilidad social y rentabilidad.
- La consolidación de la “imagen país”, de la marca turística España a través del conocimiento de la demanda internacional.

La cultura española es para Turespaña uno de los principales activos para fomentar el turismo internacional en nuestro país. Para ello, invierte en la difusión del conocimiento turístico de nuestra cultura y patrimonio, apoya la comercialización de productos culturales y destinos españoles atractivos por su cultura; diseñando campañas de promoción en el exterior y gestionando la marca España en su dimensión turística.

## **RTVE**

RTVE, Corporación de Radio y Televisión Española, es la empresa pública española encargada de la gestión de los servicios de radio y televisión de titularidad estatal. Su misión principal en este ámbito es la difusión de la cultura española a nivel nacional e internacional, a través de sus canales de televisión (La 1, La 2, 24 Horas), canales de radio (Radio Nacional de España, Radio Clásica) y plataformas digitales como RTVE.es y RTVE Play.

El rol de RTVE en la difusión internacional de la cultura se concreta en diversos ámbitos:

- RTVE distribuye sus contenidos a través de TVE Internacional en diferentes continentes (América, Europa-África, Asia-Oceanía) y con señales diferenciadas
- Produce y emite contenidos que reflejan la cultura española
- Participa en la promoción de la cultura española mediante la difusión de eventos culturales, festivales, conciertos y exposiciones, tanto en sus propios canales como en colaboración con otras instituciones
- También tiene presencia en eventos culturales internacionales, donde da visibilidad a creadores y empresas culturales nacionales, y establece contactos con otros medios y profesionales del sector
- Tiene un convenio con el canal cultural europeo ARTE para la difusión de nuestra cultura a nivel europeo

## 1.3 ¿Por qué es importante elaborar un Plan nacional de cultura en el exterior?

En un contexto geopolítico globalizado, con cambios constantes en el sistema de equilibrios comerciales y geoestratégicos, es más importante que nunca potenciar la capacidad de proyección internacional de nuestro país. En este sentido, la cultura constituye uno de los principales activos de España para proyectarse en el mundo.

Con un patrimonio de primer orden, sectores creativos pujantes, talento innovador y la fuerza global de un idioma que comparten más de veinte países como lengua materna y vehículo de expresión y cultura, España es el cuarto país en influencia cultural del mundo, por detrás únicamente de Italia, Francia y Japón, según el *Global Soft Power Index 2026*. Es el momento de sacarle todo el partido a esta potencia. Este plan entiende la cultura no solo como motor económico y de imagen, sino como instrumento para la promoción de los valores democráticos, los derechos culturales y la preservación del patrimonio cultural de España. Igualmente, el Plan favorecerá la creación de circuitos de divulgación de la cultura científica y el conocimiento en español.

La acción cultural en el exterior es un motor transversal que mejora la percepción internacional de España, refuerza los vínculos institucionales y humanos entre los países y fomenta unas positivas relaciones diplomáticas y multilaterales que mejoran las relaciones comerciales y atraen turismo de calidad con sensibilidad por la cultura. Además, la presencia activa de España en foros, festivales y redes internacionales refuerza su capacidad de influencia, y posiciona al país como referente en el sector cultural y creativo.

## OPORTUNIDADES DE LA ACCIÓN CULTURAL EN EL EXTERIOR

### Imagen y reputación internacional

Una imagen contemporánea, diversa y creativa facilita un clima de confianza que beneficia a las relaciones diplomáticas y a la apertura de mercados para las empresas españolas.

La difusión de obras culturales aumenta su visibilidad y reconocimiento y genera mayor interés por el país y sus productos culturales.

### Diálogo y entendimiento

La promoción de la cultura y el idioma generan cercanía y vínculos de interés mutuo con los países receptores a través de los valores, idioma e identidades compartidas.

Intercambio de ideas, conocimientos y perspectivas entre culturas diferentes enriquece la propia cultura nacional y promueve una mayor comprensión y tolerancia entre los países.

### Redes diplomáticas y comerciales

Las actividades culturales, educativas y patrimoniales crean redes entre instituciones y profesionales que se pueden transformar en colaboraciones diplomáticas, científicas y comerciales a largo plazo.

La internacionalización de las industrias culturales y creativas facilita la entrada de empresas españolas en nuevos mercados y mejora su competitividad.

## ACCIÓN CULTURAL EN EL EXTERIOR

### Cooperación al desarrollo

España ha sido pionera en considerar la cultura como un motor esencial de las políticas de desarrollo sostenible y se aborda a la vez como sector prioritario y como herramienta estratégica favorecida por la gran riqueza cultural y artística de nuestro país y por el español, segunda lengua nativa más hablada en el mundo. La Cultura se entiende como un Derecho y como un factor de transformación social, construcción de paz y consolidación de la democracia.

### Turismo de calidad

La difusión de las industrias, bienes y servicios culturales despiertan interés por conocer los lugares que inspiraron esas obras, por visitar museos y lugares patrimonio, asistir a festivales y sumergirse en la cultura local.

El turista cultural es un turista de calidad que invierte su dinero por encima de la media y difunde "lo aprendido", favoreciendo el fenómeno de la irradiación cultural.

### Construcción de Identidad

La internacionalización de las industrias culturales permite al país contar nuestra propia historia y presentar una narrativa-identidad única ante el mundo, lejos de los estereotipos.

Esto ayuda a construir una imagen más precisa y completa del país y a fortalecer la cohesión social y el sentimiento de pertenencia.

Festival Internacional SÓLODOS EN DANZA, de Costa Rica, coproducido con el Centro Cultural de España en ►  
Costa Rica, reuniendo a artistas de España, Francia y Costa Rica. El evento cuenta con el apoyo del Programa para  
la Internacionalización de la Cultura Española (PICE) de AC/E. Foto de Tamara Arruti. Cortesía de AC/E.

# Artículos





# La cultura en España

España ha construido una imagen de país sólida y reconocible, sustentada principalmente en fortalezas como el turismo, la gastronomía, la cultura, el deporte, la apertura social; y un estilo de vida único en el mundo, así como en la proyección de sus valores democráticos y de convivencia.

Nuestro país tiene un patrimonio cultural excepcional y diverso (es el quinto país del mundo con más lugares declarados Patrimonio Mundial por la UNESCO) y gran capacidad de influencia fuera de su entorno, pues la identidad española genera una percepción positiva y atractiva en el exterior.

Los lazos lingüísticos, con casi 635 millones de hablantes de español en el mundo - la tercera lengua más hablada a nivel global según el Anuario 2025 El español en el mundo del Instituto Cervantes- son otro activo estratégico que permite a España impulsar su acción internacional en un escenario global fragmentado y competitivo. A la diversidad del español como lengua de creación, se unen la diversidad cultural y lingüística de España, cuyas lenguas cooficiales conforman un patrimonio plural que aporta riqueza y valor añadido a su proyección exterior.

España recibió un total de 96,8 millones de turistas internacionales en el año 2025, un 3,2% más que en 2024, y estos realizaron un acumulado de 134.712 millones de euros, un 6,8% más con respecto al año anterior. La Organización Mundial del Turismo, en su informe de 2025, ha ratificado la segunda posición de España en el ranking mundial como destino más visitado del mundo detrás de Francia (y por delante de Estados Unidos, China e Italia) y uno de cada cuatro de estos visitantes extranjeros lo hace motivado por la cultura, con un gasto medio diario un 17% superior al resto de turistas.

En 2025 se volvió a superar el número total de visitantes en los museos españoles, una tendencia ascendente iniciada tras la pandemia con números que en los últimos tres años se sitúan en los más altos de su historia. Así, el Museo Nacional del Prado superó por tercer año consecutivo su mejor registro, sobrepasando los 3'5 millones de visitantes, lo que le consolida como el museo más visitado de España y nuestro principal referente internacional, ocupando el puesto 13 de los museos más visitados del mundo, lista en la que España sitúa otros 5 museos entre los 100 primeros: el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, el Museo Nacional Thyssen, Caixa Fórum Madrid, el Museo Guggenheim de Bilbao y el MNAC de Barcelona.

El Prado, además, está diseñando un plan de diversificación de su programación para que la visita garantice una experiencia de calidad frente a la masificación turística, uno de los grandes peligros de los museos del siglo XXI.

También destacan las cifras del Museo Arqueológico Nacional, que, tras celebrar los 10 años de su reapertura en 2024, por primera vez supera los 800.000 visitantes, así como de la Galería de Colecciones Reales, un 12% superior a 2024.

Por su parte, el conjunto de palacios y monasterios pertenecientes a Patrimonio Nacional, que se distribuyen por todo el territorio nacional, igualmente registró su récord total de visitas, rozando los 7'5 millones de visitantes. Los sectores culturales y creativos suponen el 2,3% del valor añadido bruto en España y dieron empleo a una cifra récord de 770.000 personas en 2024, según datos del Instituto Nacional de Estadística. En términos generales, entre 2019 y 2023, se crearon 28.000 nuevas empresas culturales (+11,6%), frente a una caída neta del 4,6% en el conjunto de la economía, según el informe Los sectores culturales y creativos en España. Análisis de su valor económico 2025 elaborado por la Fundación COTEC.

Estos sectores, amplía el informe, crecen por encima de la media de la economía española y contribuyen al conjunto del valor añadido generado en España más que otras industrias como la textil, la farmacéutica, o la química. Pero, aparte de su impacto directo, los sectores culturales y creativos generan un efecto multiplicador sobre el resto de los sectores productivos y, por cada euro de incremento de demanda en los sectores culturales y creativos, el valor añadido agregado de la economía aumenta en 1,75 euros.

Las exportaciones de bienes y servicios de los sectores culturales y creativos han crecido de manera prácticamente ininterrumpida a lo largo de la última década y, según Eurostat, las exportaciones españolas de bienes culturales han crecido más de un 5% desde 2019, y las de servicios lo han hecho un 52%. Un análisis comparativo de estos datos muestra que, a pesar del aumento de las exportaciones de bienes culturales, el nivel español está por debajo de países con menos influencia cultural, como Alemania, Países Bajos o Polonia, lo que indica que la posición de liderazgo mundial de la cultura española no se traduce en la rentabilidad económica de sus exportaciones.

Para los creadores, investigadores y artistas, el estado de “salud” de la cultura en España obtuvo en 2025 una puntuación de 5,4 sobre diez, la misma nota que en 2024 y máxima desde 2011, año en el que se inauguró el Informe de la Cultura en España (ICE del Observatorio de Cultura de la Fundación Alternativas). La encuesta ICE 2025 subraya la “riqueza ideológica de la creación cultural” en España (6,7), junto con la capacidad de las redes digitales para “potenciar

la comunicación” entre usuarios y creadores (6,6). Por el contrario, la menor puntuación de la encuesta corresponde a la “proyección exterior de las PYMES” culturales (3,4), que refleja la persistencia de una debilidad estructural en materia de “internacionalización”.

Según el informe, las actividades mejor valoradas por los agentes culturales se concentran en las fases de creación y producción, destacando la “creación y talento” como el aspecto más valorado. La “producción y edición” también recibe un “aprobado alto” con una nota de 5,6, manteniendo una tendencia positiva. Por sectores culturales, el de los videojuegos y multimedia es el mejor valorado (6,7), seguido del cine y la producción audiovisual (5,5). Los sectores del libro y bibliotecas, música e industria discográfica coinciden con un 5,4.

La participación cultural también aumenta entre la ciudadanía española, según los resultados de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025, realizada por el Ministerio de Cultura, y cuyos resultados muestran los mejores datos de consumo cultural en España de las últimas décadas.

El 64,9% de la población analizada leyó al menos un libro al año, la mayoría, 60,8%, en papel y un 29,8% en formato digital o audiolibro. Los datos de lectura han experimentado un crecimiento de 7,2 puntos porcentuales desde 2006-2007. En cuanto al consumo de música, el 56,7% de la población suele escucharla diariamente y el 77,8% una vez al mes. En cine, el 48,5% acudió a una sala al menos una vez al año, con mayor asistencia entre los jóvenes de 15 a 19 años (79,1%). El 52,1% de la población ha visitado algún monumento o yacimiento arqueológico, lo que supone un crecimiento de 16,5 puntos porcentuales en las últimas dos décadas. En museos, exposiciones y galerías de arte, la asistencia llegó al 47,6%, cifra récord desde que se realiza esta Encuesta y que presenta un aumento de 9,4 puntos porcentuales desde el período 2006-2007.

Los espectáculos en directo también experimentaron un fuerte crecimiento: el 47,1% de la población asistió a eventos de artes escénicas o musicales. En concreto, fueron al teatro el 24,7%, a la ópera el 3,9%, a conciertos de música actual el 32,1% y a conciertos de música clásica el 9,7%. Todas estas disciplinas han alcanzado su cifra máxima de asistencia en 2024-2025, según los datos que presenta la Encuesta.

# La internacionalización de la cultura española: pasado, presente y futuro

Internacionalizar la cultura de un país es un asunto de Estado que requiere del interés y compromiso de todas sus administraciones para cumplir con uno de los mandatos constitucionales más relevantes. Y es que, entre los fundamentos esenciales de la Constitución española, está “*promover el progreso de la cultura*”. Por ello, se otorga al Estado el deber y la atribución esencial del “servicio de la cultura”, una atribución que, en el ámbito de las relaciones internacionales, figura entre sus competencias exclusivas, sin menoscabo de la colaboración y la concurrencia de todas las administraciones, en atención de sus respectivos intereses.

La Unión Europea, la OCDE y la propia UNESCO, reconocen la creatividad y la cultura como motores estratégicos del crecimiento económico y del desarrollo social en el siglo XXI. “*La cultura une*”, concluye el último Eurobarómetro Especial que asegura que el 87% de los europeos está de acuerdo en que la cultura y el intercambio cultural deben ocupar un lugar preminente en la UE y en las políticas de sus estados miembros, y que la cultura y las artes son importantes para el bienestar y el desarrollo económico.

En el contexto de Europa, muchos países poseen planes consolidados de internacionalización de su cultura, a través de sus ministerios de asuntos exteriores, sus embajadas, órganos de cooperación y centros culturales. Los casos más reconocidos, que también destacan por su antigüedad, son:

- Francia: Opera a través del *Institut français*, organismo público de acción cultural exterior, y la red mundial de *Alliances Françaises*, presente en 136 países con más de 800 sedes. A través de ellos, Francia no solo difunde su idioma y su cultura, sino que impulsa programas como las *Saisons culturelles*, grandes temporadas culturales bilaterales, y articula una estrategia de país a través de la *Marque France* y su lema *Make it iconic, Choose France (Marquez les esprits. Choisis la France)* que proyecta internacionalmente la creatividad, la innovación, la gastronomía y el patrimonio francés.

- Alemania: La política cultural y educativa exterior alemana, coordinada por el *Auswärtiges Amt*, se apoya en instituciones como el *Goethe-Institut*, presente desde 1957, en 99 países con 150 sedes y unos 20.000 eventos anuales, el DAAD o la Fundación Alexander von Humboldt. Se enmarca además en la estrategia *Deutschland – Land der Ideen*, que combina innovación, ciencia y cultura como señas de identidad internacional.
- Reino Unido: La diplomacia cultural británica se articula en torno al British Council, desde 1934, con presencia en más de 100 países y actividad en 200 con programas que alcanzan a más de 600 millones de personas al año. Su acción se integra en la campaña de diplomacia pública *GREAT Britain & Northern Ireland*, que proyecta internacionalmente la cultura británica junto al turismo, el comercio y la educación.

Creadas a lo largo del siglo XIX y principios del XX, estas instituciones, homólogas al Instituto Cervantes, que nacieron como herramientas de diplomacia y difusión cultural, han utilizado además el estudio de sus idiomas como instrumento fundamental para dar a conocer su historia y su cultura. Su implantación en las capitales más emblemáticas del mundo, junto con institutos específicos para las artes y la ciencia, ha permitido a los profesionales de los diferentes sectores culturales y creativos completar una formación de excelencia en el exterior, proyectando internacionalmente sus carreras.

Fuera de Europa, la internacionalización de la cultura ha formado parte de estrategias de gobierno entre las grandes potencias económicas, destacando sin duda EEUU desde la segunda mitad del siglo XX, sobre todo en la industria del entretenimiento y en concreto en el audiovisual, y en las últimas décadas, China. Antes de la llegada de la democracia, España carecía de un plan concreto y sistemático de internacionalización de la cultura. Con 152 años de antigüedad, la Academia de España en Roma es la única institución precedente en el extranjero dedicada a la formación y promoción de artistas españoles y otros profesionales de la cultura.

En el actual marco constitucional, el Estado ha impulsado instituciones que se han consolidado como referentes de la cultura española en sus sedes internacionales. Es el caso del Instituto Cervantes, creado en 1991 y con presencia ya en más de 50 países, o los Centros Culturales de AECID, el primero abierto en 1976 y, actualmente, presente en 16 países, alcanzando un millón y medio de visitantes anuales.

Precisamente, AECID, que en 2025 presentó su nueva estrategia tras un proceso de reforma y transformación iniciado en 2021 e impulsado con la Ley 1/2023, de 20 de febrero, de Cooperación para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global, ha protagonizado algunas de las experiencias de internacionalización de la cultura española más consolidadas y reconocidas. Destaca el programa ACERCA, creado en 2005, dedicado a la formación de profesionales de la Cultura.

En paralelo, el Instituto Cervantes se ha consolidado como la institución de referencia de la difusión del español, a través del fomento de su enseñanza y aprendizaje, y la difusión de la cultura española y en español. A su labor se ha sumado el Observatorio Global del Español, fruto del PERTE de la Nueva Economía de la Lengua, concebido para impulsar proyectos de alto impacto en ámbitos estratégicos como la digitalización, la ciencia y la cultura.

El plan de expansión internacional del Instituto Cervantes se ha reforzado con la apertura de nuevos centros en Los Ángeles, Dakar y Seúl, y con la ampliación de su presencia en África Subsahariana. Tras esta apertura, ha desplegado nuevas formas de presencia en territorios estratégicos mediante cátedras y extensiones. Destacan la Cátedra en la Universidad de Edimburgo, la extensión en Nuakchot, y las creadas en América Latina en la Universidad de La Habana y en Puerto Rico, junto con el Observatorio de la Lengua para América y el Caribe en México. El objetivo es ampliar los acuerdos de este modelo, como ya se ha hecho en África y Asia, y reforzar la red internacional, al tiempo que se avanza en la apertura de nuevos centros —como el previsto en Miami— y en la consolidación de nuevas extensiones y cátedras que den continuidad a esta estrategia de expansión global.

Por su parte, AC/E ya ha cumplido los 10 años de su programa PICE para la internacionalización de la cultura española, facilitando residencias y presencia en programaciones internacionales de artistas y creadores españoles, que han podido participar en más de 2.000 eventos por todo el mundo en estos más de 10 años.

Es importante señalar el desarrollo internacional de determinados sectores de la industria cultural y creativa española, que en sus últimos años han adquirido un peso creciente en el exterior. Entre ellos, destaca de manera especial el sector audiovisual, que ha experimentado una transformación decisiva con la llegada de las grandes plataformas globales.

Durante el siglo XX, la cinematografía española ejerció una influencia profunda en el panorama internacional, consolidando su identidad entre la vanguardia estética y la narración más humana.

Pioneros del cine español (finales del siglo XIX y principios del XX) como Segundo de Chomón, maestro del cine mudo y los efectos especiales; directores esenciales de la edad de oro del cine sonoro, como Florián Rey o Edgar Neville y, más tarde, Juan Antonio Bardem, Luis García Berlanga o Luis Buñuel, definieron el cine nacional con sátira y surrealismo, y sentaron las bases para las generaciones venideras.

José Luis Garci —primer español en obtener, en 1983, un Oscar a la Mejor Película Extranjera con ‘Volver a empezar’— o Pedro Almodóvar —símbolo de la modernidad y del reconocimiento global de la cultura española— han situado a España en el mapa cinematográfico mundial. Es justo reconocer, además, el valor que España

ha tenido como escenario de cine, con escenarios naturales como los desiertos de Almería que se convirtieron en emblemas icónicos de grandes producciones internacionales, desde el spaghetti western hasta las superproducciones de Hollywood.

En el siglo XXI, las plataformas de *streaming* han revitalizado ese legado, ofreciendo una ventana global para el cine en español y ampliando su alcance a nuevas audiencias que descubren y celebran las historias de esta cinematografía en continua expansión.

En 2025 se cumplieron 10 años de la llegada de Netflix a España. Una presencia que ha estado seguida de empresas del audiovisual tan potentes como Disney, Amazon o Skydance. No cabe duda de que la aparición de las plataformas de contenidos de entretenimiento atraídas por la creación del Hub audiovisual del Gobierno de España ha generado un gran polo de atracción del mercado internacional en el sector audiovisual.

Además de los logros en audiovisuales, destacan también las iniciativas de internacionalización y el apoyo a la industria del libro por parte del Gobierno de España y sus instituciones culturales. Así, por ejemplo, a través de la Dirección General del Libro, del Comic y de la Lectura, se promueven ayudas para la edición, fomento de la lectura, traducción, participación en ferias internacionales y campañas de difusión de las letras españolas.

En el ámbito musical y escénico, el INAEM y la Dirección General de Artes Escénicas y Música del Ministerio de Cultura, responsables de la promoción de las artes escénicas y la música —incluyendo producción, difusión y giras internacionales—, están inmersos en un proceso de reforma orientado a reforzar la creación, producción, internacionalización y oportunidades para los creadores, y fomentar la coordinación del sector cultural español en el exterior.

En el ámbito empresarial, durante más de cuarenta años, el ICEX ha centrado sus esfuerzos en la internacionalización de las industrias de la música, el cine, la televisión, la animación, el editorial, la danza y los videojuegos diseñando programas específicos de acompañamiento a las empresas en sus procesos de salida al exterior. ICEX trabaja en estrecha colaboración con las asociaciones sectoriales representantes de las industrias culturales y creativas diseñando y ejecutando estrategias de internacionalización que han contribuido al acceso de estas a mercados exteriores. La organización de la participación de empresas españolas en los principales certámenes, festivales y foros internacionales no solamente ha proyectado una imagen de España como país productor de cultura, sino que ha ayudado significativamente a la comercialización y posicionamiento de la cultura española.

En cuanto a patrimonio cultural, España disfruta de un creciente reconocimiento internacional, tanto por su riqueza y variedad, como por nuestros modelos de conservación y gestión cultural. En el marco de la UNESCO, España, país anfitrión de la última Conferencia Mundial para las políticas culturales y el desarrollo sostenible (Barcelona, 2025), viene demostrando su firme compromiso con el multilateralismo, apostando por la coordinación y participación en candidaturas multinacionales a patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, como las recientes declaraciones obtenidas para la trashumancia, junto con Francia, Andorra, Albania, Croacia, Luxemburgo y Rumania, y para el vidrio soplado, junto con Chequia, Finlandia, Francia, Alemania y Hungría. Una defensa del multilateralismo que continúa en los expedientes en curso, como la coordinación de la candidatura de la técnica de las alfombras florales, junto con México, Bélgica, Malta e Italia.

El liderazgo internacional de España en materia de patrimonio cultural está asegurado durante la vigencia de este Plan, como miembro del Consejo Ejecutivo de la UNESCO, tras nuestra reelección en 2023 por cuarta vez consecutiva; y como miembro del Comité Intergubernamental de la UNESCO para la Convención de 2003. En 2026, España continúa siendo el referente de la Convención de 2001 para la protección del patrimonio cultural subacuático, como el Estado miembro con más declaraciones de buenas prácticas.

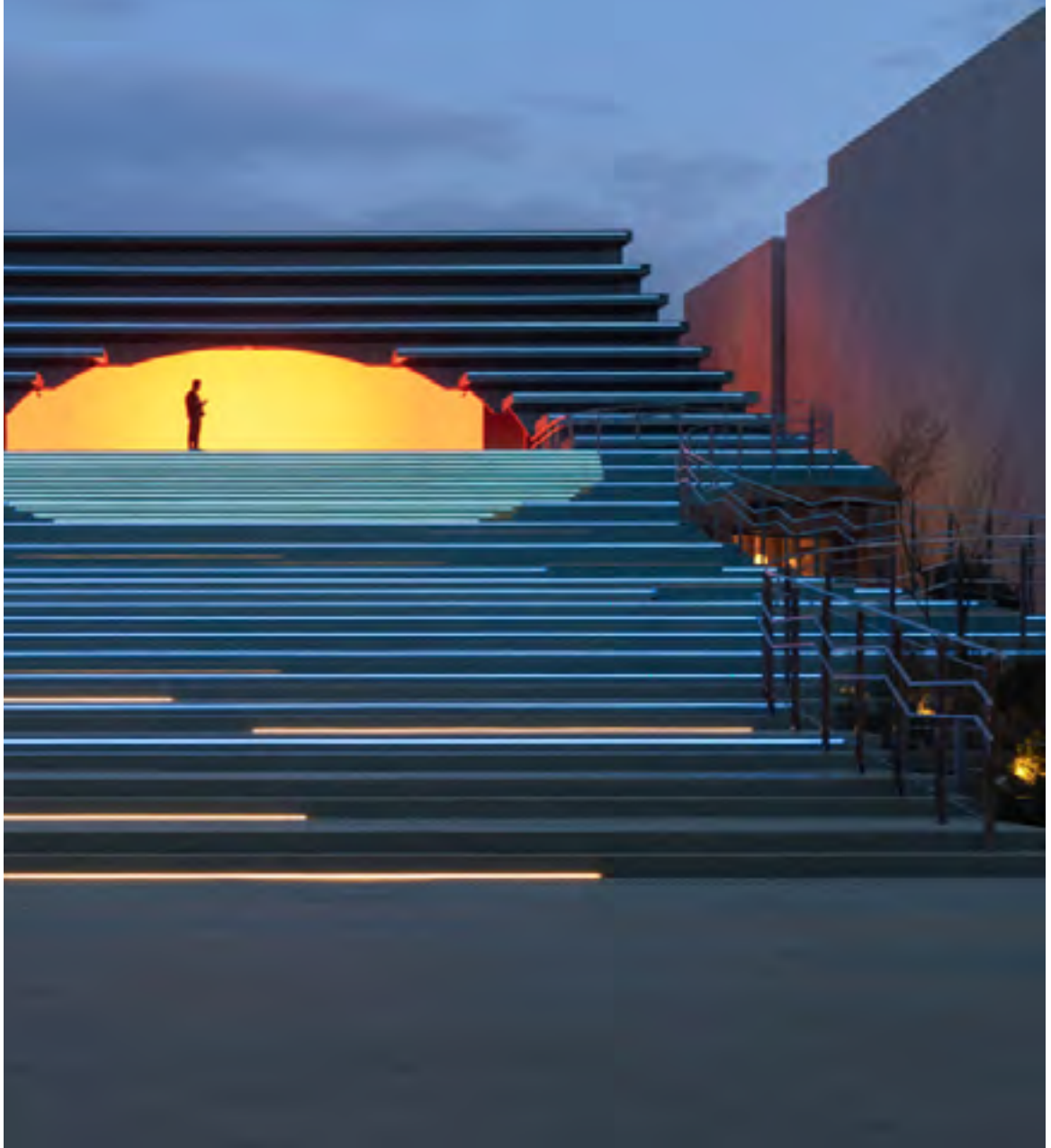
En este contexto, este plan debe aprovechar las oportunidades del reconocimiento de España como líder global del “poder suave” (*soft power*), con el objetivo de recortar las diferencias comerciales con los grandes países exportadores de bienes y servicios culturales.

## Departamento de Asuntos Culturales de Presidencia del Gobierno

*Pabellón de España en la Expo 2025 de Osaka, Japón. Esta acción representó una oportunidad única para mostrar al mundo la innovación, la creatividad y la sostenibilidad que caracterizan a nuestro país. Con el lema “La corriente de Kuroshio” (en referencia a la corriente oceánica que influye en el clima y la biodiversidad de Japón y que entre los siglos XVI y XIX dio lugar al Galeón de Manila, la ruta comercial española que conectó a Asia con América a través del Pacífico), el Pabellón de España (diseñado por los estudios Néstor Montenegro, Enorme Studio y Smart and Green Design) buscó conectar con los visitantes a través de una experiencia inmersiva que celebraba la relación entre España y el mar. El Pabellón fue reconocido con el premio de Plata en la categoría de Arquitectura y Paisaje en la expo, pero también recibió el Premio de Plata a la categoría de Arquitectura y Paisaje del Bureau International des Expositions (BIE), el Premio de Plata al Mejor Pabellón Sostenible y el premio de Bronce al Mejor Concepto Temático en la edición de 2025 de los World Expolympics, celebrada el 23 de septiembre pasado. Foto cortesía de AC/E.*

**2**

# Misión, ejes estratégicos y objetivos específicos





## 2.1 Misión

La misión del Plan es impulsar la proyección global de todos los sectores de la cultura española, la música, las artes escénicas, las artes plásticas, el libro, los audiovisuales, promoviendo la diversidad del patrimonio cultural español en el mundo. Este compromiso se traduce en la participación efectiva de artistas, creadores y creadoras, gestoras, empresas y profesionales españoles dentro de la programación de los eventos internacionales de cada sector, asegurando que la pluralidad y la calidad de la cultura española sean reconocidas y valoradas. Al mismo tiempo, busca facilitar el entendimiento y el diálogo multilateral, contribuyendo al establecimiento o fortalecimiento de las relaciones diplomáticas y económicas con otros países.

Los principios que guían las acciones del Plan son:

- 1) Diálogo intercultural y cooperación multilateral como medios para estrechar lazos internacionales, tanto en el ámbito social como económico
- 2) Desarrollo de los sectores culturales y creativos como vehículo de valores democráticos de España
- 3) El español y las lenguas cooficiales como activos difusores de cultura
- 4) Promoción de los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial
- 5) Cultura como Derecho
- 6) Cooperación cultural, como sector y enfoque transversal, basado en la consolidación de una cultura de paz y transformación social

El plan promueve la confianza y la participación ciudadana, y persigue cambiar la mirada sobre la acción exterior, haciéndola más accesible y cercana. Junto a ello, el plan reafirma el compromiso con la cultura española como objetivo de Estado, dotándola de los recursos necesarios para su reconocimiento y fortalecimiento en el ámbito internacional, y haciéndola más estratégica para el propio sector cultural.

La internacionalización de la cultura española es una inversión estratégica para el futuro. Una apuesta de país que se hace desde la sostenibilidad. Del mismo modo en el que se entiende el “desarrollo medioambientalmente sostenible”, se puede hablar de un “desarrollo culturalmente sostenible”, que implica la utilización de recursos culturales de un modo que garantice la continuidad de la cultura para las generaciones futuras, como promueve el Libro Verde para la gestión sostenible del patrimonio cultural, presentado por España durante la presidencia de la UE en 2023.

## 2.2 Ejes estratégicos

El gobierno ha establecido cuatro ejes estratégicos en la acción cultural española en el exterior, atendiendo tanto a las prioridades detectadas para fortalecer la internacionalización de los sectores culturales, como al objetivo de consolidar nuestra influencia y posicionamiento como país líder en la defensa del multilateralismo. Estos ejes deberán guiar las acciones del Plan:

### **Identidad de país**

El reconocimiento de España como potencia cultural y como cuarto país con mayor relevancia en el poder suave *-soft power-* es una oportunidad para que en el exterior se identifiquen de forma positiva nuestros servicios y bienes culturales. Asimismo, la promoción del acceso a la cultura y al patrimonio a nivel internacional representa un elemento esencial de la identidad de España como referente global.

El Plan tiene como objetivo diseñar una identidad o marca de la cultura española que sea asociada internacionalmente con la idea de calidad, excelencia, autenticidad, originalidad, diversidad y riqueza. Una identidad que agrupa todos esos conceptos en una sola idea, nombre o imagen, y que irá acompañada de programas de refuerzo de la comunicación de nuestra cultura en el exterior.

Se trabajará junto con agentes con marcas ya consolidadas en estrategias conjuntas. Tal es el caso de la marca de turismo español TurEspaña, reconocible en todo el mundo. Precisamente, en el extraordinario crecimiento del turismo con fines culturales de estos últimos años podemos percibir todo el potencial de nuestra cultura y nuestro patrimonio y su enorme atractivo internacional. Por ello, debemos reforzar aún más las alianzas intersectoriales que beneficien a todos sus actores y, en definitiva, a la marca España.

### **Diplomacia cultural**

La diplomacia cultural se fundamenta en el convencimiento de que “*son las manifestaciones culturales las que mejor representan una nación*”. Así lo expresa, para el Real Instituto Elcano, la profesora Laporte. Siguiendo este principio, el Plan establece como una de sus prioridades la acción diplomática de la cultura: una acción exterior basada en el intercambio, el diálogo horizontal y el reconocimiento de expresiones culturales, tal y como ha señalado la AECID en su Plan de Acción 2025, con el objetivo de ser un “actor con influencia global” y un firme defensor del multilateralismo, para lograr un mundo más justo y sostenible.

En este sentido, la nueva Estrategia de Acción Exterior presentada por el Ministerio de Asuntos Exteriores en 2025, el Plan Director de Cooperación Española 2024-2027 y la Estrategia de Cultura y Desarrollo de la AECID (actualizada en Mondiacult 2025), guiarán la acción diplomática del Plan.

### **Desarrollo económico**

El Plan potenciará las industrias culturales y creativas españolas, consolidando las que han experimentado un mayor crecimiento en los últimos años, como el sector del libro y del cómic, el sector audiovisual o musical, e impulsando todas aquellas de proyección internacional, como la danza o el videojuego.

Se promoverán acuerdos comerciales con las grandes empresas y compañías de la cultura de referencia para cada ámbito con el fin de incrementar la inversión en los bienes y servicios culturales españoles, y su difusión exterior.

El Plan apuesta por la estrategia, promovida por este gobierno tras la pandemia, de lograr una presencia protagonista en las principales ferias, festivales y eventos internacionales de mayor relevancia para cada sector. Se considerarán de manera prevalente las peticiones para que España sea país invitado o de honor en aquellos eventos internacionales que se celebren en regiones que la Estrategia de Acción Exterior haya establecido como prioritarias. Igualmente, en las regiones que cuenten con mercados que el Gobierno, junto con los propios sectores, consideren estratégicos, se diseñarán misiones comerciales para los sectores antes mencionados.

### **Idioma: el español, lengua de cultura**

Nuestro idioma, uno de los más hablados del mundo, es la mejor herramienta para difundir nuestra cultura en toda su diversidad y riqueza. El Plan apuesta decididamente por seguir reforzando el rol del idioma español en la creación, como lengua de cultura y como un activo único a nivel mundial.

Las acciones que integren el Plan serán coordinadas y difundidas de forma global por el Instituto Cervantes de acuerdo a su labor fundacional y competencias, aprovechando la enorme red de centros y presencias. El Plan contará también con la unidad de acción exterior del Ministerio de Educación, con los centros culturales de la AECID, colegios internacionales y resto de instituciones educativas con programas de cultura española y de español distribuidas por todo el mundo.

Además, se fortalecerá la difusión de la cultura española, en toda su diversidad lingüística, y se fomentará el desarrollo de la cultura científica en español, así como el uso de nuestro idioma en ámbitos de la tecnología, con el impulso de herramientas de inteligencia artificial en español como ALIA.

Enlace:

[cvc.cervantes.es/img/anuario/anuario\\_25/informes\\_ic\\_infografia\\_01.png](http://cvc.cervantes.es/img/anuario/anuario_25/informes_ic_infografia_01.png)

En el año 2026, la corporación RTVE estrena varios proyectos orientados a la difusión y promoción de la cultura y el idioma español, a saber:

**- Nuevo canal de cultura**

Estará en abierto en la TDT en septiembre de 2026. En la línea de canales como la británica BBC, el canal Arte en Francia o la RAI italiana, la televisión pública española inaugura un nuevo canal específico dedicado a la cultura. El nuevo canal estará fundamentado en cinco grandes pilares, entre ellos el documental. El canal también apuesta por las artes escénicas y el teatro, donde se recuperarán joyas de *Estudio 1*, junto a nuevas producciones que están en marcha. También por el cine español, mediante el stock de cine participado de RTVE y ciclos temáticos. Otro de los pilares será la música clásica y la ópera, con un papel muy importante de la Orquesta y Coro RTVE y de los grandes teatros líricos de este país. El canal apostará por las nuevas tendencias, lo que permitirá visibilizar el trabajo que realiza Radio 3 a través de Radio 3 Extra.

**- Estreno de *Cervantes por el mundo***

Programa realizado en colaboración con el Instituto Cervantes que, a través de diferentes viajes en otros países, mostrará cómo la presencia cultural española dinamiza nuestras comunidades en el exterior.

**- Nuevo espacio: *La gran aventura de la lengua española***

Presentado por el periodista Iñaki Gabilondo se plantea como un recorrido divulgativo único por la historia del español. Este proyecto cuenta también con la colaboración del Instituto Cervantes y la Real Academia Española.

La radiotelevisión pública vive una transformación significativa que incluye reforzar la presencia de la cultura y la ciencia en la programación a través de nuevas propuestas de contenidos y formatos. Otro ejemplo de este tipo de propuestas es *Aria*, un programa dedicado a la lírica que se estrenará también en la parrilla de TVE este 2026.

### **Cooperación cultural para el desarrollo sostenible**

El Plan persigue fortalecer la cooperación cultural para el desarrollo sostenible, incidiendo en los Derechos Culturales y en la concepción de la cultura como un derecho humano. Este eje refuerza la idea de cultura como bien público global en la Agenda post-2030.

## 2.3 Regiones estratégicas

Para la Acción 2026-2028 se establecen como regiones prioritarias:

1. ASIA (China, India, Japón y Corea). España apuesta por dejar una huella más profunda en Asia-Pacífico, a través de una nueva estrategia para la región, sin olvidar la consolidación de nuestra presencia en el Cáucaso Sur y Asia Central

En este escenario se desarrolla el Año Dual España-India 2026 y la apertura oficial del Instituto Cervantes en Seúl, entre otras acciones culturales.

2. AMÉRICA LATINA Y CARIBE. Una constante en la identidad y la acción exterior de España. En los próximos tres años el objetivo es redoblar este esfuerzo y fortalecer el Espacio Cultural Iberoamericano sobre la base de unos valores comunes e intereses convergentes.

La XXX Cumbre Iberoamericana y la participación de España en la Bienal Internacional del Libro de Sao Paulo (Brasil), serán dos de los hitos del Plan vinculados a esta región estratégica.

3. MAGREB – ÁFRICA OCCIDENTAL. Se intensificarán nuestras relaciones con los países de la cuenca mediterránea en el Magreb y Oriente Medio, con una apuesta firme por la paz y la estabilidad de nuestro vecindario sur, y el intercambio intercultural será una herramienta esencial.

Se continuará invirtiendo en un salto cualitativo en nuestra relación con África, a través de la implementación de la nueva “Estrategia España-África 2025-2028”, con la que el Gobierno ha sumido el compromiso de trabajar en este marco con los socios africanos y sus sociedades para establecer una relación a la altura de las oportunidades y retos que compartimos ambos países, y con un foco especial en África Occidental y África Subsahariana.

En este contexto de defensa del multilateralismo y de los organismos internacionales, el Gobierno de España y la UNESCO acuerdan en 2026 la creación de un Centro de Categoría 2 (CC2) para la promoción la diversidad cultural y el diálogo intercultural en la cuenca mediterránea. Este CC2 estará acogido por la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo, con sede en Sevilla y enmarcada en una colaboración ya existente entre los Reinos de España y de Marruecos. El CC2 nace con

el objeto de sensibilizar sobre los vínculos intrínsecos existentes entre la cultura, los intercambios culturales y el desarrollo sostenible, así como sobre la importancia de la convivencia, que favorece la cohesión social.

Enlace: [www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2026-3813](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2026-3813)

4. RESTO DE EUROPA y EEUU. España se propone afianzar las relaciones bilaterales con nuestros socios europeos, así como con las regiones de Europa que se extienden más allá de nuestro espacio común, sin olvidar otros actores fundamentales como son los EEUU., con los que seguirá trabajando para mantener unas relaciones basadas en el diálogo y la colaboración.

Con estas regiones se fomentará el uso de la cultura como una herramienta para la diplomacia, la cooperación y la promoción de una agenda de Cultura para la Paz a través de relaciones bilaterales y de foros internacionales que apoyen el multilateralismo, así como de iniciativas específicas de posicionamiento de nuestra cultura en mercados estratégicos, o de uso de la cultura como apoyo al resto de intereses del país.

## 2.4 Objetivos específicos

El Plan aspira a posicionar a España como referente internacional en creatividad, innovación y diálogo cultural, y a consolidar su posición como nexo entre Europa, el continente americano y el resto del mundo mediante una acción cultural abierta, dinámica y comprometida con la cooperación internacional, la diversidad lingüística y el respeto a los derechos culturales, contribuyendo al entendimiento entre sociedades.

Por cada eje estratégico o línea de acción propuesto en el Plan se han planteado unos objetivos específicos:

### **Acción IDENTIDAD DE PAÍS**

- Diseñar y posicionar el sello “cultura española” en el escenario internacional como marca de excelencia

Se diseñará una identidad clara, coherente y diferenciada que transmita los valores, la diversidad, la calidad y el dinamismo cultural de España.

Se busca que la etiqueta *España. Cultura Viva* sea percibida en otros países como “sello de excelencia”, referencia de calidad, creatividad y valor, tanto

en productos culturales (cine, literatura, arte, música, gastronomía, moda) como en experiencias y valores vitales. Este “sello” funcionará como un aval de prestigio que facilite la identificación y la demanda de contenidos, actividades y creaciones asociadas a España.

Para lograr este posicionamiento, el Plan promoverá:

- El impulso de campañas de comunicación global que presenten España Cultura Viva en ferias, festivales, redes sociales, medios internacionales y alianzas con plataformas culturales líderes
- La certificación de instituciones, productos culturales, festivales o artistas que cumplan con ciertos parámetros de prestigio y excelencia, reforzando el concepto de garantía asociado a la marca cultural española
- La vinculación de la marca con figuras de prestigio (artistas, chefs, cineastas, deportistas) que sean “embajadores” reconocidos de la cultura española
- Implementar estrategias digitales (plataformas digitales, *streaming*, realidad virtual...) y colaboración con líderes de opinión para llegar a nuevos públicos más allá de los circuitos tradicionales
- Alianzas con otras marcas y sectores proyectando a España como una marca país integral

#### **Acción DIPLOMÁTICA**

- Consolidar el nivel de influencia de nuestro poder suave *-soft power-*
- Reforzar los lazos e intercambios culturales con otros países
- Fomentar el multilateralismo a través de la cultura: diplomacia cultural española como herramienta para la paz, el entendimiento y la cooperación
- Promover los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial

España ya goza de un alto reconocimiento internacional por su identidad cultural, ubicándose sistemáticamente entre los países con mayor influencia de poder suave, gracias a la fuerza de su cultura, idioma, valores y marcas asociadas al ocio, turismo, deporte y figuras del entretenimiento como el cine y la música.

Para consolidar este reconocimiento se debe incrementar la presencia institucional de la cultura española en el exterior mediante la red de embajadas y centros culturales, el apoyo a actividades artísticas, programas de capacitación y preservación, iniciativas de intercambio y colaboración, fortaleciendo los programas ya existentes como el PICE, y adoptando aquellos elementos de modelos de “irradiación cultural” (el *rayonnement* francés) de entornos cercanos que resulten de interés para el Plan.

Para ello, es fundamental coordinar una estrategia de marca país que comunique los valores de modernidad, tolerancia, inclusión, apertura, diversidad y creatividad asociados a España. Hay que continuar trabajando para superar los estereotipos reduccionistas y visibilizar la pluralidad territorial y cultural en la proyección internacional, integrando tanto símbolos reconocibles como expresiones menos conocidas.

Al consolidar el poder suave, se aprovechará más y mejor el prestigio y la atracción cultural de España como influencia positiva efectiva sobre la opinión pública, los mercados exteriores y los actores institucionales de otros países. Las acciones culturales de la red de Embajadas, centros culturales de AECID, Colegios de España, Instituto Cervantes, tienen un papel fundamental en este sentido para fortalecer las relaciones diplomáticas.

### **Acción ECONÓMICA**

- Promover la proyección internacional de todos los sectores creativos y culturales: visibilidad equitativa y diversidad sectorial
- Aumentar la exportación de bienes y servicios culturales y la proyección de nuestros creadores y creadoras, gestores culturales, empresas e industrias

El Plan garantizará que la presencia de la cultura española en el exterior sea plural, inclusiva y representativa de toda su creatividad y patrimonio, de su diversidad de expresiones, disciplinas y lenguas, y que no se limite a unos pocos ámbitos fuertes en la actualidad, sino que incluya de manera proporcional y coordinada a todos los sectores culturales y creativos: música, artes escénicas, artes plásticas y visuales, diseño, videojuegos, patrimonio, artesanías, etc.

Se desarrollarán políticas públicas y estrategias coordinadas entre organismos para repartir recursos, apoyos y presencia internacional de manera equilibrada entre todos los sectores.

Para lograr estos objetivos, es imprescindible adaptar la internacionalización a los nuevos escenarios digitales y a los cambios en el mercado cultural global, facilitando el acceso de todos los sectores a plataformas, ferias y circuitos internacionales.

## **Acción IDIOMA: EL ESPAÑOL, LENGUA DE CULTURA**

- Aumentar el posicionamiento internacional, conocimiento e interés de la creación cultural en español aprovechando la capacidad de impacto del idioma
- Incluir el español y sus lenguas cooficiales en escenarios de excelencia: organismos internacionales, instituciones académicas, universidades, ciencia, tecnología, IA, grupos profesionales

Estos objetivos se refieren a una estrategia de proyección cultural y económica que parte del valor geopolítico, demográfico y simbólico del idioma español como una de las principales herramientas del *poder suave* de España en el mundo por su capacidad como vehículo de expresión, transmisión cultural y motor económico.

El español es oficial en más de 20 países, repartidos entre Europa, África y América, y se aprende en 111 países como lengua extranjera. Es uno de los seis idiomas oficiales de la ONU, y la lengua más usada en los organismos de integración americana e iberoamericana. En el mundo hay cerca de 520 millones de personas hablantes nativas en español (la tercera lengua por demografía nativa tras el mandarín y el indí), y casi 635 millones de hispanoparlantes contando a las no nativas. Reconocer su importancia cultural y promover su uso en diversos ámbitos contribuye a fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia de sus hablantes.

El español, con un léxico de más de 93.000 palabras en su diccionario según la RAE, es una palanca de influencia y expansión cultural y se debe potenciar la creación y difusión de contenidos en español, así como promover la traducción y adaptación de obras a otros idiomas para ampliar su alcance global.

Según proyectan diversos estudios, en 2060, Estados Unidos será el segundo país con la comunidad hispanohablante más grande del mundo, por detrás de México, con casi un 30 % de población hispana. El Índice de Desarrollo Humano de los países de habla hispana y el volumen de sus exportaciones, sitúan al español como la tercera lengua más importante en el ámbito internacional.

El Plan tratará de consolidar la presencia del español en organismos internacionales y en la diplomacia multilateral, impulsando su uso como idioma de prestigio en foros, publicaciones y negociaciones internacionales. Las lenguas cooficiales de España (catalán, euskera, gallego, valenciano) aportan un alto valor al país y a las acciones en el exterior desde distintas perspectivas:

- Patrimonio cultural y diversidad: Las lenguas cooficiales son parte esencial del patrimonio cultural español y europeo y representan la riqueza y pluralidad de España, expresando historias, tradiciones y modos de ver únicos
- Identidad y cohesión social: Cada lengua cooficial es un pilar de la identidad colectiva de su comunidad y contribuye a la cohesión social. Su promoción refuerza el sentido de pertenencia y autoestima cultural de los hablantes
- Derechos lingüísticos y ciudadanía: El uso público y oficial de las lenguas cooficiales amplía los derechos de sus hablantes, permitiendo ejercitar la ciudadanía en igualdad de condiciones
- Valor simbólico e institucional: La presencia de estas lenguas en escenarios institucionales tiene un gran efecto simbólico, refleja la realidad plural de España e impulsa la representación e integración de todas las comunidades lingüísticas

El Plan difundirá la diversidad lingüística en la programación cultural y académica y promoverá la participación activa de creadores, artistas, educadores y científicos que utilicen las lenguas cooficiales en eventos internacionales. En este sentido, fomentará las colaboraciones con festivales consolidados para incluir actividades multilingües que den visibilidad a la diversidad lingüística de España.

### **Acción COOPERACIÓN CULTURAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

- Fortalecer la cooperación cultural para el desarrollo sostenible, con incidencia en la concepción de la cultura como un derecho humano

Este objetivo específico se traduce en el Plan en acciones concretas como:

Contribuir a la mejora de la conservación y gestión sostenible del patrimonio cultural, como parte del desarrollo humano de las comunidades portadoras

Promover el fortalecimiento de las capacidades en todos los ámbitos de la cultura en los países socios de la Cooperación Española a través de la formación y la capacitación de actores y gestores culturales de instituciones públicas y privadas

Fortalecer las industrias culturales locales y crear espacios de diálogo e intercambio bilateral, apoyar a los creadores locales y facilitar el acceso democrático a la cultura en los países donde está presente la Red de Centros Culturales.

Día del Libro organizado por la Embajada junto con el Instituto Cervantes de Manila (Filipinas). El Día del Libro ► forma parte desde 2007 del calendario de eventos organizados por la Embajada junto con el Instituto Cervantes. En esta edición, en la que participaron también las embajadas argentina, chilena, colombiana y mexicana, hubo 36 casetas en las que las editoriales y librerías de la capital presentaron sus productos y regalaron rosas a sus clientes. Asistieron unas 6500 personas. Foto cortesía de AECID.

# 3 Acciones específicas del plan 2026-2028



## 3.1 Hitos

**2026**

**AÑO DUAL ESPAÑA-INDIA**

**250 AÑOS DE LA CREACIÓN  
DE LOS EEUU**

**XXX CUMBRE IBEROAMERICANA**

**BIENAL INTERNACIONAL DEL LIBRO  
DE SÃO PAULO: España país invitado**

**NUEVA SEDE DEL INSTITUTO  
CERVANTES EN SEUL**

**2027**

**EXPOSICIÓN INTERNACIONAL  
DE BELGRADO**

**CENTENARIO DE LA  
GENERACIÓN DEL 27**

**CUATRIENAL DE PRAGA**

**2028**

**AÑO GOYA**

**MÚSICA EN ESPAÑOL,  
MÁS UNIVERSAL QUE  
NUNCA (2026-2028)**

2026

## 1. AÑO DUAL ESPAÑA-INDIA



▲ “La creación de Kijote Kathakali”. Presentación de la publicación sobre el proceso de creación de la obra Kijote Kathakali coeditada por el Instituto Cervantes, DC Books y Casa de la India.

Se trata de una edición trilingüe (español, inglés, malayalam) que recoge varios ensayos sobre la adaptación del Quijote al teatro Kathakali del sur del país, y que se presentará en el Kerala Literature Festival 2026 de Nueva Delhi.

En 2026 tiene lugar el Año Dual España-India, una iniciativa de los gobiernos de ambos países para visibilizar y reforzar su estrecha relación. Con motivo del 70 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre los dos países, este año está dedicado a la cultura, el turismo y la inteligencia artificial. Es una celebración diversa y estratégica, que trasciende lo cultural y refuerza el papel de España como socio clave de India en el escenario asiático.

La designación de 2026 como Año Dual España-India, fue acordada conjuntamente por el Primer ministro, Narendra Modi, y el Presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, durante la celebración del IV Foro España-India de la Fundación Consejo España-India en Mumbai en 2024.

El Año Dual es una herramienta de diplomacia pública y una oportunidad para ampliar el conocimiento de entre ambos países, conectar diásporas, y sentar las

bases para un aumento de los intercambios a todos los niveles. A lo largo de todo el año 2026 se desarrolla una agenda bilateral en torno a tres ejes temáticos:

- Cultura.
- Turismo
- Inteligencia artificial.

La Declaración Conjunta de ambos mandatarios destacó que ambos países «harán el máximo esfuerzo para impulsar la presencia cultural del otro en sus museos, ferias de arte, festivales de cine, literatura, encuentros de arquitectos y círculos de debate y pensamiento». Además, «se prestará especial atención a vías para incrementar los flujos turísticos, promover inversiones recíprocas y compartir experiencias en áreas como hospedaje, arquitectura, cocina, marketing, tanto en el turismo urbano como rural».

El Año Dual impulsa una cooperación de amplio espectro, que abarca otros sectores clave como la industria, la inversión, la educación, el agua, la salud, las energías renovables, la infraestructura o la agroindustria.

**El Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y el Ministerio de Cultura** a través de sus organismos dependientes, tiene programadas diversas acciones:

En enero de 2026, gracias a la **colaboración entre Instituto Cervantes, AECID y Ministerio de Cultura**, una delegación de escritores y editores españoles estuvo presente en la New Delhi World Book Fair (10–18 de enero), y en el Jaipur Literature Festival (15–19 de enero).

España participó, con la presencia del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, en la *India-AI Impact Summit 2026* (19-20 febrero) en Delhi (Cumbre de líderes sobre Inteligencia Artificial) con un diálogo/presentación/mesa redonda sobre el enfoque español/europeo en este asunto en relación con el sector audiovisual.

En el marco del festival *Waves Film Bazaar* de Mumbai, se acordó (en noviembre de 2025) la elaboración conjunta del Plan de Acción España-India 2026. Dicho plan contempla el fomento de nuevas coproducciones audiovisuales, el intercambio de contenidos, la presencia en mercados clave, programas de movilidad académica y profesional, así como la cooperación entre festivales y eventos de ambos países.

España será “Focus Country” (País de Honor) en el *International Film Festival of India 2026* que se celebra en Goa a finales de noviembre. Un hito para España, ya que tras más de una década estrechando lazos con la industria audiovisual india, nunca había sido hasta ahora país invitado en este festival, uno de los más relevantes de Asia.

En España, en febrero, **Filmoteca Española y la Academia de Cine** acogió IndiaIndie Muestra de Cine Independiente de la India, showcase con lo mejor del cine independiente de India.

En marzo, con la colaboración de la *Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya*, ICAA organizó en Terrassa (Barcelona) la reunión de guionistas/ laboratorio “Historias que viajan”.

En septiembre, **India será País Invitado en el Festival de San Sebastián**, donde se organizará una reunión de coproducción, para el sector industrial, con presentación de varias líneas financieras de ambos países, talleres y presentaciones de proyectos indios y españoles. El evento de gala institucional contará con la participación de las autoridades de ambos países, así como con el estreno de una película india, y actuaciones con celebridades de ambos países.

La **Spain Film Commission** – que forma parte de la comisión bilateral para el Tratado de coproducciones del grupo de trabajo audiovisual para el año dual – ha favorecido y coordinado la participación de India en FITUR Screen (enero, 2026), con presencia destacada del estado de Madhya Pradesh, reconocido por su creciente apuesta por la industria audiovisual y el turismo, que se vincula a la metodología y los resultados del Programa Experiencias, proyecto de turismo de pantalla desarrollado por Spain Film Commission para hacer de España un país referente en el sector.

El dinamismo del sector audiovisual está generando nuevas oportunidades de colaboración, reflejadas ya en coproducciones destacadas entre ambos países como la primera coproducción España-India, ‘Mudras’, codirigida por la española María Salgado y el indio Bobbi Bedi, que se estrena en 2026 con la colaboración de RTVE, y que abre y consolida el camino para futuros proyectos.

En colaboración con el **Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música**, se ha programado la representación de ‘Teatro con memoria: El mar. Visión de unos niños que no lo han visto nunca’, dirigida por Xavier Bobés y Alberto Conejero. Se representará en Nueva Delhi y la actividad estará acompañada de una master class con los directores.

Otras iniciativas:

- Coloquio “El cómic español desde la mirada feminista”.

**AECID**, en colaboración con **AC/E** gestiona varias iniciativas en el ámbito de las artes plásticas, siendo las más significativas:

- La exposición 'Antoni Tàpies' en la National Gallery of Modern Art (Delhi), que tendrá lugar en el último trimestre del año y hasta febrero de 2027.
- La exposición fotográfica 7X7, con motivo del 70º aniversario de las relaciones entre España e India destaca la riqueza y versatilidad de la fotografía española contemporánea y reúne las miradas de siete artistas españoles contemporáneos (cada uno con siete obras fotográficas) en torno a conceptos como la diversidad, la memoria y la transformación del territorio y la identidad. Con piezas de Jorge Arévalo, Julia Carbonell, David Expósito, Lucía Herrero, Bandia Ribeira, Laura Silleras y Virginia Villacisla.
- Diálogo España-India – “Mujeres y Cultura: Literatura y Traducción”. Se trata de una propuesta de enorme valor simbólico y cultural sobre el papel de las mujeres en la creación literaria, la traducción, la gestión cultural y el pensamiento crítico. El Diálogo incluirá escritoras, traductoras, gestoras culturales, directoras de universidades y líderes de instituciones de ambos países, con el objetivo de: Reforzar el eje cultural del Año Dual, visibilizar la aportación femenina en ambos países, difundir la riqueza de la traducción como puente entre España e India.
- Bienal Kochi – Muziris. Se trata de la bienal de arte más relevante de India. Incluyó dos exposiciones de videoarte de catálogo AECID: *Body, sexuality and image*. Incluye el trabajo de 6 artistas contemporáneos.  
*Colonial mentality*: sobre cómo la mentalidad colonial aún está presente en nuestra vida cotidiana. Esta última itineró posteriormente, viajando a Nueva Delhi.

El **Instituto Cervantes** de Nueva Delhi es el que tiene mayor volumen de horas por alumno del mundo, con 234.000 alumnos, y su crecimiento se perfila como una herramienta clave para mejorar el conocimiento mutuo y proyectar la imagen innovadora y tecnológica de España en India.

El Cervantes coordina, también en la Bienal de Kochi – Muziris antes mencionada, la residencia *Espacios Ocupados* (febrero – marzo) con una performance al finalizar la misma.

En el ámbito de la literatura, en noviembre de 2026, el Cervantes presentará la *Antología* de poesía española actual, coeditada con la editorial india *Copper Coin* en inglés, hindi y marathi, en el *Mumbai Literature Festival*, en colaboración con el colectivo Poetry Wala / Paper Wall Publishing. Se realizará, además, un recital en el *Delhi Poetry Festival*.

En noviembre, el Instituto Cervantes participará en el *Manorama Hortus—Kerala's art & literature festival*, con la asistencia de poetas españoles vinculados al programa Voces Iberoamericanas de Poesía. En este contexto se proyectará el ciclo del Instituto Cervantes 'Creadoras teatrales españolas', ya que el festival acoge actividades de diversas disciplinas artísticas.

En cine, está previsto el ciclo 'Dibujos cinematográficos. Adaptaciones de cómic y novela gráfica en el cine español', que se presentará en el marco del *Brahmaputra Film Festival* (Assam) y dentro de la iniciativa *Spanish Film Caravan* durante el mes de diciembre de 2026.

Otros proyectos multidisciplinares coordinados por el Cervantes son:

- Presentación de 'Paredes que hablan. Ilustración contemporánea española e india', cuatro intervenciones artísticas en la sede del Instituto Cervantes en Delhi a lo largo de 2026, con la participación de ilustradores/as indios/as y españoles/as, en colaboración con la revista Creative Gaga.
- 'España baila'. Danza contemporánea, en junio de 2026, en el marco del Mes del Orgullo, junto con una residencia artística en colaboración con el NIV Arts Centre.
- Estreno de la producción teatral *Baba Quijote Singh*, a cargo de la compañía Kaivalya Plays, vinculado al Congreso sobre Estudios de India en España, con posible colaboración de la Embajada de España.
- Congreso Mundial de flamenco del instituto cervantes en Asia, con concierto de La Tremendita junto a artistas indios previsto para octubre de 2026, en colaboración con la **Embajada de España y Turespaña**.
- Participación en la *India Art Fair* (febrero–abril de 2026) mediante mesas y paneles dedicados al intercambio cultural y el programa Mujeres al frente de colecciones de arte en España (y en India) y la exposición *Studiolo. Colección de Candela A. Soldevilla*, incorporando obras de artistas indios de coleccionistas locales.
- Exposición 'Entretelas: diálogos entre pintura abstracta y textil (1940–1980)', programada entre finales de septiembre y finales de noviembre de 2026.

El Hispanismo y los estudios de India en España ocuparán parte de la agenda del Año Dual, en la que se celebrará la Tribuna España–India (mayo de 2026), en la sede del Instituto Cervantes en Madrid, acompañada de mesas redondas vinculadas a diversas áreas culturales. La delegación de hispanistas participantes se trasladará posteriormente a Valladolid, donde mantendrá un programa propio organizado conjuntamente por la Universidad de Valladolid, el Ayuntamiento de Valladolid y la Casa de la India.

Igualmente, el Cervantes organizará el Congreso sobre Estudios de India en España, los días 8 a 10 de diciembre de 2026 en el Instituto Cervantes, promovido por la Asociación Española de Estudios Interdisciplinarios sobre India en colaboración con diversas instituciones españolas e internacionales.

En esta línea, el **Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes** tiene previsto realizar formación presencial a profesorado indio que imparta lengua (localizaciones por determinar) española dentro del sistema reglado de enseñanza no universitaria.

El rico ecosistema de startups ocupará un lugar destacado en la agenda del Año Dual con la organización de reuniones bilaterales, gracias a la colaboración de entidades como el **CDTI** e **ICEX**, lo que supone una gran oportunidad para desarrollar instrumentos de inversión cruzada.

**Turespaña** ha reforzado su cooperación turística con India en Fitur 2026, la Feria Internacional de Turismo que IFEMA organiza anualmente en Madrid, y en la que Elena Orland, consejera de Turismo en India y directora de la Oficina de Turismo de España en India, participó con el objetivo de identificar oportunidades de promoción en el mercado del país asiático. Orland también visitó el pabellón 'Incredible India', donde destacó la sólida participación institucional y del sector privado de la India, lo que demuestra el interés en colaborar con España y otros mercados europeos.

Asimismo, una delegación técnica de las administraciones turísticas de ambos países celebró una primera reunión en el marco del Año Dual España-India. Este encuentro brindó la oportunidad de identificar áreas de interés común en ámbitos estratégicos clave como la conectividad aérea, la colaboración con el sector turístico privado y el intercambio de conocimientos y buenas prácticas en sostenibilidad turística y digitalización.

A lo largo de 2026, de manera mensual, se celebrará la presentación por la **Fundación Consejo España India (FCEI)** de los 9 documentos temáticos del Informe España-India. Estas presentaciones articularán un ciclo de referencia para gobiernos, empresas y centros de conocimiento; revisarán la evolución de las prioridades bilaterales desde 2020 e incorporarán análisis comparados, casos de éxito y recomendaciones de política pública. Cada lanzamiento se acompañará de un diálogo sectorial con la participación de expertos indios y españoles, reforzando el posicionamiento de España en las conversaciones estratégicas del país.

Casa Asia y la FCEI organizarán un Encuentro España-India sobre Oportunidades económicas en colaboración con *Invest in India* y ACCIÓ. La cita se replicará en Madrid.

Igualmente, la Fundación tiene prevista la celebración de la X Edición del Programa de Líderes Indios, la invitación a profesionales destacados de India a conocer de primera mano las instituciones, empresas y centros de innovación más relevantes de España para crear vínculos duraderos, impulsar el entendimiento mutuo y favorecer futuras alianzas bilaterales en ciencia, innovación y talento. En colaboración con el CDTI, la Fundación Ramón Areces y la Unidad de Diplomacia Científica de AECID, el programa se centraría en innovación aplicada, IA, salud digital y transferencia de conocimiento, incorporando visitas y sesiones de trabajo con instituciones líderes españolas.

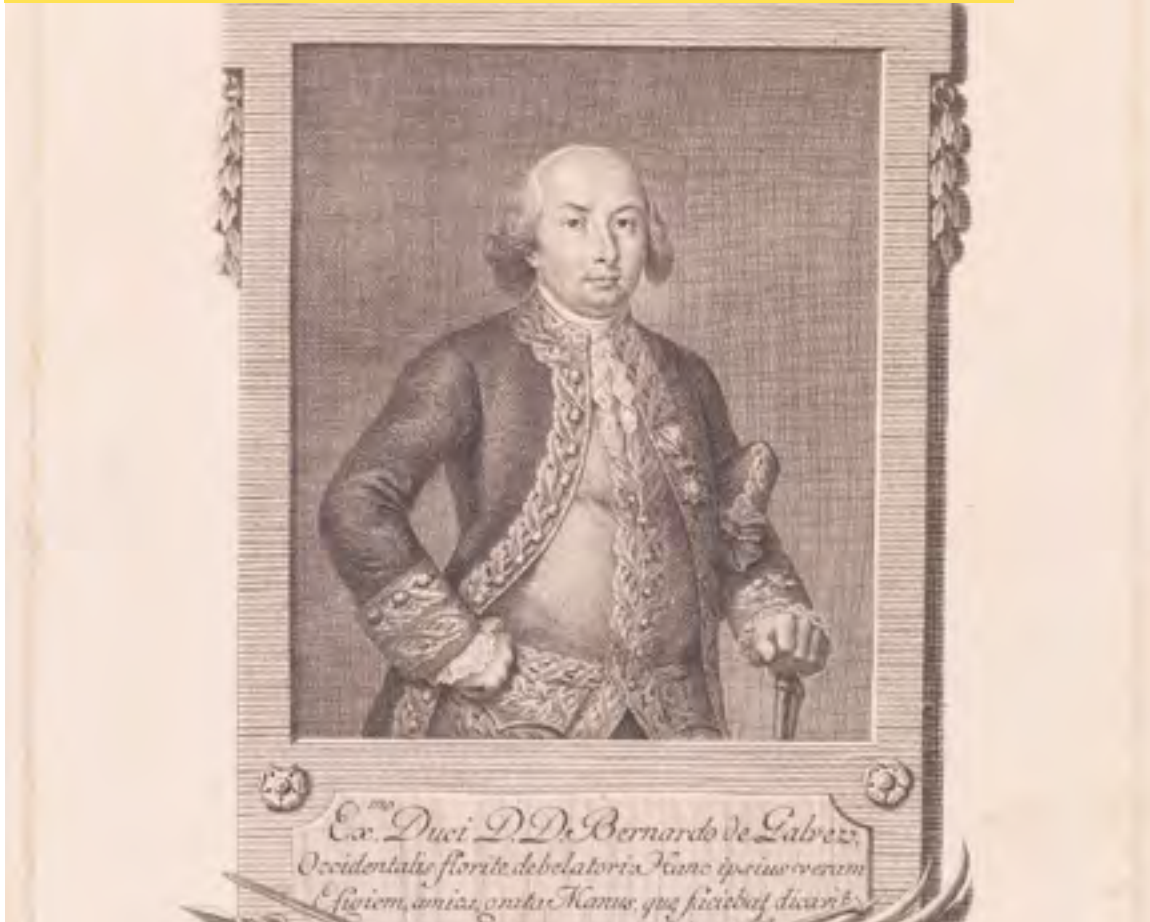
**RTVE**, por su parte, tiene prevista una programación especial en sus canales y plataformas digitales que incluye, entre otros formatos, el documental “España-India=70 años de diálogo”, un recorrido histórico desde los inicios de las relaciones diplomáticas entre ambos países hasta nuestros días, con testimonios de diplomáticos, artistas, científicos y ciudadanos de ambos países. Además, la televisión pública programará un ciclo de cine indio contemporáneo en La2 y RTVE Play; y un programa que explorará cómo India y España están usando la IA en sanidad, transporte, educación y cine.

Más info:

[spain-india.org](http://spain-india.org)

[spain-india.org/es/ano\\_dual\\_articulo/calendario\\_de\\_actividades](http://spain-india.org/es/ano_dual_articulo/calendario_de_actividades)

## 2. 250 AÑOS DE LA CREACIÓN DE LOS EEUU



▲  
Título: Bernardo de Gálvez, 1781 / Talla dulce: aguafuerte y buril / Procedencia: Colección José María Cervelló, 2003. / Autores: Manuel Salvador Carmona -Grabador-; Simón Brieva -Grabador-; Joaquín Inza -Dibujante-  
Imagen cortesía del Museo de El Prado.

Bernardo de Gálvez (Málaga, 1746–1786) fue un militar y político español, gobernador de la Luisiana, clave para la independencia de EE.UU. Su importancia radica en liderar la campaña militar del sur contra los británicos (1779-1781), destacando la toma de Pensacola, lo que impidió que Inglaterra estrangulara a las colonias rebeldes desde el Golfo de México.

El 4 de julio de 2026 se celebra el 250 aniversario de la Declaración de Independencia de los Estados Unidos. La celebración por parte de España pone de manifiesto la importante ayuda que España brindó a las colonias americanas durante su guerra de independencia. Esta ayuda incluyó recursos económicos, militares, suministros y entrenamiento, siendo reconocida por figuras como George Washington como crucial para la victoria. La conmemoración busca fortalecer los lazos entre ambas naciones, reconociendo el pasado compartido y proyectando un futuro de colaboración.

El **Ministerio de Cultura** ha programado ya varias acciones conmemorativas en el marco de cooperación internacional España-EEUU sobre la protección del patrimonio cultural subacuático. Este marco se formaliza a través de dos Memorandos de Entendimiento firmados con dos instituciones de la administración estadounidense como son la NOAA (*National Oceanic Atmospheric Administration*) y el *National Park Service*.

En este sentido, se ha abierto una línea de colaboración específica con la ciudad de St. Augustine en el estado de Florida para la organización de la exposición temporal 'Naufragios españoles en Florida. Una historia bajo el mar' que se podría llevar a cabo en 2027 en el centro de visitantes de la ciudad. El proyecto de exposición contempla la participación de piezas procedentes de las colecciones de la universidad de Tallahassee junto con réplicas y material documental y audiovisual o interactivo.

En la misma ciudad se celebrará el Congreso Internacional de Patrimonio Subacuático, en colaboración con el Ayuntamiento de St. Augustine y la *Spanish USA Foundation*, un seminario internacional sobre arqueología subacuática y las relaciones históricas entre España y Estados Unidos que se completará con una exposición de arqueología subacuática. El evento contará con la participación de expertos arqueólogos subacuáticos, UNESCO, etc., y abordará el estado actual de la arqueología subacuática desde los principios establecidos en la Convención de la UNESCO de 2001, con especial atención a los trabajos realizados en la zona de Florida.

El Ministerio de Cultura, a través de la Subdirección General de Relaciones Internacionales y UE, ha lanzado la convocatoria 2026 del Programa HISPANEX de ayudas para personas físicas en el ámbito universitario extranjero para la promoción exterior de la lengua y cultura españolas. Se buscarán fórmulas que ayuden a potenciar aquellos proyectos promovidos por hispanistas u otros investigadores en el ámbito universitario estadounidense que contribuyan al fortalecimiento del vínculo hispano-norteamericano.

El **Instituto Cervantes** desarrollará el **Observatorio del español y las culturas hispanas en EEUU, de la Universidad de Harvard**. El observatorio es un centro de investigación dedicado al estudio del español en Estados Unidos, tanto en su dimensión lingüística como cultural. El Observatorio sirve de foro internacional de análisis y debate entre expertos de la universidad de Harvard y otras universidades estadounidenses, así como de España e Hispanoamérica. Para ello, encarga y publica estudios, patrocina proyectos y celebra actividades tanto culturales como académicas con el objetivo de promover el conocimiento y el prestigio de la lengua y las culturas hispánicas en el contexto estadounidense.

Dentro de su programación, destaca la dedicada a la coexistencia del español con otras lenguas en el contexto multilingüe y multicultural del país norteamericano, así como a la producción literaria, artística e intelectual en español y a su difusión tanto en esta lengua como en traducción al inglés, como demuestra su reciente publicación, en 2024, '*New Perspectives on Hispanic Cultures: La traducción entre el español y el inglés en los Estados Unidos*'.

Las artes plásticas también tienen su espacio en la agenda de la conmemoración: En 2025 se cumplirán 50 años de la apertura al público de la Fundació Joan Miró, una ocasión idónea para visitar la figura y la obra de este artista. Por este motivo,

la Fundación Joan Miró, con la contribución de **AC/E**, han organizado la exposición 'Miró y los Estados Unidos' en colaboración con la Phillips Collection de Washington, siendo ambas entidades las que acogerán el proyecto en sus salas, de octubre de 2025 a febrero de 2026 en Barcelona, y de marzo a julio de 2026 en Washington.

**TurEspaña** realizará unas jornadas de apoyo a la comercialización durante el segundo semestre del año, con el objetivo de impulsar la internacionalización del sector turístico español y en las que participarán representantes de destinos y empresas turísticas españolas y profesionales del sector turístico local, turoperadores y agencias. Estas jornadas priorizarán la promoción de productos y experiencias turísticas de alto valor añadido, dirigidos a atraer visitantes interesados en nuestra oferta cultural.

Más info:

[america250.org](http://america250.org)

### 3. XXX CUMBRE IBEROAMERICANA



## 5 y 6 de noviembre de 2026

La próxima Cumbre Iberoamericana de jefas y jefes de Estado y de Gobierno se celebrará en noviembre en Madrid bajo el lema *Juntos construimos nuestra comunidad. Juntos la proyectamos hacia el futuro y hacia el mundo.*

España ha asumido, por consenso de toda la Comunidad Iberoamericana, el mandato de albergar la XXX Cumbre Iberoamericana en 2026, cuando se cumplirán 35 años del nacimiento de la Comunidad.

Desde la primera reunión celebrada en Guadalajara, México, en 1991, España ha desempeñado un papel fundamental en la creación y desarrollo de las Cumbres Iberoamericanas y ha sido un motor de este foro, apostando por fortalecer los lazos históricos, culturales y económicos entre Europa e Iberoamérica.

Las cumbres iberoamericanas son uno de los foros políticos más relevantes en el ámbito de la cooperación multilateral entre los países de habla hispana y portuguesa en la península y América. Este evento reúne a los jefes de Estado y de Gobierno de los países de Iberoamérica con el objetivo de fortalecer la colaboración, abordar desafíos comunes y aprobar el Plan de Acción Cuatrienal de la Cooperación Iberoamericana 2026-2029, lo que le conferirá una relevancia adicional.

El Gobierno de España ha asumido la Secretaría Pro Tempore (SPT) de la Conferencia y trabajará para reafirmar y consolidar la comunidad iberoamericana, un espacio con un sólido patrimonio común; y apostará por su presencia en sectores como la ciencia y la Inteligencia Artificial. Igualmente, ahondará en una financiación al desarrollo más justa.

La cultura es una herramienta estratégica para fortalecer la identidad regional iberoamericana. El acervo cultural común es reflejo de nuestras raíces históricas comunes y los principios y valores que compartimos. Constituye pues un patrimonio colectivo que celebra la diversidad étnica, cultural y el multilingüismo como base de nuestra comunidad y de nuestra proyección individual. Durante la cumbre, España organizará un programa cultural para celebrar la riqueza de este patrimonio común.

En la XXX Cumbre Iberoamericana, por iniciativa de España, se actualizará la actual Carta Cultural Iberoamericana para responder a los retos del sector cultural en ámbitos como la equidad de género, la diversidad, la transformación digital, los derechos culturales y la conexión entre cultura, clima y sostenibilidad. El proceso de actualización de la Carta es participativo, bajo la coordinación de la **Secretaría General Iberoamericana (SEGIB)** junto con la **Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)**. Fue la XXII Conferencia Iberoamericana de ministras y ministros de Cultura, celebrada en Barcelona en septiembre de 2025 con el **Ministerio de Cultura** de España como anfitrión, la que concluyó con una declaración conjunta que instaba a la Cumbre a la actualización de la Carta.

El documento, consensuado por 22 países, aborda entre otros temas:

- Apoyar a las industrias culturales y creativas: se ha ratificado el compromiso con el Programa Iberoamericano de Industrias Culturales y Creativas (PIICC), de la OEI, fomentando la economía creativa y la protección de la propiedad intelectual.
- Impulsar nuevas iniciativas regionales: se ha acordado avanzar en la formulación de un Estatuto Iberoamericano de la Persona Artista y Trabajadora de la Cultura, fortalecer el Programa de Rutas e Itinerarios Culturales Iberoamericanos, ambas a instancias de la OEI.
- Crear, en el ámbito de trabajo de la SEGIB, un nuevo programa de cooperación sobre formación y gestión cultural.
- Avanzar en derechos culturales y diversidad: los países se han comprometido a consolidar políticas públicas que garanticen la diversidad cultural, la equidad de género, la pluralidad lingüística y la libertad artística.

Igualmente, a través de la OEI, España actualizará las bases y misión del Observatorio Iberoamericano de Cultura (OIBC), una iniciativa de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), surgida en la XVIII Conferencia Iberoamericana de Ministros de Cultura, celebrada en Cartagena de Indias, Colombia en 2016. El OIBC contribuye a fortalecer las relaciones entre proyectos y profesionales del sector, fomentar las relaciones de cooperación cultural a nivel nacional y regional e internacional y contribuir a reforzar el proceso de construcción del espacio cultural compartido planteado en la Carta Cultural Iberoamericana.

En el entorno Iberoamericano, el **Ministerio de Cultura** realiza acciones como el programa Ibervideojuegos. Siguiendo la estela de otros programas Iber, es una iniciativa de cooperación iberoamericana para el desarrollo del videojuego como sector estratégico, así como herramienta para la promoción y el desarrollo de servicios productivos innovadores. El compromiso económico del Ministerio de Cultura es aportar 50.000 euros anuales a partir de 2026. A fecha actual, se han adherido al programa Argentina, Chile, España, Costa Rica, Brasil y Uruguay. Como países invitados (con intención de adhesión) México y República Dominicana.

El **Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes** ha organizado, en mayo de 2026 en Barcelona, la XXIX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Educación, un paso muy relevante en la agenda educativa internacional. Con representantes de veinte países, el encuentro abordará la formación profesional (FP), la inteligencia artificial y la equidad educativa. Esta cumbre se centra en la transformación educativa y la sostenibilidad, y estará enmarcada en el año en que España acoge la XXX Cumbre Iberoamericana.

Más info: [segib.org/madrid-sera-la-sede-de-la-xxx-cumbre-iberoamericana-de-jefas-y-jefes-de-estado-y-de-gobierno](https://segib.org/madrid-sera-la-sede-de-la-xxx-cumbre-iberoamericana-de-jefas-y-jefes-de-estado-y-de-gobierno)

## 4. BIENAL INTERNACIONAL DEL LIBRO DE SÃO PAULO: España país invitado de honor



▲ Imagen cortesía de la Bienal Internacional del Libro de Sao Paulo. Edición de 2025.

### **Del 4 al 13 de septiembre de 2026**

La Feria Internacional del Libro de São Paulo, organizada por la Cámara Brasileña del Libro (CBL), es uno de los mayores eventos literarios de América Latina, una gran cita multicultural donde las principales editoriales, librerías y distribuidoras del país presentan sus catálogos y lanzamientos, y donde empresas y profesionales de los más diversos segmentos del universo editorial, establecen contactos y concretan negocios, además de mantener un contacto directo con el público lector.

En la Feria habrá nueve espacios culturales oficiales del evento con más de 100 horas de programación (institucional, cultural, y, por supuesto, profesional-literaria) y participarán más de 330 autores internacionales. El evento contará con más de 150 expositores, entre editoriales, librerías, distribuidores y editoriales independientes.

España es el país invitado de honor de esta 28ª edición y esta presencia estará comisariada por la escritora Marta Sanz, que destacará en su propuesta la rica diversidad cultural y literaria de América Latina y en cuyo programa tendrán cabida todas las lenguas del estado, y todos los géneros literarios (novela, poesía, cómic,

etc.), destacando la programación de talleres, recitales poéticos y laboratorios específicos de literatura infantil y juvenil. El programa literario contará con más de veinte autores españoles.

La participación de España como País Invitado de Honor tiene como objetivos:

- Fortalecer la presencia de países extranjeros en el mercado editorial latinoamericano, especialmente en Brasil.
- Ampliar la exportación de libros y los derechos de autor entre Brasil y el Invitado de Honor.
- Difundir a nivel nacional los programas institucionales del Invitado de Honor para ampliarla presencia de su literatura en Brasil y América Latina.
- Posibilitar el intercambio entre escritores, editores, críticos literarios y del público en Brasil y en el extranjero, promoviendo el interés por la producción de proyectos interactivos entre autores y editores brasileños y el Invitado de Honor.
- Estimular el talento, el esfuerzo individual, la creatividad y la originalidad en el panorama literario brasileño y del Invitado de Honor a través de su valorización a nivel mundial.

En paralelo, también se realizará un intenso programa cultural de conciertos, espectáculos teatrales, exposiciones temporales, y se celebrarán los centenarios de autores como José Manuel Caballero Bonald. Actividades que tendrán lugar en el pabellón de España, pero también llegarán a la ciudad de Sao Paulo y a todo el país, gracias a la colaboración del Instituto Cervantes y del Colegio Español en Sao Paulo.

La participación española estará coordinada por la Dirección General del Libro, del Cómic y de la Lectura del **Ministerio de Cultura**, en colaboración con **Acción Cultural Española (AC/E)**, la **Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)** y el **Instituto Cervantes**.

Tal y como establece la resolución del 16 de febrero de 2026 publicada en el BOE, para coorganizar el proyecto «España país invitado de honor en el 28 Bial Internacional del Libro de São Paulo (Brasil)», “la participación de España como invitado de honor en la Bial del Libro de Bial Internacional del Libro de São Paulo es un proyecto de Estado, que trasciende al sector editorial y a las letras españolas, para convertirse en un instrumento la proyección cultural de España en Brasil, por lo que el Ministerio y AC/E han acordado colaborar en su organización para transmitir en el exterior la fuerza de la cultura española representada en el sector del libro y mejorar el conocimiento en el extranjero de la literatura española.”

AC/E, además, estará a cargo del pabellón/stand de España en la Bial, un espacio de cerca de 500m<sup>2</sup>.

La participación de España en la Bial del Libro de São Paulo como País Invitado

de Honor se enmarca en la estrategia de internacionalización del libro desarrollada por el Ministerio de Cultura, a través de la Dirección General del Libro, del Cómic y de la Lectura, que desde 2021 ha desarrollado una amplia presencia en los principales eventos internacionales del sector. Así, en enero de 2026 España es País Foco en la Feria Internacional del Libro de Nueva Delhi, y el pasado octubre la Feria Internacional del Libro de Nueva York contó con una amplia presencia española promovida por el Ministerio de Cultura. En 2022, España fue País Invitado de Honor en la Feria de Frankfurt, la más importante del mundo.

En el caso de los países de América Latina, España fue País Invitado de Honor en la Feria del Libro de Guatemala en julio de 2025, en la Feria Internacional del Libro de Bogotá (Colombia) en abril de 2025, y en 2024 también fue País Invitado en la Feria Internacional del Libro de Panamá y en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (México).

Además, también se ha puesto el foco en mercados especializados como el del cómic, con la reciente participación de España como País Foco en el Festival Internacional del Cómic de Angulema, en Francia, a comienzos de 2025.

Para 2027-2028, el Ministerio de Cultura está trabajando para que España sea invitada de honor en la Feria del Libro de Buenos Aires (Argentina) y en la Feria del Libro de Tesalónica (Grecia).

Entre las medidas de las que dispone el Ministerio de Cultura para la internacionalización del sector del libro español se encuentran las ayudas a la traducción, que se convocan anualmente.

Esta línea de ayudas tiene el objetivo de fomentar la traducción en lenguas extranjeras de obras publicadas en las lenguas oficiales de España, así como en aquellas con reconocimiento en los estatutos de autonomía. Se trata de ayudas en concurrencia competitiva que apoyan la traducción de obras completas de carácter literario o científico, clásicas o contemporáneas, de autores españoles o publicadas por editoriales con sede en España.

El **Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes** tiene un centro de titularidad mixta en Rosario, desde donde se colaborará para organizar actividades o eventos con motivo de esta Feria.

Más info:

[www.bienaldolivrosp.com.br](http://www.bienaldolivrosp.com.br)

## 5. NUEVA SEDE DEL INSTITUTO CERVANTES EN SEÚL (COREA)



▲ Instalaciones de la sede del Instituto Cervantes en Seúl. Imagen cortesía del Instituto Cervantes.

### Entre enero y febrero de 2026

En el marco del Plan, el **Instituto Cervantes** consolida su presencia estratégica en Asia con la puesta en marcha de su sede en Seúl, reafirmando la apuesta por el diálogo cultural con Corea del Sur tras la celebración del 75 aniversario del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre ambos países.

Con este primer centro en Corea, el Cervantes refuerza su presencia en el país, que desde 2011 ya contaba con un Aula Cervantes en la Universidad Hankuk de Estudios Extranjeros de Seúl. Ahora, el Instituto Cervantes de Seúl administrará los exámenes de los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE), diplomas oficiales que otorga el Instituto Cervantes en nombre del Ministerio de Educación, Formación

Profesional y Deporte de España, y los exámenes SIELE, promovidos por el Instituto Cervantes, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Universidad de Salamanca (USAL) y la Universidad de Buenos Aires (UBA).

El nuevo Cervantes de Seúl, en funcionamiento desde 2025 pero cuya apertura oficial se celebra en 2026, está situado en el edificio de la UNESCO del céntrico barrio de Myeongdong y cuenta con 800 metros cuadrados distribuidos en varias aulas, biblioteca y sala de profesores, además de un auditorio en el mismo edificio. Gracias a esta nueva infraestructura, se refuerzan los intercambios de alumnos entre España y Corea, que figura entre los países que más estudiantes envían al extranjero en términos absolutos. Igualmente, España dispondrá de un lugar excepcional de encuentro para que el público general pueda descubrir la cultura española.

En Seúl, el Cervantes desarrollará un variado programa de actividades culturales (música, cine, literatura, conferencias...) con el fin de difundir la cultura española y en español. Entre las actividades del programa, destacan, entre otras:

- I Muestra de Cine Hispanoamericano en Seúl “La mujer en el cine”, que se celebrará entre el 9 de marzo y el 1 de junio en colaboración con las Embajadas de Argentina, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, México, Perú, República Dominicana, Uruguay y Paraguay. Esta muestra de cine propone un diálogo profundo entre culturas, geografías y memorias, a través de historias contadas por y sobre mujeres de distintos territorios de Hispanoamérica, creando puentes entre Asia, España y América Latina a través del cine.
- Charla “Redescubrir al Quijote: ¿Por qué leerlo hoy?”. En colaboración con el Ayuntamiento de Yongsan se reflexionará sobre el mensaje que quiso transmitir Cervantes, la visión del mundo que plasmó en su obra y el significado que sigue teniendo para nosotros en la actualidad.

Será una ocasión para comprender por qué Don Quijote continúa siendo un pilar fundamental de la literatura universal.

El Instituto Cervantes de Seúl está dirigido por Rafael Bueno, experto en el continente asiático con una amplia trayectoria como director de los Departamentos de Política, Sociedad y Programas Educativos de Casa Asia, responsable de la Tribuna Corea-España, miembro del Comité Ejecutivo del programa para América Latina de la E-School de la Fundación Corea y profesor asociado en Relaciones Internacionales en la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales de la Universidad Ramón Llull de Barcelona.

Más info:

[seul.cervantes.es/es/default.shtm](http://seul.cervantes.es/es/default.shtm)

2027

## 6. EXPOSICIÓN INTERNACIONAL DE BELGRADO



**Del 15 de mayo al 15 de agosto de 2027**

La Exposición Internacional de Belgrado, EXPO BELGRADO 2027, es la primera exposición internacional organizada en la región de los Balcanes Occidentales. Es una Exposición Especializada, que se organiza en los intervalos entre Exposiciones Universales, con una duración máxima de tres meses y un enfoque en un tema concreto de relevancia internacional. El lema elegido para la cita es «Juguemos para la humanidad: deporte y música para todos» (*Play for Humanity: Sport and Music for All*).

La exposición especializada de Belgrado, reconocida con 81 votos por la Oficina Internacional de Exposiciones (BIE) en París en 2023, quedando Málaga en segunda posición con 71 votos, se presenta como una oportunidad para mostrar al mundo el potencial de la región y la capacidad de Serbia para convertirse en líder mundial en ámbitos como la ciencia, la tecnología y la inteligencia artificial (IA).

Con el proyecto de Belgrado, que ve la música y el deporte como una forma de «reforzar la resiliencia» de la gente en «un mundo repleto de inseguridades», el país balcánico sucederá a la Expo 2017 celebrada en Astaná.

El evento se estructurará en torno a tres subtemas:

1. *Power of Play* (El Poder del Juego),
2. *Play for Progress* (Jugar para el Progreso)
3. *Play Together* (Jugar Juntos)

A través de estos tres ejes, se persigue explorar cómo el juego, el deporte y la música pueden impulsar la innovación, la inclusión y el bienestar global. Se fundamenta en la idea de que el juego es un aspecto esencial de la vida humana que trasciende culturas, fronteras y generaciones y que, en sus múltiples formas, actúa como un lenguaje universal que une a las personas, fomenta la creatividad y contribuye al progreso.

Más de 120 países y organismos internacionales estarán representados en los pabellones que acercarán a los visitantes algunas de las respuestas que la sociedad enfrenta en la época actual. Se estima una asistencia de más de 4 millones de visitantes.

El recinto ferial se ubicará al suroeste de Belgrado, en una zona de expansión y crecimiento de la ciudad, y el proyecto arquitectónico elegido para su desarrollo es del estudio español Fenwick Iribarren Architects (FIA). El recinto contará con 170.000 m<sup>2</sup>, un edificio emblemático de entrada y unas pérgolas que recuerdan a cada una de las montañas cercanas a Belgrado, espacios de ocio, de restauración y de descanso, e incluirá pabellones temáticos desmontables aunando futuro y sostenibilidad. un estadio nacional con capacidad para 52,000 personas y un centro acuático.

El proyecto está diseñado bajo la filosofía de «Blue Architecture» del estudio Fenwick Iribarren, la cual otorga una gran prioridad al bienestar de los usuarios de dichas edificaciones y humaniza las estancias. El diseño, a su vez, prima la sostenibilidad y eficiencia energética del recinto, de forma que la Expo de Belgrado será la primera en la historia con máximo aprovechamiento de la energía solar mediante la implantación de numerosos paneles solares en los aparcamientos y en zonas altas de los pabellones.

Además de las exhibiciones, la EXPO BELGRADO 2027 ofrecerá un programa cultural diverso con conciertos, espectáculos de danza, proyecciones de cine y actividades interactivas. Los *showcases*, talleres, residencias artísticas y actividades interactivas son escenarios ideales para que sellos, editoriales musicales, agencias de *booking* y *startups* españolas presenten su trabajo, fomentando la internacionalización del sector.

**AC/E** es la entidad pública responsable de gestionar la presencia de España en las Exposiciones Universales e Internacionales y cuenta con una larga experiencia ya que es heredera de la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales (SEEI),

que gestionó la presencia española en las Expos desde el año 2000. AC/E se encarga, asimismo, del diseño arquitectónico y expositivo, la gestión, coordinación y producción del Pabellón de España, que tendrá unos 900 m2 y 3 fachadas en el boulevard principal.

España organizará, además, una jornada oficial que servirá como escaparate de la identidad y las prioridades del país a través de actos culturales, debates y presencia institucional. La EXPO BELGRADO 2027 representa una oportunidad estratégica para que España proyecte internacionalmente su identidad y su liderazgo en ámbitos como la educación, el deporte, la música, el juego y el bienestar.

Más info:

[expobelgrade2027.org/en/intro](http://expobelgrade2027.org/en/intro)



▲ ICAS-SAHP, Hemeroteca Municipal de Sevilla, El Noticiero Sevillano

La celebración del tercer centenario de la muerte de Góngora reunió en 1927 en Sevilla a una serie de poetas que recibió el nombre de Generación del 27. Se trataba de un grupo diverso en edad, intereses y estilos, con gran inteligencia y talento, y unido por su dedicación a la literatura y un fuerte compromiso con la cultura y con la República.

Pertencen a este grupo autores como Pedro Salinas, Jorge Guillén, Gerardo Diego, Dámaso Alonso, Vicente Aleixandre, Federico García Lorca, Luis Cernuda o Rafael Alberti, y por autoras como María Zambrano, Concha Méndez o María Teresa León. Este grupo destacó por su fuerza creadora, su conexión con los más importantes movimientos internacionales del momento, con las vanguardias, y por sus relaciones e influencias recíprocas con otras artes.

La Guerra Civil y la represión posterior forzaron un final abrupto de esta Generación, que tuvo una enorme influencia en la vida cultural, política y social de su tiempo, y en las generaciones posteriores.

En 2027, España conmemorará el centenario de la Generación del 27 con la intención de saldar una deuda histórica con estos creadores y creadoras, profundizar en sus figuras, difundir su legado y el conocimiento de sus obras, así como celebrar sus aportaciones en la literatura y en las otras disciplinas que abordaron.

El Gobierno ha creado la **Comisión Nacional para la conmemoración del centenario de la Generación del 27**, con el objetivo de impulsar y coordinar las actividades que se organicen en torno a este centenario, a través de la colaboración entre las administraciones y entidades públicas y privadas involucradas.

Esta Comisión tiene el cometido de impulsar un programa diverso, que ponga en relieve a los creadores que formaron parte de la Generación del 27, incluyendo la recuperación y visibilización de las mujeres pertenecientes a este grupo.

El Centenario de la Generación del 27 tendrá consideración de **acontecimiento de especial interés público hasta 2028** (RDL 8/2025, de 8 de julio).

La Comisión Nacional está presidida por el ministro de Cultura y sus vicepresidencias estarán a cargo del ministro de Política Territorial y Memoria Democrática y el ministro de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.

En su Pleno se encuentran representadas instituciones de ámbito estatal, como el Instituto Cervantes, Acción Cultural Española o Radio Televisión Española; la mayoría de comunidades autónomas y las dos ciudades autónomas, entes locales, universidades y entidades de diversa índole vinculadas con esta Generación, como la Real Academia Española, la Fundación Federico García Lorca, la Residencia de Estudiantes, el Ateneo de Sevilla o la Fundación María Zambrano. Entre las

instituciones internacionales se encuentran la estadounidense Universidad de Columbia y el Ateneo Español de México.

Se trata, en total, de un pleno formado por 62 miembros, del que también forman parte los cuatro comisarios designados por el Ministerio de Cultura para la coordinación de sus actividades en el marco de la conmemoración:

- Andrés Soria Olmedo, catedrático emérito de Literatura Española de la Universidad de Granada, que hará la relectura de este movimiento artístico.
- Marifé Santiago Bolaños, profesora titular de Estética de la Facultad de Filosofía de la Universidad Complutense de Madrid, patrona de la Fundación María Zambrano y académica correspondiente de la Real Academia de Historia y Arte de San Quirce, que recuperará la memoria de las 'Sinsombrero'.
- Raquel Lanseros, poeta, traductora, antóloga y profesora universitaria, que desarrollará los temas relacionados con la poesía como arte central para la Generación del 27.
- Àngels Gregori, poeta y gestora cultural, académica de la Acadèmia Valenciana de la Lengua, que se ocupará de las áreas de traducciones e internacionalización.

El programa que se está desarrollando para esta conmemoración incluirá actividades académicas, expositivas, literarias, escénicas y musicales a propuesta de las instituciones miembro de la Comisión, y tendrá el objetivo de recordar y difundir las figuras que formaron parte de la Generación del 27, promoviendo su conocimiento y celebrando su legado. Ya están en marcha diversas acciones, que, bajo el título 'Camino al 27', se centran en esta Generación como preparación al programa que diseñe el equipo de comisarios del Centenario:

El **Ministerio de Cultura** enfocará muchas actividades de 2026 y 2027 en la conmemoración. Así, el proyecto de Encuentros en Institutos de Enseñanza Secundaria se dedicará por completo a sus autores y autoras del 27. Además, las diversas líneas de ayudas para la promoción de la lectura, para la animación a la lectura en el mundo rural y para la traducción a lenguas extranjeras incluirán, en sus próximas convocatorias una valoración especial a los proyectos que incluyan la recuperación, estudio o traducción de autores de la Generación del 27.

En la **Feria Internacional del Libro de Nueva York**, la Generación del 27 también será protagonista a través de sus 'Veladas Lorca', una actividad de homenaje al poeta granadino y su 'Poeta en Nueva York' que el Ministerio de Cultura realiza anualmente desde 2023. Y Lorca será también homenajeado en el Festival POETAS 2026 en Madrid, una actividad que se realizará en coordinación con la Fundación García Lorca, en memoria del asesinato del poeta y de las víctimas de la guerra civil española.

En este contexto, el Ministerio de Cultura ha editado 'Rafael Alberti. Poemas escogidos, poemas ilustrados', con ilustraciones de Paula Bonet, Rena Ortega, Olga de Dios, María Hesse y Nuria Díaz. Además, se realizará un número especial de la Revista de Occidente, una de las publicaciones en la que se dieron a conocer los autores del 27 y la única que todavía se sigue editando.

La **Compañía Nacional de Danza** realizará gira por México y Estados Unidos con la obra 'G27. Las Arterias del Sueño', basada en la Generación del 27, que se estrenará en España en 2027 y girará por México y EE.UU. en 2028.

La **Compañía Nacional de Teatro Clásico (CNTC)** con la compañía malagueña **Jóvenes Clásicos** representarán en el Teatro de la Comedia, probablemente en enero de 2027, un espectáculo relacionando la Imprenta Sur de Málaga -aquella en la que Emilio Prados y Manuel Altolaguirre editaron la revista Litoral- con la fascinación de la Generación del 27 por Góngora y nuestro Teatro Clásico.

La CNTC, en esta ocasión con la Comedia Nacional de Uruguay, llevará a cabo una coproducción con "ecos" de la Generación del 27. Se trata de poner en escena 'La Niña de Gómez Arias', de Calderón. Un título emblemático en la carrera de Margarita Xirgu, figura fundamental del teatro de la época de la Generación del 27 y que, con su trabajo como directora y maestra de actores en su exilio en Montevideo tras la Guerra Civil, ha mantenido hasta la actualidad viva la llama del verso barroco en la cultura teatral uruguaya. La idea es que esta coproducción, con reparto y equipo artístico hispano-uruguayo, se presente en la temporada 2027-28, primero en el Teatro Solís de Montevideo y después en el Teatro de La Comedia de Madrid.

El **Centro Dramático Nacional (CDN)** celebrará el Centenario de la Generación del 27 con una pieza basada en los 'Diálogos' de Federico García Lorca. Estas piezas breves son momentos de recogimiento de Lorca con su cuaderno, sin importar nada más que las imágenes que en ese momento le asaltan. Nacieron como experimentos surrealistas, publicados algunos de ellos en vida del autor, mientras que otros permanecieron inéditos hasta que fueron rescatados por Andrew A. Anderson en 1998.

El Ciclo FOCUS FESTIVAL del año 2027, próxima temporada de la **Orquesta y Coro Nacional de España OCNE**, estará dedicado a la Generación del 27.

Por su parte, la **Biblioteca Nacional de España (BNE)** con la colaboración de **AC/E** va a celebrar el Centenario de la Generación del 27 con la organización de una serie de exposiciones y una programación de actividades culturales paralelas como visitas guiadas, conferencias, mesas redondas y conciertos. Algunas de las muestras de la BNE serán:

- 'Voces condecoradas', comisariada por Fernando R. Lafuente y Juan Manuel Bonet, da una perspectiva general sobre las claves literarias, artísticas e históricas de la conformación generacional.
- 'Encender una llama', comisariada por Remedios Sánchez García, abordará a las mujeres de la Generación del 27, las sinsombrero, y los reflejos de la emancipación intelectual femenina en España.
- 'La frente clara', comisariada por Carlos Aganzo, tratará la Guerra Civil y el exilio exterior e interior, así como las escuelas, discípulos, movimientos e influencias estéticas posteriores de la generación del 27.
- 'El 27 y los niños', comisariada por Remedios Sánchez García y Raquel Lanseros, analizará la obra de la Generación del 27 desde la perspectiva de la Literatura Infantil y Juvenil.

La figura icónica de Federico García Lorca también estará presente en la BNE con la exposición, comisariada por el doctor en Historia del Arte Ángel Martínez Roger, del manuscrito de *El Público*, adquirido en su día por la Biblioteca Nacional de España a Rafael Martínez Nadal. En 2027 se conmemora, además, el 40 aniversario de su estreno mundial en el Teatro María Guerrero de Madrid.

El **Ministerio de Educación**, a través de las consejerías de educación en el exterior, programará actividades para dar a conocer distintos aspectos de la generación del 27. Igualmente, diseñará una programación de conferencias y exposiciones para los alumnos ALCE y en todos los centros de la red de centros del MEFPD en Iberoamérica. Además, habrá contenidos específicos en la plataforma Veo, en la Semana del Español en los centros de Marruecos, y en Costa de Marfil.

Más info:

[www.cultura.gob.es/en/actualidad/2025/06/20250611-presentacion-generacion-27.html](http://www.cultura.gob.es/en/actualidad/2025/06/20250611-presentacion-generacion-27.html)

## 8. CUATRIENAL DE PRAGA



▲ Prague Exhibition Grounds (Výstaviště Praha). Imagen cortesía de la Cuatrienal de Praga.

### **Del 8 al 17 de junio de 2027**

La capital checa acoge en junio la 16ª edición de la Cuatrienal de Praga de Escenografía y Espacio Escénico (*Prague Quadrennial* o PQ27), el evento internacional más importante dedicado al diseño escénico, al espacio performativo, al vestuario, iluminación y sonido, así como a la arquitectura teatral.

Barbora Příhodová es la directora artística de esta edición de la Cuatrienal, que se celebra bajo el lema *Absences and Silences as spaces of potential for new scenographic futures* (Ausencias y silencios como espacios de potencial para nuevos futuros escenográficos). La PQ27 propone explorar las ausencias y los silencios no como vacíos, sino como lugares fértiles para la reflexión histórica, la investigación artística y la experimentación estética y dramática. Se pondrá especial atención en aquello que tradicionalmente ha quedado fuera del foco: lo no visto, lo no escuchado, lo marginal, lo invisible o lo olvidado.

En la Cuatrienal, que regresa en 2027 a su sede histórica - el Prague Exhibition Grounds-, participan más de 64 países de 5 continentes y reúne a profesionales, artistas, académicos y estudiantes del teatro, la ópera, la danza y las artes visuales para presentar sus trabajos en escenografía y diseño escénico.

**El Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM)**, del **Ministerio de Cultura, Acción Cultural Española (AC/E)**, la **Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)**, la Comunidad de Madrid, a través de la **Real Escuela Superior de Arte Dramático (RESAD)**, y el **Instituto Cervantes** colaboran en la participación de España en la edición Cuatrienal de Praga 2027 (PQ27).

España estará presente en las dos secciones principales de la Cuatrienal: el Pabellón de Países y Regiones y el Pabellón de Escuelas de Arte Dramático del Estado. Además, está previsto que participe en el resto de secciones: *PQ Performance*, *PQ Performance Space*, *PQ Studio*, *PQ Talks* y *PQ Publication Cultures*. Además de la participación en las secciones de la Cuatrienal, España programará una serie de actividades culturales complementarias que ampliarán la presencia española, como la celebración del Día de España.

El INAEM, organismo autónomo del Ministerio de Cultura, ha designado a la escenógrafa y figurinista Elisa Sanz (Burgos, 1971) comisaria del Pabellón Español en la Cuatrienal de Praga 2027. Sanz, una profesional de reconocida y amplia trayectoria, será la responsable de coordinar y diseñar la participación española en esta gran cita de las artes escénicas. Impulsora y actual coordinadora de la Asociación de Artistas Plásticos Escénicos y Audiovisuales de España (AAPEE), tiene más de 30 años de trayectoria y más de 200 trabajos estrenados con los y las directoras más destacados de España. Ganadora de ocho premios Max de las Artes Escénicas (4 al mejor espacio escénico y 4 al mejor vestuario), Sanz ha obtenido además varios premios Fetén, el premio Adriá Gual al mejor vestuario concedido por la ADE y el Premio Talía de la Academia de las Artes Escénicas de España, entre otros reconocimientos.

La Cuatrienal promueve, desde 1967, el intercambio artístico y cultural a nivel mundial. El evento incluye exposiciones nacionales, instalaciones interactivas, performances, talleres y simposios. Cada edición propone una temática central que articula las propuestas de diseñadores, arquitectos escénicos, escenógrafos y artistas multidisciplinares.

La Cuatrienal de Praga no solo documenta el estado actual del arte escénico, sino que también impulsa nuevas formas de entender la relación entre el cuerpo, el espacio y la narrativa visual. Es una plataforma inclusiva de diálogo entre profesionales, estudiantes y público en general, clave para la experimentación, la investigación artística y la innovación en el ámbito del espacio escénico contemporáneo.

Más info:

[pq.cz](http://pq.cz)

2028

## 9. BICENTENARIO DE LA MUERTE DE GOYA / AÑO GOYA



▲  
*Autorretrato*, 1815. Francisco de Goya y Lucientes. Óleo sobre lienzo. Procedencia Herederos de Goya (?), antes de 1866. Adquisición por el Ministerio de Fomento para el Museo de Trinidad, 1866. Museo del Prado, 1872. Imagen cortesía del Museo del Prado.

En 2028 se cumplen dos siglos de la muerte de Francisco de Goya y Lucientes, el 16 de abril de 1828 en Burdeos (Francia).

Nacido en Fuendetodos, Zaragoza, el 30 de marzo de 1746, Goya es reconocido internacionalmente como uno de los artistas más importantes de la historia del arte. Figura clave de la pintura española y universal, su legado influyó decisivamente en el desarrollo de los lenguajes de la contemporaneidad, abriendo una brecha en la pintura europea y los patrones estéticos imperantes en su tiempo.

Considerado iniciador del arte contemporáneo, Goya llevó la pintura más allá del academicismo, integrando lo popular y lo culto, la reflexión y la crítica mordaz a un lenguaje plástico aún vigente. Su obra parte de la tradición preexistente para ir avanzando hacia nuevas formas de entender el arte y el papel del artista, incorporando lo íntimo de la propia experiencia, una mirada rasa al mundo que le rodea y un lenguaje desprovisto de adornos.

En febrero de 2026 se ha creado la **Comisión Nacional para la conmemoración del Bicentenario del fallecimiento de Francisco de Goya**, que deberá incluir, al menos, a las comunidades autónomas de Aragón y de Madrid, así como a las ciudades de Zaragoza y de Madrid, sin olvidar la localidad natal del pintor, Fuendetodos.

Con la Comisión Nacional diseñará y promoverá un programa de actividades extenso y coherente que permitirá cumplir con las expectativas que genera esta conmemoración cultural: apoyando y promoviendo estudios académicos y divulgativos que profundicen y mejoren el conocimiento de la producción artística del autor, y celebrando y valorando sus aportaciones al arte español y universal, así como al avance de las libertades públicas. Y, por supuesto, difundir su legado en plena colaboración con el conjunto de administraciones públicas y organismos del país que quieran sumarse al proyecto, y particularmente con las instituciones de Aragón.

La Comisión Nacional se configura como un órgano colegiado interministerial de la Administración General del Estado, cuya Presidencia tiene rango superior al de Dirección General, por lo que su creación debe revestir la forma de real decreto de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 22.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

El Año Goya se coordinará desde el **Ministerio de Cultura**, a través de la **Dirección General de Patrimonio Cultural y Bellas Artes**, y la **Subdirección General de Museos Estatales**. Actualmente, está pendiente de tramitación por Real Decreto su declaración como Acontecimiento de Excepcional Interés Público.

La **Biblioteca Nacional de España (BNE)** tiene programada la exposición 'Goya: la revolución lectora', basada en la investigación académica recogida en *Goya and the Mystery of Reading* (Vanderbilt University Press, 2023), libro ganador del *Goldberg Prize* y editado en España por la Editorial Cátedra bajo el título 'Goya o el misterio de la lectura', del catedrático de la Universidad de Iowa, Luis Martín-Estudillo, que será su comisario. La exposición mostrará al público las claves históricas, intelectuales y artísticas de un aspecto fundamental de la producción goyesca mediante un diálogo entre imágenes y textos del creador español y de sus contemporáneos.

Por su parte, el **Museo Nacional del Prado** está preparando un extenso programa que comprenderá exposiciones y otras acciones durante el año 2028. El Prado ya ha confirmado la colaboración con la Comunidad Autónoma de Aragón con ocasión de esta efeméride. A su vez, se están desarrollando conversaciones para explorar la colaboración con el Museo de Burdeos, donde el artista vivió los últimos años hasta su fallecimiento.

El **Ministerio de Educación** diseñará una programación de contenidos para la plataforma Veo y para alumnos ALCE; ciclos de cine y debate en los centros culturales de Guinea Ecuatorial y Costa de Marfil.

Más info:

[www.cultura.gob.es/actualidad/2026/02/260203-bicentenario-goya.html](http://www.cultura.gob.es/actualidad/2026/02/260203-bicentenario-goya.html)

## 10. MÚSICA EN ESPAÑOL, MÁS UNIVERSAL QUE NUNCA



▲  
Cartel de presentación de Music by Spain\_Spain Music Export. Imagen cortesía de Federación Es\_Música

El sector profesional de la música en España necesita impulsar una estrategia coordinada para su desarrollo internacional, en un momento en el que la música en español es uno de los grandes valores en todos los mercados y tiene la oportunidad de establecerse como una relevante marca país. Es en este contexto en el que la internacionalización y la búsqueda de nuevos mercados es uno de los objetivos esenciales para la industria de la música de nuestro país. Y, para conseguir la repercusión en dichos mercados, es necesaria una estrategia a corto, medio y largo plazo que permita que la presencia de la música española en el resto del mundo sea creciente y fructífera para el sector empresarial de nuestro país.

Con estos objetivos comunes, se han desarrollado en el marco 2026-2028 varias iniciativas:

### **MUSIC BY SPAIN\_SPAIN MUSIC EXPORT**

#### **Creación en febrero de 2026**

Music by Spain es la **Oficina de Exportación de la Música**, una iniciativa de la **Federación Es\_Música**, en colaboración con el **Ministerio de Cultura, Acción Cultural Española (AC/E)**, **AECID** e **Instituto Cervantes**, creada para apoyar, coordinar y reforzar la proyección internacional del sector profesional de la música española. El proyecto se alinea con los objetivos de la política cultural y de acción exterior del Estado, así como con las estrategias de apoyo a la internacionalización, la diplomacia cultural

y la proyección de la marca España, ofreciendo un marco estable de coordinación entre el sector profesional y las administraciones públicas competentes.

La Oficina de Exportación de la Música de España tiene como objetivos generales:

- Apoyar la internacionalización del sector musical español como actividad cultural y económica estratégica.
- Contribuir a la proyección exterior de la cultura española mediante la música.
- Servir como herramienta operativa de apoyo a las políticas públicas de internacionalización cultural y empresarial.
- Facilitar información, análisis y acompañamiento a empresas y profesionales del sector.
- Actuar como plataforma de coordinación entre administraciones públicas, entidades sectoriales y agentes privados.

*Music by Spain* contará con una base de datos del sector musical español, exhaustiva y actualizada, accesible a profesionales nacionales e internacionales.

Entre las líneas de acción de la Oficina de Exportación de la Música de España destaca la participación colectiva en ferias internacionales que garantice la presencia española (mediante *showcases*, conciertos, paneles, encuentros profesionales), la coordinación centralizada de misiones comerciales en mercados prioritarios y el desarrollo de programas que incluyan formación previa, encuentros profesionales, acciones promocionales y comunicación. Igualmente, contará con formación específica en legislación internacional, visados, fiscalidad y aspectos laborales, y con servicios de asesoramiento individualizado para empresas del sector.

Con el fin de apoyar a artistas emergentes en su proceso de internacionalización, *Music by Spain* ofrecerá una convocatoria abierta y permanente para acceder a bolsas de viaje que les permitan explorar nuevos mercados y participar en eventos internacionales, que se otorgarán mediante un proceso de selección transparente y equitativo.

Para el desarrollo de las líneas de acción, la Oficina de Exportación de la Música de España llevará a cabo, entre otras, las siguientes actividades:

- Creación de la identidad corporativa y manual de marca.
- Diseño, lanzamiento y actualización de la web, redes sociales y base de datos sectorial.
- Desarrollo de un plan de comunicación y marketing institucional.
- Organización de actos de presentación nacionales e internacionales.

- Gestión del punto de información sobre mercados, normativas, ayudas y recursos.
- Establecimiento de alianzas públicas y privadas y captación de financiación.
- Coordinación jurídica, económica y administrativa de la oficina.
- Organización integral de la participación en ferias, misiones comerciales y actividades promocionales.

Se trata pues de una infraestructura estratégica de apoyo a la acción pública en materia de cultura e internacionalización, capaz de generar sinergias entre el sector musical y las instituciones del Estado. Su puesta en marcha permitirá:

- Incrementar el impacto y la eficiencia de los recursos públicos destinados a la promoción exterior de la música.
- Fortalecer la presencia internacional de la música española de manera coordinada y sostenible.
- Reforzar la imagen de España como país creativo, diverso e innovador.

Este nuevo proyecto, en colaboración con instituciones públicas y los profesionales del sector, trabaja para garantizar un futuro donde la música sea un motor cultural, económico y social, y una palanca de cambio y crecimiento.

*Music by Spain* se ha presentado ya en la Feria Internacional de la Música (FIM) de Guadalajara (México), uno de los principales mercados profesionales de la industria musical en Iberoamérica, que se celebró del 25 al 28 de febrero de 2026 con España como país invitado. Que España sea el país foco en FIM GDL 2026 no es un mero gesto simbólico, sino un síntoma del buen momento que actualmente atraviesa nuestra música. Mientras las plataformas digitales tienden a homogeneizar la escucha global, los mercados profesionales, y en concreto, espacios como FIM GDL, se han convertido en tableros de juego imprescindibles donde se fragua la verdadera circulación del talento.

El **Ministerio de Cultura**, a través del Convenio con FIM Guadalajara, colabora - con una aportación de 200.000 euros - en la organización del espacio *Focus España – Casa PortAmérica*, una herramienta de diplomacia cultural que refuerza el papel de España como actor relevante dentro del enclave iberoamericano contemporáneo.

Comisariado por la Fundación PortAmérica en colaboración con el Ministerio de Cultura y financiado por la Unión Europea a través del programa NextGenerationEU, presentará en Jalisco una delegación artística y profesional con vocación exportadora, diseñada para conectar escenas, agentes y circuitos profesionales entre Europa y América Latina.

Focus España supone una fotografía en tiempo real y del todo imprescindible del lugar en el que nos encontramos y del camino que, como industria, queremos seguir recorriendo. Un paso conveniente y fructuoso que legitima y visibiliza la magnitud de nuestras voces, reforzando la lógica de un ecosistema profesional interconectado en el que las escenas dialogan y logran superar cualquier distancia física y geográfica gracias al siempre imponderable valor de la música.

En esta línea, Cultura mantiene también el Convenio con BIME Bogotá para la realización de actividades en la Feria en Bilbao y en Bogotá. Desde 2022, se han aportado 869.000 €. La última aportación corresponde a la edición 2026 de BIME Bogotá con una aportación de 100.000 euros.

Más info:

[esmusica.org/quienes-somos/#mision](https://esmusica.org/quienes-somos/#mision)

[bime.org/recurso/bime-bogota-2026/87865448-1af8-4923-a78e-3ee90ffd736c](https://bime.org/recurso/bime-bogota-2026/87865448-1af8-4923-a78e-3ee90ffd736c)

[fimgdl.udg.mx](https://fimgdl.udg.mx)

## **MAPA MUNDIAL DE LA MÚSICA EN ESPAÑOL DEL INSTITUTO CERVANTES: lo que cantan los datos**

### **Lanzamiento el 21 de junio de 2026**

La internacionalización de la música española vive un momento destacado, impulsada por la accesibilidad de las plataformas digitales, el apoyo institucional - AECID, la Fundación SGAE, la AIE, el propio Instituto Cervantes, el nuevo Instituto de la Música, entre otros- y la consolidación de artistas en festivales y circuitos internacionales. Los géneros más comerciales, como el pop y la música urbana, encabezan listas globales y marcan tendencias. Pero también conviven con expresiones tradicionales como el flamenco, el jazz fusión o la música contemporánea, que se afianzan en circuitos especializados gracias a su excelencia artística y capacidad de diálogo intercultural. Esta pluralidad es una de nuestras mayores fortalezas.

Ante esta realidad, se hace necesario un instrumento capaz de centralizar y organizar los datos dispersos sobre el consumo y la circulación internacional de la música en español: desde las escuchas en plataformas digitales hasta la presencia en radios, conciertos, ferias y festivales. El *Mapa mundial de la música en español*, impulsado por el Instituto Cervantes junto a su Observatorio y con la colaboración de instituciones como el Instituto

de la Música, AIE y SGAE, nace con el objetivo de ofrecer una cartografía rigurosa y actualizada que permite medir, interpretar y difundir la dimensión global de la música en nuestra lengua.

También hay retos. Persisten dificultades para posicionar la música española en mercados anglosajones, aún dominados por la lengua inglesa. Hay una alta dependencia de ciertos géneros, y falta inversión estratégica para la promoción en mercados clave como Asia o Reino Unido. La exportación de música en vivo encuentra aún barreras logísticas y económicas que limitan su alcance. Y en un entorno cada vez más algorítmico, la visibilidad no se conquista solo con talento, sino con datos.

Por eso, el Instituto Cervantes ha desarrollado esta herramienta pública y digital: el Mapa mundial de la música en español que permitirá visualizar en tiempo real qué canciones en español se escuchan, descargan o programan en emisoras y escenarios del mundo, combinando análisis de datos, criterios lingüísticos y una mirada cultural.

Será una herramienta útil para investigadores, profesionales de la música, gestores culturales y responsables de políticas públicas. Y será también un acto de escucha: hacia dónde viaja nuestra lengua cuando se convierte en ritmo, en verso, en melodía.

En un contexto donde la inteligencia artificial está transformando todas las fases de la industria musical —desde la creación automatizada de canciones hasta la hiper personalización del consumo y la predicción de mercados—, este mapa servirá también como observatorio. No solo para saber lo que suena, sino para preguntarnos qué parte ha sido realmente elegida, y qué parte ha sido predicha, programada, viralizada.

Frente a fenómenos como Bad Bunny o Rosalía que muestran cómo una canción puede dominar rankings multiplicando el puro peso del algoritmo, necesitamos herramientas que nos permitan leer críticamente el presente y diseñar políticas culturales con criterio.

Con este mapa, no solo escuchamos el mundo en español. Enseñamos al mundo cómo se escucha desde el español.

Más info:

[cervantes.org/es/sobre-nosotros/sala-prensa/notas-prensa/instituto-cervantes-lanzara-mapa-mundial-musica-espanol](https://cervantes.org/es/sobre-nosotros/sala-prensa/notas-prensa/instituto-cervantes-lanzara-mapa-mundial-musica-espanol)

## SOUNDS FROM SPAIN (ICEX 2026-2028)

*Sounds from Spain*, promovida por ICEX España Exportación e Inversiones, es una iniciativa clave en la internacionalización de la industria musical española. A través de diversas acciones y plataformas, *Sounds from Spain* facilita el acceso a recursos, conecta a los principales actores de la industria y organiza actividades que favorecen la expansión de la música española más allá de nuestras fronteras, ejerciendo de vehículo integral para promover y apoyar a la música española en el ámbito global.

Desempeña una triple función:

- Es la marca paraguas para la internacionalización de la industria musical española registrada por ICEX
- Funciona como mesa sectorial de la música en la que instituciones públicas y privadas colaboran juntas en la planificación y financiación de las actividades que se organizan. Los organismos integrantes de *Sounds from Spain* organizan y cofinancian las diferentes actividades de promoción
- Es una plataforma digital que recoge la información de los principales agentes involucrados en la internacionalización: industria, artistas e instituciones públicas y privadas. El portal web [soundsfromspain.com](http://soundsfromspain.com) actúa además como centro de recursos para que las empresas españolas tengan herramientas suficientes para su andadura internacional

Los organismos integrantes de *Sounds from Spain* son ICEX España Exportación e Inversiones, el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM), la Sociedad Artistas, Intérpretes y Ejecutantes (AIE), la Fundación SGAE, y las tres principales asociaciones sectoriales PROMUSICAE, ARTE y UFI.

Las actividades de internacionalización de la industria musical española que se integran dentro de la marca se articulan en torno a estos planes:

- Plan de promoción de la música. El plan de promoción de la música integra las actividades organizadas por ICEX para apoyar la internacionalización de la industria musical española. Las actividades dentro de este plan están cofinanciadas por ICEX e INAEM, organismo con el que ICEX tiene suscrito un convenio de colaboración, Fundación SGAE, AIE y por las empresas participantes. El plan de promoción de la música incluye, entre otras, la participación de España en citas de referencia como: JAZZAHEAD (Bremen, Alemania), BIME Bogotá, LAMC (Nueva York, Estados Unidos), WOMEX (Támpere, Finlandia) y MUNDIAL MONTREAL (Montreal, Canadá).
- Programa de apoyo al posicionamiento digital de la industria de la música española para el apoyo a lanzamientos musicales, y otras iniciativas de promoción digital y en medios de comunicación. Dentro de esta sección

se encuentra la campaña de promoción del jazz español en el programa de radio JAZZ FM, y un focus España en la prestigiosa radio con sede en Seattle (EE. UU) KEXP en el marco de BIME Bilbao.

- Plan Entidades Colaboradoras: este programa incluye las actividades organizadas por tres de las entidades colaboradoras que forman parte de la mesa de trabajo descrita anteriormente: PROMUSICAE, ARTE y UFI, como son la FIM GDL (Guadalajara, México), Reeperbahn (Hamburgo, Alemania), MIL Lisboa, FLUVIAL (Valdivia, Chile), BIME Bilbao.

La participación en los programas de *Sounds from Spain* será valorada positivamente por Acción Cultural Española, a través del PICE, con el fin de impulsar la presencia internacional de las bandas de música en escenarios y mercados de referencia.

Más info:

[icex.es](http://icex.es)

[soundsfromspain.com](http://soundsfromspain.com)

Espectáculo SOMOS, de la agrupación de danza 'Lo Siento Mucho', en Pekín, con las bailarinas Carla Cervantes y Sandra Egido. Las bailarinas españolas estrenaron en agosto de 2025 en China SOMOS, montaje galardonado en el Certamen Coreográfico de Madrid de 2022, que consiste en un diálogo interpretativo entre sus dos cuerpos mediante un lenguaje escénico inusual, eliminando las barreras lingüísticas a través del movimiento. Actuaron en el marco del *Living Dance Festival* en Langfang, Chongqing y Pekín.

**4**

# Otras acciones culturales en el mundo 2026-2028: por sectores y agentes



## OTRAS ACCIONES CULTURALES EN EL MUNDO 2026-2028: POR SECTORES Y AGENTES

| SECTOR      | ACCIÓN<br>DESARROLLO ECONÓMICO  | ACCIÓN<br>DIPLOMACIA CULTURAL   | ACCIÓN<br>IDENTIDAD DE PAÍS   | ACCIÓN IDIOMA: EL ESPAÑOL,<br>LENGUA DE CULTURA   |
|-------------|---|---|---|---|
| <b>CINE</b> | <b>2025-2026</b><br>- PAÍS INVITADO BOGOTÁ AUDIOVISUAL MARKET<br>- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN HOT DOCS TORONTO<br>- PABELLÓN ESPAÑA EUROPEAN FILM MARKET BERLINALE<br>- PABELLÓN ESPAÑA MARCHÉ DU FILM, CANNES<br>- JORNADAS AUDIOVISUALES MÉXICO- ESPAÑA MÉXICO<br>- JORNADAS SPANISH PREVIEW EN LOCARNO PRO, SUIZA<br>- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN IDFA, PAÍSES BAJOS<br>- PABELLÓN ESPAÑA CONTENT AMERICAS MIAMI<br>- PABELLÓN ESPAÑA SUNNY SIDE OF THE DOC, FRANCIA<br>- PABELLÓN ESPAÑA SERIES MANIA FORUM, LILLE<br>- PABELLÓN ESPAÑA MIPCOM CANNES<br>- PABELLÓN ESPAÑA CONTENT LONDON<br>- PABELLÓN ESPAÑA ASIA TV FORUM, SINGAPUR<br>- PABELLÓN ESPAÑA KIDSCREEN SUMMIT, EE.UU.<br>- PABELLÓN ESPAÑA MIFA ANNECY, FRANCIA<br>- CAMPAÑA EN CARTOON FORUM, FRANCIA (6) | <b>2025-2026</b><br>- SEMANA DEL ESPAÑOL EN WASHINGTON (PROGRAMACION CINE EN ESPAÑOL) (3) | <b>2025-2026</b><br>- PREMIO PROMOCION ESPAÑOL FORO IBERSERIES- PLATINO-INDUSTRIA<br>- PAÍS INVITADO BOGOTÁ AUDIOVISUAL MARKET (6)                                  | <b>2025-2026</b><br>- SEMANA DEL ESPAÑOL EN WASHINGTON (PROGRAMACION CINE EN ESPAÑOL) (3)<br>- CENTENARIO RAFAEL AZCONA (2)<br>- PREMIO PROMOCION ESPAÑOL FORO IBERSERIES-PLATINO-INDUSTRIA (5) |
|             | <b>2026-2027</b><br>- AÑO DUAL BRASIL (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)  | <b>2026-2027</b><br>- AÑO DUAL BRASIL (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)                    | <b>2026-2027</b><br>- AÑO DUAL BRASIL (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)<br>- 50 ANIVERSARIO CCEJS Centro Cultural de España Juan de Salazar (Asunción, Paraguay) (1) | <b>2026-2027</b><br>- AÑO DUAL BRASIL (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)<br>- EUROPA DEL ESTE: Concurso de cortos internacional "Contra el acoso somos un equipo". (5)                            |
|             |   |   |   | <b>2027-2028</b><br>- CENTENARIO PREMIOS ÓSCAR (2)  |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| <b>ARTES<br/>ESCÉNICAS<br/>Y MÚSICA</b> | <b>2025-2026</b><br>- PABELLÓN ESPAÑA WOMEX TAMPERE<br>- PABELLÓN ESPAÑA JAZZAHEAD BREMEN<br>- PABELLÓN ESPAÑA LAMC NUEVA YORK<br>- PABELLÓN ESPAÑA MUNCIAL MONTREAL<br>- CAMPAÑA PROMOCIÓN JAZZ FROM SPAIN EN REINO UNIDO Y UE<br>- PABELLÓN ESPAÑA FIMPRO GUADALAJARA<br>- PABELLÓN ESPAÑA REEPERBAHN HAMBURGO<br>- PABELLÓN ESPAÑA FLUVIAL VALDIVIA<br>- CAMPAÑA PROMOCIÓN KEXP – SPOTLIGHT SPAIN EN EL MARCO DE BIME BILBAO (6)<br><br>- FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CREACIÓN SONORA ESTACIÓN PODCAST (1) | <b>2025-2026</b><br>- 150° MANUEL DE FALLA (2)<br>- GIRA OCNE y CDN ALEMANIA (4)<br>- GIRA CND CHINA (4)  | <b>2025-2026</b><br>- 75.ª EDICIÓN DEL FESTIVAL DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA (2)<br>- GIRA OCNE y CND ALEMANIA (4)<br>- GIRA CND CHINA (4) | <b>2025-2026</b><br>- FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CREACIÓN SONORA ESTACIÓN PODCAST (1)  |
|   | <b>2026-2027</b><br>- 50 ANIVERSARIO CCEJS (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)<br>- FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CREACIÓN SONORA ESTACIÓN PODCAST (1)   | <b>2026-2027</b><br>- GIRA BNE OMAN (4)<br>- GIRA BNE ALEMANIA – FRANCIA (4)<br>- 50 ANIVERSARIO CCEJS (1)<br>- HUB DE CULTURA, PAZ Y RESILIENCIA EN UCRANIA (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4) | <b>2026-2027</b><br>- GIRA BNE OMAN (4)<br>- GIRA BNE ALEMANIA – FRANCIA (4)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026<br>- BIME BILBAO-BOGOTÁ (6)          | <b>2026-2027</b><br>- HUB CULTURA, PAZY RESILIENCIA EN UCRANIA (1)<br>- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)<br>- FESTIVAL IBEROAMERICANO DE CREACIÓN SONORA ESTACIÓN PODCAST (1) |
|   | <b>2027-2028</b><br>- 25° PRIMAVERA SOUND, CREATED IN BARCELONA (2) ÓSCAR (2)<br>- 150 ANIVERSARIO DEL NACIMIENTO DE PAU CASALS (8)  |   |  | <b>2027-2028</b><br>- 25° PRIMAVERA SOUND, CREATED IN BARCELONA (2) ÓSCAR (2)  |

**CÓDIGOS:**

(1) Ministerio de Asuntos Exteriores – AECID  
 (2) Ministerio de Asuntos Exteriores – Instituto Cervantes  
 (3) Ministerio de Asuntos Exteriores – Dirección general del español en el mundo  
 (4) Ministerio de Cultura  
 (5) Ministerio de Educación. Unidad de acción exterior  
 (6) Ministerio de Economía – ICEX  
 (7) Ministerio de Turismo. Dirección general TurEspanña  
 (8) AC/E Acción Cultural Española

**IDIOMA  
ESPAÑOL -  
LIBRO**

**2025-2026**

- PABELLÓN IBEROAMERICANO FERIA LIBRO MADRID (XXX CUMB. IBEROAMERICANA)
- PABELLÓN ESPAÑA EN BIBF PEKÍN
- PABELLÓN ESPAÑA LIBRO VENTA DE DERECHOS PEKÍN
- PABELLÓN ESPAÑA AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION PHILADELPHIA (6)

**2025-2026**

- RABAT CAPITAL MUNDIAL DEL LIBRO 2026 (2)

**2025-2026**

- PABELLÓN IBEROAMERICANO FERIA LIBRO MADRID (XXX CUMB. IBEROAMERICANA)
- . 50 AÑOS CEREMONIA PREMIO CERVANTES
- . RABAT CAPITAL MUNDIAL DEL LIBRO 2026 (IC)
- . FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE NUEVA YORK (2)
- . POTENCIAR PLATAFORMA PLATINO-EDUCA DE EGEDA ÁMBITO ONU (5)
- . USO ESPAÑOL EN ICCROM (UNESCO) (3)

**2026-2027**

- FERIA DEL LIBRO SAO PAULO (I. HONOR) (2, 4)

**2026-2027**

- EDICION CÓDICE DURÁN CON MÉXICO (BNE) (4)

**2026-2027**

- FERIA DEL LIBRO SAO PAULO (I. HONOR) (2,4)

**2026-2027**

- FERIA DEL LIBRO SAO PAULO (I. HONOR) (4)
- DÍA DEL LIBRO ESPAÑOL EN CHINA (5)
- CENTENARIO GABRIEL GARCÍA MARQUEZ (2)

**2027-2028**

- FERIA LIBRO BUENOS AIRES (I. HONOR) (2, 4)
- . FERIA LIBRO TESALONICA (I. HONOR) (4)

**2027-2028**

- FERIA LIBRO BUENOS AIRES (I. HONOR) (2,4)
- LANZAMIENTO DÍA INTERNACIONAL DEL HISPANISMO (3)
- FERIA LIBRO TESALONICA (I. HONOR) (4)

**2027-2028**

- FERIA LIBRO BUENOS AIRES (I. HONOR) (2, 4)
- . FERIA LIBRO TESALONICA (I. HONOR) (4)

**PATRIMONIO**

**2025-2026**

- ENCUENTRO ESP-MARRUECOS CANDIDATURA UNESCO ESPARTO (4)
- CREACIÓN CENTRO CATEGORÍA 2 DE LA UNESCO 'FUNDACION TRES CULTURAS' (1)

**2025-2026**

- CENTENARIO GAUDI

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)

**2026-2027**

- AÑO XACOBEO 2027
- AÑO DUAL BRASIL (1)
- XVI FORO ANUAL CONSULTIVO ITINERARIOS CULT. CONSEJO DE EUROPA (4)
- 27 ASAMBLEA GENERAL Y SIMPOSIO DEL EUROPEAN ARCHAEOLOGICAL COUNCIL (4)
- REUNIÓN UNESCO CÓDIGO ÉTICO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL (4)

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)
- AÑO XACOBEO 2027 (2)

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)
- AÑO XACOBEO 2027 (2)

**2027-2028**

- BIENAL ARQUITECTURA VENECIA 2028 (8)

**2027-2028**

- BIENAL ARQUITECTURA VENECIA 2028 (8)

**ARTES  
PLÁSTICAS**

**2025-2026**

- DIFUSIÓN PINTURA ESPAÑOLA (AUSTRALIA)

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)
- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)
- MOSTRA ESPANHA 2026 (4)
- CENTENARIO GAUDÍ (2)
- CENTENARIO FALLECIMIENTO JUAN GRIS (2)

**2026-2027**

- AÑO DUAL BRASIL (1)

**2027-2028**

- BIENAL ARTE VENECIA 2028 (8)
- EXPOSICIÓN DE ARTE FILIPINO (MUSEO DEL PRADO) (4)
- EXPOSICIÓN DEL MNCARS EN EL MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE VARSOVIA (POLONIA) (4)

**2027-2028**

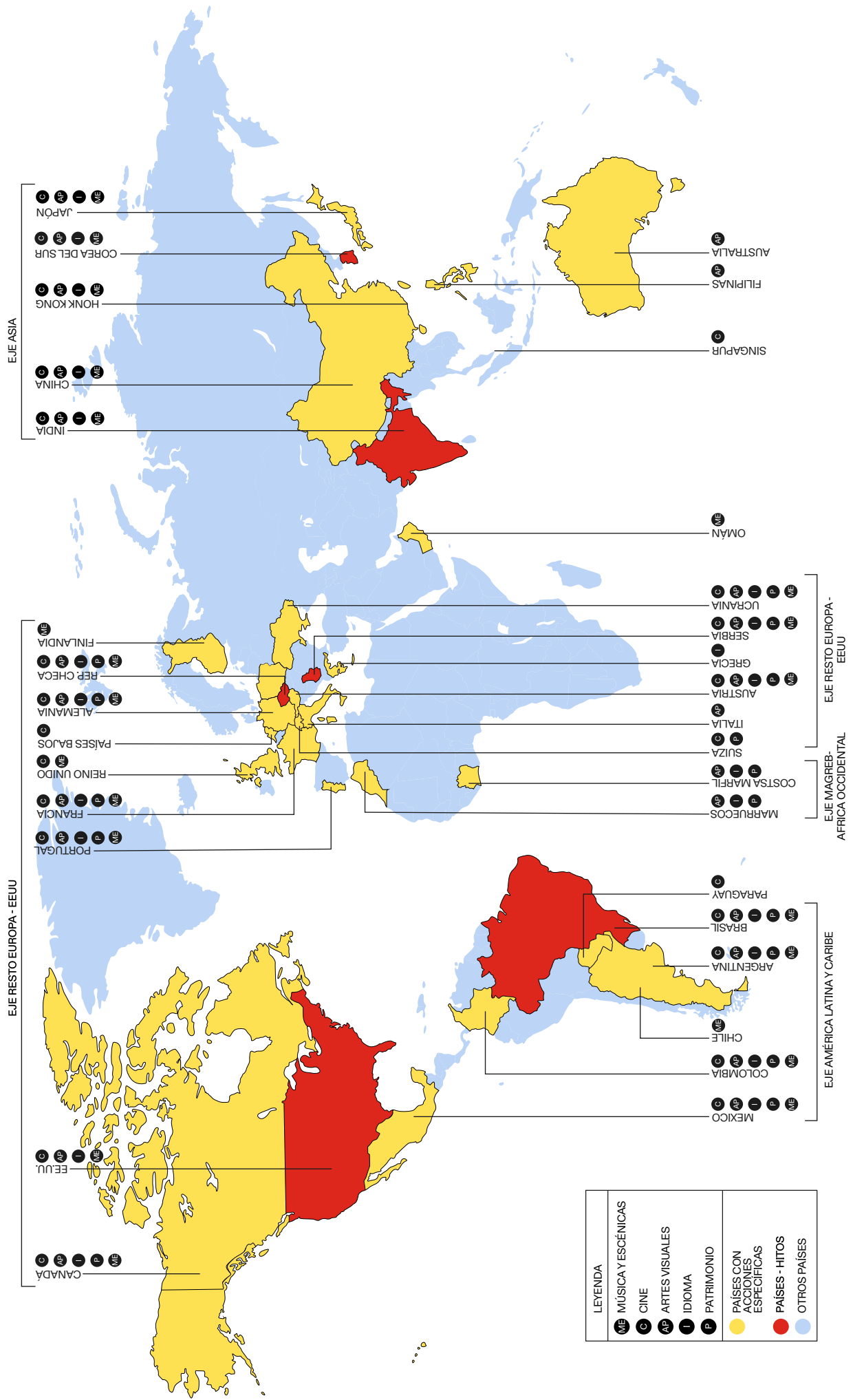
- BIENAL ARTE VENECIA 2028 (8)
- 80º ANIVERSARIO DE LAS RELACIONES BILATERALES ENTRE FILIPINAS Y ESPAÑA (2)

**2027-2028**

- BIENAL ARQUITECTURA VENECIA 2028 (8)
- EXPOSICIÓN DE ARTE FILIPINO (MUSEO DEL PRADO) (4)

## OTRAS ACCIONES CULTURALES: POR REGIONES ESTRATÉGICAS (MAPA)

| REGIÓN/EJE  | ACCIÓN ECONÓMICA  | ACCIÓN DIPLOMÁTICA   | ACCIÓN MARCA  | ACCIÓN IDIOMA  |
|---|---|--|---|--|
| <b>ASIA:</b><br><b>China, India, Japón y Corea</b><br><br>- CINE<br>- MÚSICA Y ESCÉNICAS<br>- ARTES PLÁSTICAS<br>- IDIOMA |   | <b>2025-2026</b><br>- AÑO DUAL <b>INDIA</b> (1,4,8)<br>- GIRA COMPAÑÍA NACIONAL DE DANZA <b>CHINA</b> (4)  | <b>2025-2026</b><br>- AÑO DUAL <b>INDIA</b> (1,4,8)<br>- GIRA CND <b>CHINA</b> (4)  |  |
|   |   | <b>2026-2027</b><br>- GIRA BALLEET NACIONAL DE ESPAÑA <b>V KONG</b> (4)<br>- GIRA BALLEET NACIONAL DE ESPAÑA <b>OMAN</b> (4)   | <b>2026-2027</b><br>- GIRA BALLEET NACIONAL DE ESPAÑA <b>HONG KONG</b> (4)<br>- GIRA BALLEET NACIONAL DE ESPAÑA <b>OMAN</b> (4)                                   | <b>2026-2027</b><br>- CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL <b>LIBRO ESPAÑOL EN CHINA</b> (5)  |
|   |   | <b>2027-2028</b><br>- 80º ANIVERSARIO DE LAS RELACIONES BILATERALES ENTRE <b>FILIPINAS Y ESPAÑA</b> (2)<br>- EXPOSICIÓN ARTE FILIPINO EN <b>MANILA</b> (4)<br>- EXPOSICIÓN ARTE FILIPINO <b>SINGAPUR</b> (4)   |   | <b>2027-2028</b><br>- 80º ANIVERSARIO DE LAS RELACIONES BILATERALES ENTRE <b>FILIPINAS Y ESPAÑA</b> (2)  |
| <b>AMÉRICA LATINA Y CARIBE</b><br><br>- CINE<br>- MÚSICA Y ESCÉNICAS<br>- ARTES PLÁSTICAS<br>- IDIOMA<br>- PATRIMONIO     | <b>2025-2026</b><br>- PAÍS INVITADO <b>BOGOTÁ</b> AUDIOVISUAL MARKET)   |  | <b>2025-2026</b><br>- PAÍS INVITADO <b>BOGOTÁ</b> AUDIOVISUAL MARKET)   |  |
|   | <b>2026-2027</b><br>- ANIV. GEN.27 (AEIP) (1, 4, 8)<br>- BIME <b>BILBAO-BOGOTÁ</b><br>- FERIA LIBRO <b>SAO PAULO</b> (I. HONOR) (4)<br>- AÑO DUAL <b>BRASIL</b> (1)<br>- 50 ANIVERSARIO CCEJS <b>PARAGUAY</b> (1) | <b>2026-2027</b><br>- EDICION CÓDICE <b>DURÁN CON MÉXICO</b><br>- AÑO DUAL <b>BRASIL</b> (1)<br>- 50 ANIVERSARIO CCEJS (1)   | <b>2026-2027</b><br>- AÑO DUAL <b>BRASIL</b> (1)<br>- BIME <b>BILBAO-BOGOTÁ</b>   | <b>2026-2027</b><br>- ANIV. GEN.27 (AEIP) (1, 4, 8)<br>- FERIA LIBRO <b>SAO PAULO</b> (I. HONOR) (4)<br>- AÑO DUAL <b>BRASIL</b> (1)                     |
|   | <b>2027-2028</b><br>- FERIA LIBRO <b>BUENOS AIRES</b> (I. HONOR) (4)  | <b>2027-2028</b><br>- ANIV. GEN 27 (GIRA CND <b>EEUU - MEXICO</b> ) (4)  |   | <b>2027-2028</b><br>- FERIA LIBRO <b>BUENOS AIRES</b> (I. HONOR) (4)   |
| <b>MAGREB - ÁFRICA OCCIDENTAL</b><br><br>- PATRIMONIO<br>- IDIOMA<br>- ARTES PLÁSTICAS                                    |   | <b>2025-2026</b><br>- ENCUENTRO ESP-MARRUECOS CAND. UNESCO <b>ESPARTO</b> (4)<br>- CREACIÓN CENTRO CATEGORÍA 2 DE LA UNESCO 'FUNDACION TRES CULTURAS' (1)  |   | <b>2025-2026</b><br>- SEMANA DEL ESPAÑOL EN <b>MARRUECOS</b> (2)<br>- <b>RABAT CAPITAL MUNDIAL DEL LIBRO 2026</b> (2)                                    |
|   |   |  |   | <b>2026-2027</b><br>- ANIV. GEN. 27 (MARRUECOS Y <b>COSTA DE MAFIL</b> ) (5)   |
|   |   |  |   | <b>2027-2028</b><br>- ANIV. <b>GOYA</b> (MARRUECOS Y <b>COSTA DE MAFIL</b> ) (5)   |
| <b>RESTO EUROPA -EE.UU.</b><br><br>- CINE<br>- ESCÉNICAS<br>- ARTES PLÁSTICAS<br>- IDIOMA<br>- PATRIMONIO                 | <b>2025-2026</b><br>- CAMPAÑA DE PROMOCIÓN HOT DOCS <b>TORONTO</b><br>- PABELLÓN ESPAÑA EUROPEAN FILM MARKET <b>BERLINALE</b> (6)   | <b>2025-2026</b><br>- 250 ANIV <b>EEUU</b> (EXP?) (4, 8 ¿?)<br>- GIRA OCNE y CDN <b>ALEMANIA</b> (4)   | <b>2025-2026</b><br>- GIRA OCNE y CDN <b>ALEMANIA</b> (4)   | <b>2025-2026</b><br>- SEMANA DEL ESPAÑOL EN <b>WASHINGTON</b> (PROGRAMACION CINE EN ESPAÑOL) (3)   |
|   | <b>2026-2027</b><br>- CUATRIENAL <b>PRAGA</b> (1, 4)<br>- HUB CULT, PAZ Y RESILIENCIA EN <b>UCRANIA</b> (1)<br>- MOSTRA <b>ESPAÑA 2026</b> (4)  | <b>2026-2027</b><br>- CUATRIENAL <b>PRAGA</b> (1, 4)<br>- CILE <b>EEUU?</b> (250 ANIV <b>EEUU</b> ) (3)<br>- XVI FORO ANUAL CONSULTIVO ITINERARIOS CULT. CONSEJO DE <b>EUROPA</b> (4)<br>- 27 ASAMBLEA GENERAL Y SIMPOSIO DEL EUROPEAN <b>ARCHAEOLOGICAL COUNCIL</b> (4)<br>- GIRA OCNE <b>AUSTRIA</b> (4)<br>- GIRA <b>BNE ALEMANIA - FRANCIA</b> (4) | <b>2026-2027</b><br>- EXPO <b>BELGRADO</b> (8)<br>- MOSTRA <b>ESPAÑA 2026</b> (1)<br>- ¿GIRA OCNE <b>AUSTRIA?</b> (4)<br>- GIRA <b>BNE ALEMANIA - FRANCIA</b> (4) | <b>2026-2027</b><br>- MOSTRA <b>ESPAÑA 2026</b> (4)<br>- <b>EUROPA DEL ESTE</b> : Concurso de cortos internacional "Contra el acoso somos un equipo" (5) |
|   | <b>2027-2028</b><br>- CENTENARIO PREMIOS <b>ÓSCAR</b><br>- GIRA CND <b>EEUU</b> (GEN. 27) (4)   |  | <b>2027-2028</b><br>- ¿EXP. ARTE FILIPINO (MNP) EN <b>EEUU?</b> (4)   | <b>2027-2028</b><br>- FERIA LIBRO <b>TESALONICA</b> (I. HONOR) (4)<br>- ANIV. <b>GOYA</b> (uso plataforma <b>VEO</b> ) (5)                               |



- EJE ASIA**
- INDIA (ME, C, AP, I, P)
  - CHINA (ME, C, AP, I, P)
  - HONGKONG (ME, C, AP, I, P)
  - COREA DEL SUR (ME, C, AP, I, P)
  - JAPÓN (ME, C, AP, I, P)

- SINGAPUR (ME, C, AP, I, P)
- FILIPINAS (ME, C, AP, I, P)
- AUSTRALIA (ME, C, AP, I, P)

- EJE RESTO EUROPA - EEUU**
- PORTUGAL (ME, C, AP, I, P)
  - FRANCIA (ME, C, AP, I, P)
  - REINO UNIDO (ME, C, AP, I, P)
  - PAISES BAJOS (ME, C, AP, I, P)
  - ALEMANIA (ME, C, AP, I, P)
  - REP. CHECA (ME, C, AP, I, P)
  - FINLANDIA (ME, C, AP, I, P)

- OMÁN (ME, C, AP, I, P)
- MARRUECOS (ME, C, AP, I, P)
- COSTA MARRIL (ME, C, AP, I, P)
- SUIZA (ME, C, AP, I, P)
- ITALIA (ME, C, AP, I, P)
- AUSTRIA (ME, C, AP, I, P)
- GRECIA (ME, C, AP, I, P)
- SERBIA (ME, C, AP, I, P)
- UCRANIA (ME, C, AP, I, P)

- EJE RESTO EUROPA - EEUU**
- CANADA (ME, C, AP, I, P)
  - EEUU (ME, C, AP, I, P)

- EJE AMÉRICA LATINA Y CARIBE**
- MEXICO (ME, C, AP, I, P)
  - COLOMBIA (ME, C, AP, I, P)
  - CHILE (ME, C, AP, I, P)
  - ARGENTINA (ME, C, AP, I, P)
  - BRASIL (ME, C, AP, I, P)
  - PARAGUAY (ME, C, AP, I, P)

| LEYENDA    |                                 |
|------------|---------------------------------|
| ME         | MÚSICA Y ESCÉNICAS              |
| C          | CINE                            |
| AP         | ARTES VISUALES                  |
| I          | IDIOMA                          |
| P          | PATRIMONIO                      |
| ● (Yellow) | PAISES CON ACCIONES ESPECÍFICAS |
| ● (Red)    | PAISES - HITOS                  |
| ● (Blue)   | OTROS PAISES                    |

“Internalities” fue el proyecto seleccionado para representar a España en la 19ª Bienal de Arquitectura de Venecia bajo el lema *Intelligens. Natural. Artificial. Collective*. Comisariado por los arquitectos Manuel Bouzas y Roi Salgueiro, el pabellón explora estrategias clave para la descarbonización de la arquitectura y la creación de ecosistemas territoriales independientes. Esta iniciativa estuvo organizada por el Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana (MIVAU), con la colaboración de Acción Cultural Española (AC/E) y la AECID.  
Foto de Luis Díaz Díaz. Cortesía de AC/E

# 5 Anexos





# Anexo I

## Indicadores de cumplimiento

|                                |  |  |
|--------------------------------|--|--|
| Acción<br>IDENTIDAD            | Diseñar la identidad/campaña para la acción cultural española en el exterior   | Creación de la identidad/sello/campaña   |
|                                | Posicionar el sello <i>España. Cultura Viva</i> en el escenario internacional como marca de excelencia                                   | Nº de apariciones en prensa, eventos, hitos internacionales, como colaborador, partner, menciones<br>Creación del canal cultural en RTVE   |
| Acción<br>DIPLOMACIA CULTURAL  | Consolidar el nivel de influencia de nuestro “poder suave”   | Global Soft Power Index<br>Índice de Presencia Global EICano<br>Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI)  |
|                                | Reforzar los lazos e intercambios culturales con otros países  | Implementación de la nueva “Estrategia España-África 2025-2028”<br>Nº convenios firmados<br>Años duales celebrados<br>Misiones comerciales   |
|                                | Fomentar el multilateralismo a través de la cultura: diplomacia española como herramienta para la paz, el entendimiento y la cooperación | Nº de convenios firmados<br>Encuentros bilaterales en escenarios de cultura<br>Participación de España en plataformas y organismos internacionales (Ej. Iberseries, UNESCO...)   |
|                                | Promover los derechos culturales y el acceso a la cultura como bien público mundial  | Nº de eventos culturales que cumplen con los criterios de igualdad de género<br>Nº de proyectos ejecutados que tienen entre sus fines la accesibilidad y participación ciudadana en la cultura<br>Nº de bienes culturales promocionados internacionalmente dedicados a la defensa de los Derechos Culturales |
| Acción<br>DESARROLLO ECONÓMICO | Promover la proyección internacional de todos los sectores creativos y culturales  | Balanza Comercial<br>Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales del Instituto Nacional de Estadística (INE)<br>Cuenta Satélite de la Cultura   |
|                                | Aumentar la exportación de bienes y servicios culturales y la proyección de nuestros creadores y creadoras, gestoras, proveedores...     | Balanza comercial<br>Artistas e intérpretes españoles/as en carteles y programas y acciones internacionales<br>Cuenta Satélite de la Cultura<br>Econcult (Universitat de València)<br>Número de festivales con presencia española  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Acción IDIOMA:<br/>EL ESPAÑOL,<br/>LENGUA DE<br/>CULTURA</p> | <p>Aumentar el posicionamiento internacional, conocimiento e interés de la creación cultural en español aprovechando la capacidad de impacto del idioma</p>   | <p>Anuario del Español en el Mundo (Instituto Cervantes)<br/>Observatorio Global del Español (Instituto Cervantes)<br/>Creación del Observatorio del Español en África y en Contextos Orientales (Tokio, Pekín, Nueva Delhi)<br/>Programas en canales internacionales: Cervantes en el Mundo (IC + RTVE), La gran aventura de la lengua española (RAE + IC + RTVE)<br/>Nº publicaciones internacionales sobre cultura española<br/>Nº de festivales internacionales con la cultura española como protagonista<br/>Nº de artistas españoles que asistan y participen en festivales internacionales<br/>Incremento estudiantes español en aulas IE y centros extranjeros<br/>Incremento de programas de intercambio para estudiantes de disciplinas artísticas (bellas artes, música, cine etc.) entre universidades españolas y extranjeras<br/>Nº de departamentos de español en universidades extranjeras<br/>Nº de lectores de español en universidades extranjeras</p> |
| <p>Acción COOPERACIÓN CULTURAL</p>                              | <p>Incluir el español y sus lenguas cooficiales en escenarios de excelencia: organismos internacionales, instituciones académicas, universidades, ciencia, tecnología, IA, grupos profesionales</p> | <p>Nº cátedras de español en universidades extranjeras<br/>Organismos internacionales que cuentan con español como idioma de trabajo o con programas de enseñanza del español<br/>Nº de actividades culturales Día del español<br/>Nº de adhesiones al compromiso de Guadalajara (compromiso editorial con el español y el portugués como lenguas de ciencia)<br/>Nº de secciones de español en bibliotecas nacionales (y otras, universitarias...)<br/>Nº de MOUs y Acuerdos bilaterales firmados<br/>Observación del Día del Español y Día Europeo de las Lenguas en OO.II y embajadas de España (Campañas en redes; eventos realizados)</p>  |
|   | <p>Fortalecer la cooperación cultural para el desarrollo sostenible, con incidencia en la concepción de la cultura como un derecho humano</p>   | <p>Nº personas involucradas en medidas de mejora del entorno urbano, comunitario o habitacional en el marco de la intervención<br/>Nº de personas que mejoran acceso y/o calidad de la formación técnico-profesional en el marco de la intervención<br/>Nº de proyectos, programas y actividades desarrollados en la red de CCE vinculados a la Estrategia de C y D<br/>Nº de personas que han participado en las actividades llevadas a cabo en la red de CCE.<br/>Nº de propuestas comunicativas generadas desde la red de CCE (podcast, radios, publicaciones)</p>   |

**Anexo II**  
**Presentación identidad**  
*España. Cultura Viva*

IDENTIDAD  
2026

**ESPAÑA**  
**CULTURA**  
**VIVA**

UNA IDENTIDAD  
PARA UNA CULTURA  
EN MOVIMIENTO

**26**





# 01

## Concepto y estrategia gráfica

En el marco del Plan nacional de acción cultural en el exterior 2026-2028, esta propuesta define una identidad común para la cultura española en el exterior: reconocible, utilizable y capaz de aportar coherencia en un ecosistema diverso. El objetivo es proyectar una presencia compartida, sólida y contemporánea, que funcione a escala internacional sin borrar matices.

La cultura española es una constelación en permanente movimiento, donde conviven patrimonio y experimentación, tradición y ruptura. A lo largo del tiempo ha generado referencias que han dialogado con el mundo y, al mismo tiempo, ha sabido renovarse desde escenas contemporáneas en transformación constante. Esa continuidad, capaz de sostener la herencia y activar la contemporaneidad, es el punto de partida del posicionamiento conceptual elegido.

En este proceso de reflexión, el concepto Cultura Viva aparece como síntesis estratégica: nombra una evidencia y abre un horizonte. La cultura española está viva porque se construye en movimiento, entre transmisión y reinención, patrimonio y creación contemporánea, entre lo local y lo global. “Viva” como algo que se crea, se comparte y se reinterpreta. Por eso apostamos por el claim “España Cultura Viva”. Un lema directo, memorable y comprensible internacionalmente sin necesidad de traducción. Mantenerlo en español funciona como gesto cultural: sitúa el idioma como activo de proyección exterior y como vínculo reconocible en muchos contextos, sin convertirse en una barrera para públicos no hispanohablantes.

Esta intención conceptual se traslada a una estrategia creativa basada en cinco principios formales y expresivos: origen, expresividad, dinamismo, pulso y expansión.

- El origen remite al enraizamiento y a una personalidad propia con lectura universal.
- La expresividad nombra el inicio, la chispa creativa y la pasión como impulso de creación.
- El dinamismo introduce una presencia capaz de abrirse y evolucionar.
- El pulso aporta vida y continuidad.
- La expansión expresa la circulación de ideas y obras, y la capacidad de conectar: una condición esencial de la cultura en difusión.

En términos gráficos, esta lógica se concreta en un signo de alta capacidad icónica: la **C de Cultura** se transforma en un elemento circular, casi primordial, desde cuyo centro se proyecta la identidad. El resultado sugiere, de forma abstracta, un origen que irradia. Es una manera de representar energía cultural: creación que ilumina, conecta y se difunde. Trabajar con elementos simbólicos básicos y casi abstractos permite englobar la amplitud de la cultura española y, a la vez, mantener una lectura internacional clara. En esa síntesis reside su potencia: una marca reconocible, con carácter, capaz de perdurar sin depender de tendencias.

La marca se construye como un sistema con dos virtudes clave: síntesis y recorrido. Por un lado, un símbolo esencial, legible y memorable, capaz de operar internacionalmente con muy baja dependencia del texto. Por otro, un lenguaje visual que se despliega en múltiples soportes, físicos y digitales, sin agotarse. Esa simplicidad facilita la adopción y la convivencia con otras marcas institucionales, y permite generar variaciones, nuevas formas y animaciones a partir del propio icono, enriqueciendo la comunicación sin perder coherencia.

## 02

### La cultura española en el exterior y sus valores

Esta identidad busca transmitir una idea de cultura española en el exterior articulada en cuatro dimensiones.

La primera es la riqueza. La cultura española no se define por una sola disciplina ni por un único relato, sino por la amplitud de su patrimonio y la vitalidad de sus escenas actuales.

La identidad parte de esa amplitud para ofrecer una representación sólida y reconocible, pero abierta, capaz de acompañar tanto el legado como las prácticas contemporáneas que hoy redefinen lenguajes. La noción de “viva” condensa esa riqueza como transformación: una cultura construida históricamente entre tradición e innovación, y en esa tensión fértil reside buena parte de su potencia proyectable.

La segunda es la diversidad: múltiples territorios, lenguas, disciplinas, escenas y generaciones conviviendo y produciendo significado. La marca debe dar cabida a esa complejidad sin homogeneizarla. Por eso hablamos de cultura viva: porque lo vivo admite pluralidad sin romperse; se adapta, se transforma y sigue siendo reconocible. Esta aproximación evita el riesgo más frecuente en una marca-país

cultural: reducir lo español a clichés agotados. Si el relato se apoya en tópicos, pierde recorrido y audiencia global; si se apoya en un sistema flexible, sitúa la cultura española en conversación con la contemporaneidad internacional desde una mirada abierta, plural y curiosa.

La tercera es la proyección internacional. La marca se plantea como herramienta común para ordenar y hacer visible la presencia de la cultura española fuera de sus fronteras. Funciona globalmente porque se apoya en conceptos universales y porque el sistema visual, especialmente el símbolo, opera con baja dependencia del texto. A nivel verbal, la elección del español se entiende como un elemento estratégico: el claim plantea el idioma como activo cultural y como canal de comunidad, industria cultural, educación y diplomacia. El mensaje se reconoce con facilidad en contextos de proximidad lingüística (LATAM, USA, Europa) y mantiene claridad en mercados donde el idioma no acompaña (especialmente en Asia) gracias a una identidad visual autosuficiente y legible. La proyección, así, se concibe como una presencia continuada: un marco común que permite sostener relatos, programas y colaboraciones en el tiempo.

La cuarta es la calidad. Se entiende en un sentido cultural amplio: cuidado, oficio, criterio, pensamiento y relevancia. Calidad también es artesanía contemporánea, detalle, trabajo bien hecho y transmisión. En la propuesta, esta idea se expresa en la precisión del símbolo y en la coherencia del sistema: una marca estable, clara y consistente, capaz de acompañar contenidos muy diversos sin perder autoridad ni calidez.

## 03

### Gama cromática y tipografía

La gama cromática parte de una idea sencilla: una cultura viva necesita una presencia visual con carácter, reconocible y cálida, perdurable y capaz de funcionar en contextos internacionales diversos. Por eso, el logotipo y el claim se plantean en rojo como punto de partida del sistema. Es un color asociado a España, pero, sobre todo, comunica pasión en un sentido

cultural amplio: intensidad, energía creativa, vida en la calle, expresión y comunidad. La pasión se aborda como pulso creativo: una intensidad que sostiene la creación, el encuentro y la vida colectiva, y que da a la marca un magnetismo propio.

A partir de ahí, se incorporan colores secundarios que amplían el registro y facilitan la aplicación en distintos soportes. El amarillo introduce luz, apertura y un tono amable que equilibra la fuerza del rojo. Opera como contrapunto luminoso: introduce alegría y amplitud, y refuerza la dimensión viva del sistema. El negro, por su parte, funciona como base estructural: aporta precisión, sobriedad y legibilidad, reforzando el tono institucional y ayudando a ordenar el conjunto. La gama está pensada para ser flexible: rojo, amarillo y negro pueden funcionar por separado o combinarse según el contexto, y el sistema admite tonos cálidos de apoyo cuando el contenido o la pieza lo requieran, manteniendo siempre una coherencia clara.

Respecto a la tipografía, se apuesta por una grotesca contemporánea, de carácter cálido pero preciso, elegida por su claridad, su tono actual y su buen comportamiento tanto en pantalla como en impresión. Es una tipografía pensada para el texto y la lectura continua, con una estructura sobria que sostiene el sistema sin competir con el símbolo, dando como resultado una voz accesible, legible y funcional.

Su diseño neutro y bien resuelto permite establecer jerarquías limpias y garantizar una lectura fluida en distintos formatos, al tiempo que refuerza el equilibrio central de la propuesta: carácter y rigor, emoción y consistencia, tradición y contemporaneidad. Además, gracias a sus adaptaciones a diferentes idiomas, es fácilmente trasladable a otros contextos lingüísticos, facilitando la traducción puntual del lema o de los contenidos sin perder coherencia ni identidad visual.

En conjunto, España Cultura Viva se concibe como una identidad que irradia: nace de un núcleo compartido y se despliega con expresividad, dinamismo y pulso creativo, en permanente expansión hacia el exterior. Una marca con capacidad icónica, pensada para brillar sin estridencias y dar forma a una presencia internacional luminosa. Abierta y contemporánea, capaz de abrazar la riqueza y la diversidad cultural y de proyectarlas con calidad, rigor y calidez. Una seña reconocible que conecta agentes, públicos y territorios, y hace visible la fuerza creadora de la cultura española en el mundo.

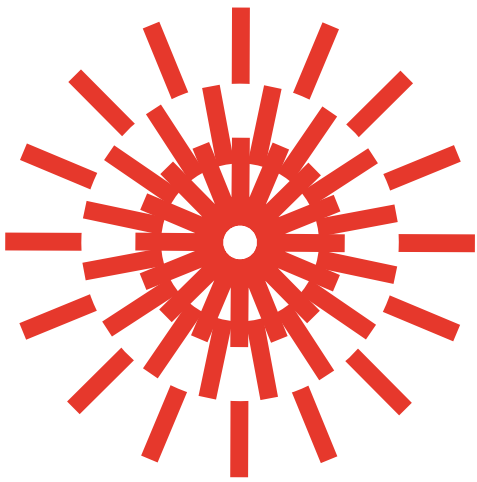
# 04

## Diseño e identidad de la marca

La identidad ha sido conceptualizada y diseñada por Clase Bcn, un estudio de diseño multidisciplinar especializado en branding y dirección creativa. Desde una aproximación estratégica y cultural, desarrolla identidades y sistemas visuales para marcas e instituciones de los ámbitos del arte, la cultura, la arquitectura, el diseño, la gastronomía, la moda y la educación.

Con más de 30 años de trayectoria, Clase fue fundado por Claret Serrahima y está actualmente dirigido por Daniel Ayuso, en la dirección creativa, y Sandra Parcet, en la dirección ejecutiva. Su trabajo abarca identidad, comunicación, campañas, proyectos editoriales, entornos digitales y espaciales, así como dirección creativa y acompañamiento estratégico.

A lo largo de su trayectoria, ha sido premiado en numerosas ocasiones y ha colaborado con instituciones y marcas nacionales e internacionales como: Ajuntament de Barcelona, MACBA, Fundació Joan Miró, PoMo Modern & Contemporary Art Museum (Noruega), Teatro de la Abadía, Palau de la Música Catalana, Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Barcelona Centre de Disseny, Foment de les Arts i el Disseny (FAD), Institut Ramon Llull, Universitat Pompeu Fabra (UPF), Roca Global, Kave Home, Park Güell y la Sagrada Família entre otros.











# Anexo III

## Glosario de términos

### Palabras clave

- **Acción cultural exterior:** Concepto que engloba tanto la diplomacia cultural como la cooperación cultural, e incluye todas las actividades, iniciativas y políticas destinadas a proyectar la cultura de un país en el exterior. Se orienta a influir sobre la percepción internacional del país, promover las industrias culturales y creativas, y contribuir al desarrollo internacional mediante cultura. La acción cultural exterior integra la política estatal, la internacionalización de industrias creativas y las colaboraciones bilaterales o multilaterales. La cultura, la cooperación y la transmisión de valores guían la hoja de ruta de la acción exterior de las sociedades democráticas, avanzadas y abiertas.
- **Actividades, bienes y servicios culturales:** Actividades, bienes y servicios que encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden ser un fin en sí mismas o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.
- **Agenda cultural exterior:** Planificación estratégica de actividades culturales internacionales de un país; incluye misiones, giras, festivales, ferias, exposiciones y residencias.
- **Cooperación cultural internacional:** Acuerdos, redes y proyectos conjuntos entre países o instituciones para la producción, intercambio y difusión de cultura. Hace referencia principalmente a las actividades y proyectos colaborativos entre países, instituciones y sociedad civil, con el objetivo de fomentar el desarrollo, el intercambio y la protección de la diversidad cultural. Se fundamenta en el principio de reciprocidad, el diálogo y la colaboración para fortalecer capacidades, compartir patrimonio y generar beneficios mutuos, muchas veces de manera descentralizada y horizontal. La cooperación cultural no siempre implica la promoción directa de una imagen nacional.
- **Cuenta Satélite de la Cultura:** Análisis estadístico anual que proporciona información económica y permite estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía del país.
- **Cultura:** Conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social, incluye además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias.

- **Diplomacia cultural:** Campo de la diplomacia pública que se ocupa del uso estratégico de la cultura por parte de un Estado para promover sus intereses y mejorar su imagen en el exterior mediante el intercambio de ideas, valores, tradiciones o productos culturales. Está considerada una herramienta de “poder suave” (*soft power*) que busca el entendimiento mutuo, la construcción de confianza y el intercambio cultural, esto es, el respeto y la integración de las otras identidades nacionales.
- **Diplomacia pública:** Conjunto de instrumentos y estrategias por los que un Estado comunica valores, cultura e imagen a audiencias extranjeras, influyendo en la opinión pública de otros países, a menudo mediante acciones no gubernamentales, instituciones culturales, medios y líderes de opinión.
- **Diversidad cultural:** Multiplicidad de formas en que se manifiestan las culturas de los grupos y sociedades. Se refiere no sólo a las diversas formas en las que se expresa el patrimonio cultural de la humanidad, enriquecido y transmitido gracias a una variedad de expresiones culturales, sino también a través de los distintos modos de creación artística, producción, distribución, difusión y disfrute, cualquiera que sea el medio y la tecnología utilizados.
- **Economía creativa:** Sistema económico basado en actividades donde la creatividad, el conocimiento y el capital intelectual producen valor, especialmente bienes y servicios culturales exportables.
- **Economía del conocimiento:** Modelo de desarrollo fundamental para el futuro de las sociedades. Representa un cambio de paradigma en la forma en que se crea valor, destacando la importancia del conocimiento, la innovación y la tecnología como motores del crecimiento económico y el desarrollo social.
- **Exportación cultural:** Venta y distribución internacional de bienes y servicios culturales, como libros, audiovisuales, arte, entre otros.
- **Imagen exterior:** Percepción y reputación internacional de un país, creada en parte por sus expresiones culturales y políticas públicas.
- **Industrias Culturales y Creativas (ICC):** Sectores que producen y distribuyen bienes y servicios culturales, abarcando artes visuales, editoriales, música, audiovisual, videojuegos, diseño, moda, arquitectura, artesanía, etc.
- **Infraestructura cultural:** Elementos, instituciones y servicios que sostienen la creación, difusión y exportación cultural (museos, bibliotecas, teatros, centros culturales, redes logísticas).
- **Interculturalidad:** Presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, a través del diálogo, la interacción y el respeto mutuo.
- **Internacionalización cultural:** Proceso por el que la cultura de un país se proyecta y transmite al exterior, ya sea para mejorar la imagen internacional o para exportar bienes y servicios culturales.
- **Poder suave (*soft power*):** Capacidad de un país para influir en otros a través de la atracción cultural, valores y políticas, en lugar de la coerción o el poder militar/económico.

- **Marca país:** Estrategia para posicionar la imagen de un país en el exterior, utilizando activos culturales, valores, turismo, productos y creatividad nacional.
- **Movilidad cultural:** Circulación internacional de artistas, creadores y profesionales de la cultura.
- **Multilateralismo:** Práctica y principio de cooperación entre tres o más Estados para abordar problemas comunes y alcanzar objetivos compartidos, a menudo a través de organismos internacionales o acuerdos. Conjunto de normas y métodos que los actores internacionales (Estados, empresas, sociedad civil) acuerdan seguir y aplicar sobre la base de principios compartidos y vinculantes para todos. El espíritu del multilateralismo, según las Naciones Unidas, es: “juntos somos más fuertes”.
- **Observatorio Global del Español:** Centro de análisis y prospectiva del Instituto Cervantes creado para estudiar, promover y difundir el español y la cultura hispánica a nivel mundial, especialmente en la era de la transformación digital e inteligencia artificial
- **Política exterior:** Estrategia y acciones mediante las cuales un Estado gestiona sus relaciones y posicionamiento internacional.
- **Sociedad civil:** Conjunto de organizaciones no gubernamentales, ciudadanía y sectores independientes que también participan activamente en la vida cultural.



# Anexo IV

## Información y enlaces de utilidad

Convocatorias, becas y programas de apoyo

Convocatorias y procedimientos activos AECID:

[aecid.gob.es/activos](https://aecid.gob.es/activos)

Catálogo AECID artes escénicas y música:

[excenario.aecid.es](https://excenario.aecid.es)

Catálogo de Becas, ayudas y subvenciones del Ministerio de Cultura:

[cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones.html](https://cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/becas-ayudas-y-subvenciones.html)

Programa AC/E para la internacionalización de la Cultura Española PICE:

[accioncultural.es/es/progPICE](https://accioncultural.es/es/progPICE)

Ofertas de empleo y becas Instituto Cervantes:

[cervantes.sede.gob.es/categoria?idCat=100212](https://cervantes.sede.gob.es/categoria?idCat=100212)

Programa de apoyo al posicionamiento digital de la música creada en España 2025-2026. ICEX

[icex.es/es/agenda/Programa-apoyo-posicionamiento-digital-musica-creada-espana-2025](https://icex.es/es/agenda/Programa-apoyo-posicionamiento-digital-musica-creada-espana-2025)

Planes estratégicos y normativos

Plan de Acción AECID 2025:

[www.aecid.es/documents/d/guest/250626-plan-de-accion-aecid-2025-final](https://www.aecid.es/documents/d/guest/250626-plan-de-accion-aecid-2025-final)

Plan de Derechos Culturales del Ministerio de Cultura:

[planderechosculturales.cultura.gob.es/presentacion.html](https://planderechosculturales.cultura.gob.es/presentacion.html)

Repositorio de documentos marco sobre derechos culturales:

[planderechosculturales.cultura.gob.es/documentos.html](https://planderechosculturales.cultura.gob.es/documentos.html)

Plan de Acción cultural, Bibliotecas y Cultura digital del Instituto Cervantes 2023-2026

[https://cervantes.org/sites/public/produccion/files/2023-01/2023\\_plan-de-accion-cultural-bibliotecas-y-cultura-digital-2023-2026.pdf](https://cervantes.org/sites/public/produccion/files/2023-01/2023_plan-de-accion-cultural-bibliotecas-y-cultura-digital-2023-2026.pdf)

### Constitución Española (cultura y patrimonio)

La cultura y el patrimonio en la Constitución. Ministerio de Cultura.

[www.cultura.gob.es/dam/jcr:b3481d84-0de6-4786-8707-920a5b933b1c/la%20cultura%20y%20el%20patrimonio%20en%20la%20constituci%C3%B3n.pdf](http://www.cultura.gob.es/dam/jcr:b3481d84-0de6-4786-8707-920a5b933b1c/la%20cultura%20y%20el%20patrimonio%20en%20la%20constituci%C3%B3n.pdf)

### Cultura, estadísticas y transparencia

Cuenta Satélite de la Cultura en España (Ministerio de Cultura):

[cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/csc.html](http://cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/csc.html)

CULTURABase

[cultura.gob.es/servicios-a-la-ciudadania/estadisticas/cultura/mc/culturabase/portada.html](http://cultura.gob.es/servicios-a-la-ciudadania/estadisticas/cultura/mc/culturabase/portada.html)

Informes de interés. Cultura y Ocio (Portal de Transparencia):

[transparencia.gob.es/transparencia/transparencia\\_Home/index/MasInformacion/Informes-de-interes/Cultura\\_y\\_ocio.html](http://transparencia.gob.es/transparencia/transparencia_Home/index/MasInformacion/Informes-de-interes/Cultura_y_ocio.html)

Presupuestos Generales del Estado. Programa 144A (cultura en el exterior):

[www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2022Proyecto/MaestroDocumentos/PGE-ROM/N\\_22\\_A\\_R\\_31\\_112\\_1\\_2\\_3\\_1144A\\_C.htm](http://www.sepg.pap.hacienda.gob.es/Presup/PGE2022Proyecto/MaestroDocumentos/PGE-ROM/N_22_A_R_31_112_1_2_3_1144A_C.htm)

20 claves del español en el mundo. Instituto Cervantes

[cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_25/elm/p01.htm](http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_25/elm/p01.htm)

### Programas y redes de cooperación internacional

Programa Europa Creativa:

[culture.ec.europa.eu/es/creative-europe/about-the-creative-europe-programme](http://culture.ec.europa.eu/es/creative-europe/about-the-creative-europe-programme)

HUB Audiovisual (Ministerio de Economía):

[spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/spain-audiovisual-hub](http://spinaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/spain-audiovisual-hub)

Red de Institutos Nacionales de Cultura de la Unión Europea. EUNIC España:

[eunic-madrid.eu/sobre-eunic-madrid/](http://eunic-madrid.eu/sobre-eunic-madrid/)

### Instituciones, recursos y congresos

Biblioteca electrónica del Instituto Cervantes:

[cervantes.org/es/bibliotecas/biblioteca-electronica](http://cervantes.org/es/bibliotecas/biblioteca-electronica)

Congresos Internacionales de la Lengua:

[congresosdelalengua.es/](http://congresosdelalengua.es/)

Instituto de la Música\_ Internacionalización:

[institutodelamusica.org/internacional/mapa-de-recursos/](http://institutodelamusica.org/internacional/mapa-de-recursos/)

[institutodelamusica.org/el-manual-de-movilidad-internacional-para-la-industria-musical-ya-esta-disponible/](http://institutodelamusica.org/el-manual-de-movilidad-internacional-para-la-industria-musical-ya-esta-disponible/)

### Derechos Culturales

Estudios e informes del Ministerio de Cultura:

<https://www.cultura.gob.es/cultura/derechos-culturales/estudios-e-informes.html>

La cultura como bien público mundial:

<https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:72f71867-7b42-4f1a-aebd-093d37d867b8/informe-cultura-bien-gabeiras.pdf>

# Anexo V

## Documentos de referencia y bibliografía

Acción Cultural Española AC/E. (2023). 10 años del PICE (2013-2023).

[accioncultural.es/es/10-anos-del-pice-ebook](https://accioncultural.es/es/10-anos-del-pice-ebook)

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) (2024). Plan director de la Cooperación Española para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global 2024-2027.

[exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/Cooperaci%C3%B3n%20para%20el%20desarrollo/Plan%20Director%20de%20la%20Cooperaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1ola\\_FINAL.pdf](https://exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/Cooperaci%C3%B3n%20para%20el%20desarrollo/Plan%20Director%20de%20la%20Cooperaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1ola_FINAL.pdf)

Álvarez Valencia, J. (2019). Hacia un nuevo paradigma para la diplomacia cultural española. / Real Instituto Elcano.

[realinstitutoelcano.org/analisis/hacia-un-nuevo-paradigma-para-la-diplomacia-cultural-espanola/](https://realinstitutoelcano.org/analisis/hacia-un-nuevo-paradigma-para-la-diplomacia-cultural-espanola/)

Badillo, A. (2014). Las políticas públicas de acción cultural exterior de España. Estrategia Exterior Española 19/2014. Real Instituto Elcano.

[realinstitutoelcano.org/analisis/las-politicas-publicas-de-accion-cultural-exterior-de-espana/](https://realinstitutoelcano.org/analisis/las-politicas-publicas-de-accion-cultural-exterior-de-espana/)

Brand Finance (2026). Global Soft Power Index 2026.

<https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-soft-power-index-2026-digital.pdf>

Brand Finance (2025). Global Soft Power Index 2025.

[brandirectory.com/softpower/](https://brandirectory.com/softpower/) / <https://brandfinance.com/press-releases/espana-cae-dos-posiciones-hasta-la-decimotercera-en-el-ranking-de-poder-blando>

Celaya, J., Rausell Köster, P., & Villarroya Planas, A. (Coordina: Rueda, F.). (s.f.). La internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas. Observatorio de Cultura y Comunicación Fundación Alternativas / Google.

[europacreativamedia.cat/wp-content/uploads/Internacionalitzacio\\_1.pdf](https://europacreativamedia.cat/wp-content/uploads/Internacionalitzacio_1.pdf)

Comisión Europea. (2012). Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU.

[ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/communication-sept2012.pdf](https://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/communication-sept2012.pdf)

COTEC (2025). Los sectores culturales y creativos en España 2025.

[cotec.es/wp-content/uploads/2025/05/20250519-Cotec-Los-sectores-culturales-y-creativos-en-Espana-2.pdf](https://cotec.es/wp-content/uploads/2025/05/20250519-Cotec-Los-sectores-culturales-y-creativos-en-Espana-2.pdf)

Fundación Alternativas (2024). Informe sobre el estado de la Cultura 2024. Observatorio de Cultura y Comunicación.

[fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2024/10/CULTURA\\_COMUNICACION\\_2024\\_DIGITAL.pdf](https://fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2024/10/CULTURA_COMUNICACION_2024_DIGITAL.pdf)

Fundación Alternativas (2025). Informe sobre el estado de la cultura española y su proyección global (pp. 67–87).

[fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2025/11/Informe-Cultura\\_FA\\_2025\\_WEB.pdf](https://fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2025/11/Informe-Cultura_FA_2025_WEB.pdf)

Fundación Carolina. (s.f.). El rol de la diplomacia cultural en el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

[fundacioncarolina.es/el-rol-de-la-diplomacia-cultural-en-el-desarrollo-de-los-ods/](https://fundacioncarolina.es/el-rol-de-la-diplomacia-cultural-en-el-desarrollo-de-los-ods/)

Google Arts & Culture. (s.f.). El español más allá de las palabras

[artsandculture.google.com/project/spanish-language](https://artsandculture.google.com/project/spanish-language)

Instituto Cervantes. (2025). Anuario El español en el Mundo 2025.

[cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario\\_25/default.htm](https://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_25/default.htm)

Instituto Cervantes. (2024). Anuario El español en el Mundo 2024.

[cervantes.org/es/sobre-nosotros/publicaciones/espanol-mundo-anuario-instituto-cervantes-2024](https://cervantes.org/es/sobre-nosotros/publicaciones/espanol-mundo-anuario-instituto-cervantes-2024)

Interarts. (2011). Guía jurídica para la movilidad cultural en España.

[interarts.net/descargas/interarts1022.pdf](https://interarts.net/descargas/interarts1022.pdf)

La Porte, T. (2006). La diplomacia cultural americana: una apuesta por el recurso al poder blando. Real Instituto Elcano.

[realinstitutoelcano.org/analisis/la-diplomacia-cultural-americana-una-apuesta-por-el-recurso-al-poder-blando/](https://realinstitutoelcano.org/analisis/la-diplomacia-cultural-americana-una-apuesta-por-el-recurso-al-poder-blando/)

Menéndez Reyes, M. E. (s.f.). Diplomacia cultural: aproximación al concepto, y apuntes sobre el modelo de diplomacia cultural en España. Universidad Politécnica de Valencia.

[polipapers.upv.es/index.php/cs/article/view/10816/10832](https://polipapers.upv.es/index.php/cs/article/view/10816/10832)

MIDiA Research. MIDiA Research 2025 – 2032 Global Music Forecasts

[midiaresearch.com/blog/midia-research-2025-2032-global-music-forecasts-re-calibration](https://midiaresearch.com/blog/midia-research-2025-2032-global-music-forecasts-re-calibration)

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2025). Estrategia de Acción Exterior de España 2025-2028. Una política exterior con identidad propia.

[exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/EAE\\_2025-2028/Estrategia%20de%20Acci%c3%b3n%20Exterior%202025-2028.pdf](https://exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/EAE_2025-2028/Estrategia%20de%20Acci%c3%b3n%20Exterior%202025-2028.pdf)

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Plan Director de la Cooperación Española para el Desarrollo Sostenible y la Solidaridad Global 2024-2027.

[exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/Cooperaci%C3%B3n%20para%20el%20desarrollo/Plan%20Director%20de%20la%20Cooperaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1ola\\_FINAL.pdf](https://exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Documents/Cooperaci%C3%B3n%20para%20el%20desarrollo/Plan%20Director%20de%20la%20Cooperaci%C3%B3n%20Espa%C3%B1ola_FINAL.pdf)

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (s.f.). Diplomacia pública.

[exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/DiplomaciaPublicaDigital.aspx](https://exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/DiplomaciaPublicaDigital.aspx)

Ministerio de Cultura (2025). Anuario de Estadísticas Culturales [cultura.gob.es/dam/jcr:f02164e8-5a5e-4662-bf5b-fe7f8fa1c36f/sintesis-de-indicadores-estadisticos-culturales-2025.pdf](https://cultura.gob.es/dam/jcr:f02164e8-5a5e-4662-bf5b-fe7f8fa1c36f/sintesis-de-indicadores-estadisticos-culturales-2025.pdf)

Ministerio de Cultura. (Revisión 2024). Cuenta Satélite de la Cultura en España 2024. [cultura.gob.es/dam/jcr:b185405e-70f7-4d9e-9697-80dc02440cec/cuenta-satelite-de-la-cultura-en-espana-2020-2022.pdf](https://cultura.gob.es/dam/jcr:b185405e-70f7-4d9e-9697-80dc02440cec/cuenta-satelite-de-la-cultura-en-espana-2020-2022.pdf)

Ministerio de Cultura. (2024–2025). Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025. [cultura.gob.es/servicios-a-la-ciudadania/estadisticas/cultura/mc/culturabase/encuesta-de-habitos/resultados-habitos.html](https://cultura.gob.es/servicios-a-la-ciudadania/estadisticas/cultura/mc/culturabase/encuesta-de-habitos/resultados-habitos.html)

Ministerio de Cultura. (s.f.). Plan de Derechos Culturales. [planderechosculturales.cultura.gob.es/presentacion.html](https://planderechosculturales.cultura.gob.es/presentacion.html)

Nye, J. (2004). Soft Power: The means to success in world politics. Harvard Kennedy School – Belfer Center. [belfercenter.org/sites/default/files/pantheon\\_files/files/publication/joe\\_nye\\_wielding\\_soft\\_power.pdf](https://belfercenter.org/sites/default/files/pantheon_files/files/publication/joe_nye_wielding_soft_power.pdf)

Profilm. (2024). Informe PROFILM: Datos económicos de la producción audiovisual internacional en España 2024. [profilm.es/wp-content/uploads/2025/06/PRESENTACIONPROFILM2024V2-3.pdf](https://profilm.es/wp-content/uploads/2025/06/PRESENTACIONPROFILM2024V2-3.pdf)

Real Instituto Elcano. (2015). La diplomacia musical española. [media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/11/ari61-2015-marc-diplomacia-musical-espanola-musica-popular.pdf](https://media.realinstitutoelcano.org/wp-content/uploads/2021/11/ari61-2015-marc-diplomacia-musical-espanola-musica-popular.pdf)

Santos Redondo, M., & Montás Betances, M. M. (s.f.). Economía de las industrias culturales en español (cap. 7). Centro Virtual Cervantes. [cvc.cervantes.es/lengua/espanol\\_economia/07.htm](https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_economia/07.htm)

SGAE. (2024). Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2024: La Cultura en datos. [sgae.es/noticia/anuario-sgae-2024-la-cultura-en-datos/](https://sgae.es/noticia/anuario-sgae-2024-la-cultura-en-datos/)

UNESCO. (2001). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Naciones Unidas. [unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity](https://unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity)

UNESCO. (2005). Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. [unesco.org/creativity/es/2005-convention](https://unesco.org/creativity/es/2005-convention)

UNESCO. (2022). Repensar las políticas para la creatividad: Plantear la cultura como un bien público global. [unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380475\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380475_spa)

Vázquez Barrado, A. (2012). Aproximación a la política cultural exterior de España. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. Universitat de Barcelona. [gestioncultural.org/ficheros/1\\_1340007319\\_AVazquez.pdf](https://gestioncultural.org/ficheros/1_1340007319_AVazquez.pdf)

Unión Europea – Eurobarómetro. (2025). Eurobarómetro Especial 562: Actitudes de los europeos hacia la cultura (mayo 2025). [europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3364?etrans=es](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3364?etrans=es)

Esta impresión se ha realizado para la presentación del **Plan nacional de acción cultural en el exterior 2026-2028** para su tramitación y aprobación por los órganos pertinentes y corresponde a una copia fiel de la publicación en formato digital.

**Coordinación técnica y edición:**

D.G. de Asuntos Culturales de Presidencia del Gobierno  
Complejo de La Moncloa | Avda. Puerta de Hierro s/n. 28071 – Madrid

**Diseño gráfico:**

María Carmona - Estudio de diseño  
[mariacarmona.studio](http://mariacarmona.studio)



Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Esta licencia exige que quienes reutilicen este material den crédito al creador. Permite distribuir, remezclar, adaptar y crear obras derivadas del material en cualquier medio o formato, exclusivamente con fines no comerciales. Si otros modifican o adaptan el material, deberán licenciar la obra modificada bajo los mismos términos. BY: Debes dar crédito al creador. NC: Solo se permite el uso no comercial de tu obra. No comercial significa que no está destinado a obtener beneficios comerciales ni compensación económica. SA: Las adaptaciones deben compartirse bajo los mismos términos.

[creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es)





|   |                                 |
|---|---------------------------------|
|  <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p> | <p>PRESIDENCIA DEL GOBIERNO</p> |
|---|---------------------------------|

|  |
|--|
|  <p>MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN</p> |
|--|

|  |
|--|
|  <p>MINISTERIO DE CULTURA</p> |
|--|

|   |
|---|
|  <p>MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA</p> |
|---|

|  |
|--|
|  <p>MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES</p> |
|--|

|  |
|--|
|  <p>MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO</p> |
|--|

|   |
|---|
|  <p>MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA</p> |
|---|

