

FACULTAT DE TRADUCCIÓ I D'INTERPRETACIÓ

GRAU D'ESTUDIS D'ÀSIA ORIENTAL

TREBALL FI DE GRAU

**LA IMPORTANCIA DE LA PRESENCIA CULTURAL EN
LA DIPLOMACIA ESPAÑOLA.**

BLANCA DOÑATE PÉREZ

TUTOR

MARÍA ANTONIA MARTÍ ESCAYOL

BARCELONA, JUNY DE 2015

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

La opinión pública sobre la imagen de un país y su cultura se ha convertido hoy en un factor relevante en las relaciones internacionales y por ende en la diplomacia pública.

La acción internacional en nuestros días, no sólo consiste en gestionar la política exterior de un país, sino también en mostrar y evidenciar los mensajes culturales adecuados a los públicos objetivos.

Los actores que intervienen en la consecución de una imagen adecuada son de muy diversa índole y actúan desde campos diferentes, como la diplomacia tradicional, la pública, la económica, las acciones comerciales o las acciones de comunicación.

La diplomacia pública es uno de los instrumentos de un Estado para trasladar en el extranjero la identidad de un país, en función de las directrices de la política exterior.

En este documento analizamos los distintos órganos que gestionan la diplomacia pública como guía para profesionales de la cultura, en las relaciones exteriores con Asia, y la imagen de España en el exterior.

Palabras clave:

Diplomacia pública, marca España, diplomacia cultural en Asia, “poder blando”, Instituto Confucio- Instituto Cervantes.

Abstract

The public opinion about the image of a country and its culture, now become a factor on international relations and therefore on public diplomacy.

Today International actions, not only to manage the foreign policy of a country but also to show and demonstrate to the appropriate target audiences, cultural messages.

The actors involved in achieving a proper picture are very diverse and act from different fields, such as traditional economic diplomacy, public, commercial actions or actions of communication.

Public diplomacy is one of the instruments of a State to transfer the identity of a country, based on the guidelines of the foreign policy abroad.

In this paper we analyze the various bodies that manage public diplomacy as a guide for professionals of culture in external relations with Asia, and the image of Spain abroad.

Keywords:

Public diplomacy, Brand Spain, cultural diplomacy in Asia, "soft power", Institute Confucius- Institute Cervantes.

Resum

L'opinió pública sobre l'imatge d'un país i la seua cultura s'ha convertit hui en un factor rellevant en les relacions internacionals i per tant en la diplomàcia pública.

L'acció internacional en els nostres dies, no sols consisteix a gestionar la política exterior d'un país, sinó també a mostrar i evidenciar els missatges culturals adequats als públics objectius.

Els actors que intervenen en la consecució d'una imatge adequada són de molt diversa índole i actuen des de camps diferents, com la diplomàcia tradicional, la pública, l'econòmica, les accions comercials o les accions de comunicació.

La diplomàcia pública és un dels instruments d'un Estat per a traslladar en l'estranger la identitat d'un país, en funció de les directrius de la política exterior.

A aquest document analitzem els distints òrgans que gestionen la diplomàcia pública com guia per a professionals de la cultura, en les relacions exteriors amb Àsia, i la imatge d'Espanya en l'exterior.

Paraules clau:

Diplomàcia pública, marca Espanya, diplomàcia cultural a Àsia, "poder moll", Institut Confuci- Institut Cervantes.

La importancia de la presencia cultural en la diplomacia pública española.

1. Resumen.....	5
2. Introducción.....	5
3. Acrónimos.....	5
4. Objetivos.....	6
5. Marco conceptual o marco teórico.	9
6. Definición de diplomacia pública y sus actividades.....	10
Modelos de diplomacia pública.....	11
6.1. Modelo centralizado	11
6.2. Modelo descentralizado	11
7. Promoción cultural.....	12
Presencia cultural en el exterior del gobierno de España.....	12
7.1. Agencia Española de Cooperación y Desarrollo Internacional, AECID.	13
7.2. España hacia Asia y el Pacífico política sectorial.....	14
7.3. Modelo de casas.....	15
7.3.1.Casa Asia	16
7.4. Instituto Cervantes.	18
7.4.1.Objetivos y funciones.....	19
7.4.2.Órganos rectores	19
7.4.3.Histórico de la creación del I. Cervantes.....	21
7.4.4.Proyección futura del I. Cervantes.	22
7.5. Fundació Carolina.	23
8. Acción cultural de China en España	26
8.1. Centro Cultural de China en Madrid	27
8.2. Los Institutos Confucio:	28
8.2.1.Los I.C. en España	30
8.2.2.I.C. Barcelona	30
8.2.3.I.C. Valencia.	33
8.2.4.Análisis	33
8.3. La Cámara de Comercio Hispano China.....	35
8.3.1.Objetivos y Fines de la Cámara.....	35
8.3.2.Historia.....	36
8.3.3.Fundación:.....	36
9. Conclusiones.	37

10. Anexo	38
------------------------	-----------

11. Bibliografía	44
-------------------------------	-----------

1. Resumen

Para el público, la cultura y la imagen de un país se han convertido en relaciones, especialmente en relaciones diplomáticas importantes. Hoy, la exhibición de actividades internacionales no solo es política exterior, sino también información cultural. La exhibición de información cultural y la explicación, pero la información cultural y el público coinciden. La imagen de un país se refleja en diferentes campos, como el modo tradicional de diplomacia, política, economía, actividades comerciales y actividades de intercambio. La diplomacia pública es la herramienta que el país utiliza para construir su imagen internacional, para la política exterior, para servir a la política exterior. En este documento, analizamos el papel de diferentes instituciones en la diplomacia pública como medio de transmisión cultural y la relación con Asia, así como la imagen internacional de España. Palabras clave: diplomacia pública, España, Asia, diplomacia cultural, "poder blando", Confucio, Confucio, Confucio.

2. Introducción

Después del éxito del capitalismo asiático, nos encontramos en el continuo laboratorio de modernización de la sociedad y la cultura. Como vía alternativa a la adaptación a la modernidad podemos encontrar las relaciones o el diálogo entre España y China, así tenemos un acercamiento a la cultura china que se lleva a cabo no solo con un monólogo económico, ni tampoco filosófico, sino como conocimientos culturales alternativos y en definitiva como un diálogo amigable y enriquecedor de conocimientos.

La sabiduría no reside tan solo en los inmensos tomos de relaciones y normas internacionales repletos de tinta, sino en la experiencia. Quizá sobran palabras para definir una experiencia y quizá falten segundos para asimilarla, esto es algo continuo en culturas asiáticas debido a los rápidos y enormes cambios. Así instituciones como Casa Asia, el Instituto Confucio e Instituto Cervantes abren las puertas a una experiencia y una visión de la cultura necesaria para nuestra vida dentro de los cambios globales que vivimos.

3. Acrónimos

-D.P, Diplomacia pública.

-D-T-D, de diplomático a diplomático.

- F.C, Fundación Carolina.
- HANBAN, Oficina del Consejo Internacional del Idioma Chino.
- HSK, “hanyu shuiping kaoshi”, Examen de nivel del idioma chino.
- I.C., Instituto Confucio.
- I. Cervantes.
- FICB, Fundación Instituto Confucio Barcelona.
- INE, Instituto de Estadísticas del Padrón Continuo.
- MAEC, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- MEC, Ministerio de Educación y Ciencia.
- MC, Ministerio de Cultura.
- SEACEX, Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior.
- SECI, Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional.
- PCCh, Partido Comunista de República Popular China.

4. Objetivos

El objetivo del presente trabajo es realizar un análisis sobre aquellos entes encargados de gestionar esta D.P. centrándonos en las acciones con contenido cultural, así pues las relaciones internacionales se expondrán y tratarán de forma íntimamente ligada a la acción cultura de España en Asia y en España por China a través de los I.Cervantes, I.Confucio, Casa Asia, etc.

La diplomacia pública es uno de los elementos más empleados y valorados en la actualidad a la hora de abordar las relaciones internaciones entre los Estados. La D.P. nace como tal en Europa con el sistema Westfaliano a principios del siglo XVII. En China su origen se remonta (诸侯, Zhūhóu) a la época de los estados vasallos o tributarios, utilizando el sistema Sinocéntrico, que es un sistema jerárquico de relaciones internacionales.

Si bien en la década de los años 60 y 70 se definieron, teorizaron y aplicaron más o menos de forma consensuada los programas de relaciones internacionales, en China no es hasta los años 80 cuando se introduce la investigación sobre las relaciones

internacionales¹. Es durante esta década cuando se estudian las relaciones entre las grandes potencias dentro la estructura del sistema internacional, sin olvidar la interdependencia económica, la integración regional, las instituciones internacionales o la gobernanza mundial².

Llegado al momento actual los académicos chinos se han hecho dos preguntas: la primera si es razonable aplicar exclusivamente teorías occidentales para interpretar de manera general los asuntos mundiales y en particular las prácticas no occidentales. Parece claro que, en ocasiones, la teoría occidental de las relaciones internacionales no ha sido capaz de explicar la realidad de nuestro mundo³.

El presente estudio presenta una visión de la actualidad de la diplomacia pública Chino-Española y Asiático-Española, partiendo de la exposición y análisis de los principales elementos y conceptos que la componen. En primer lugar se realizará una revisión histórica centrada en la acción cultural española desde finales del S.XIX y principios del XX. Posteriormente se realizará un repaso de los principales organismos tanto públicos como privados, sus líneas de acción, críticas, fortalezas y debilidades. Se definirán los principales retos a los que se enfrenta la diplomacia pública española en el presente y el futuro. Este estudio se estructura a partir de tres ejes fundamentales:

-Una introducción al marco conceptual, con definiciones sencillas, claras y ordenadas que sintetizen los aspectos básicos de la materia con intención de realizar una aproximación de gestión cultural.

-Un repaso histórico a fin de situar estos conceptos, su aparición y evolución, como modo de acercamiento a la realidad actual de la acción cultural Hispano-China.

-Y por último un análisis de casos e investigación de los agentes implicados para ubicar al profesional de la cultura en la actualidad de la acción cultural exterior española y la acción cultural china en España.

¹ Qin Yaqing, Vicepresidente de la Universidad de Asuntos Exteriores de China (Beijing) Qin,2007: 313-340).

² Wang, 2002,Decano del Instituto de Relaciones Internacionales Modernas en la Universidad de Tsinghua y autor de Ancient Chinese Thought, Modern Chinese PowerWang, 2002

³ Qin Yaqing:

Estos objetivos, pueden parecer excesivamente teóricos, como los temas dedicados al estudio conceptual e histórico, aunque se presentan sencilla y ordenadamente como manual de consulta orientados a perfiles profesionales de gestión cultural, creadores y profesionales del sector público interesados o especializados en aspectos como la internacionalización de la cultura, sus productos y servicios.

Mostrando una revisión actual de los distintos agentes tanto públicos como privados dedicados a la acción cultural exterior de España, ya que en el campo de la diplomacia cultural, la internacionalización de las industrias culturales, la cooperación cultural y educativa y la promoción y difusión cultural, no se han realizado sistemáticamente en estudios similares que analicen los resultados, la presencia internacional y los repastos históricos o investigaciones de los principales entes implicados en la materia.

Ante los cambios producidos a nivel nacional sobre las políticas de acción cultural exterior con la fusión de entes públicos, el proceso de la redacción del Plan Nacional de Acción Cultural Exterior y la necesidad cada vez más acuciante de internacionalizar los sectores de la industria cultural ante los desafíos que supone la actual situación social y económica, sitúan el presente estudio como un manual adecuado a fin de aproximar al profesional al pasado y presente de las acciones culturales españolas en el exterior y chinas en España, abordando los cambios y evoluciones actuales.

Al mismo tiempo es necesario citar cómo este trabajo cumple con dos funciones fundamentales. Por un lado suplir la carencia de investigaciones en la materia, a saber la acción cultural exterior; por el otro servir de manual práctico para profesionales del sector cultural ante los retos que suponen las acciones culturales internacionales. Así mismo, destacar cómo son los casos de los institutos Confucio y Cervantes como las primeras instituciones con mayor éxito en la difusión de la cultura y el idioma.

Finalmente, destacar que el presente estudio pretende evidenciar que la política exterior requiere de profesionales especializados, debiendo así flexibilizarse y abandonar el monopolio concedido a las disciplinas tradicionales (Ministerio de Defensa y Exteriores), dejando paso a profesionales como Graduados en Estudios de Asia Oriental. Una disciplina más que necesaria en la diplomacia Española orientada hacia Asia Oriental.

5. *Marco conceptual o marco teórico.*

Las relaciones internacionales se pueden abordar de diversas formas, una de ellas es a través de la diplomacia pública. Para facilitar la comprensión incluyo dos citas y una tercera opinión.

“La ejecución de una política exterior, al menos desde la existencia de los Estados modernos, es [...] rica y compleja [...] junto a las actuaciones diplomáticas y bélicas, hoy en día los Estados recurren también a actividades económicas [...] culturales, de entre las que destacan las informaciones oficiales y las campañas propagandísticas, humanitarias, etc. En resumen, una diversidad de actuaciones que conforman una realidad continua entre la diplomacia directa y la guerra”⁴.

“Hasta hace poco, el cuerpo diplomático español destinaba más funcionarios al Vaticano que a China, y sólo un 6 por 100 de su plantilla a toda Asia. Tampoco es abundante en España la oferta de estudios sobre Asia. El Ministerio de Asuntos Exteriores puso en marcha un Plan Asia–Pacífico para mejorar la proyección de España en Asia, el balance comercial, los niveles mutuos de inversiones y los ingresos por turismo, como elemento principal de este plan, se creó Casa Asia en Barcelona”⁵.

La soberanía como representación diplomática está en crisis. Por un lado, asediada por diferentes definiciones por numerosas entidades o fuentes de autoridad y por otro lado por su ejercicio a través de actores cuya lealtad es de diversa ideología y organización territorial: el concepto de soberanía en el sentido Westfaliano se enfrenta a un cambio radical y quizás irrevocable⁶.

Según las teorías de estos catedráticos los cambios hacia una diplomacia a través de instituciones no gubernamentales son mayores, en los que la relevancia en el sector cultural así como el sector empresarial son cada vez mayores en detrimento de las tradicionales relaciones a través del Ministerio de Exterior y de Defensa como

⁴ Rafael Caldurch Cervera, Juan Carlos, Pereira *La Política Exterior de España (1800-2003)*. Caldurch Cervera, Rafael. Castañer Marquardi, Gustavo. Méndez Guitiérrez del Valle, Ricardo. Marcu, Silvia. Fernández Navarrete, Donato. Martín de la Guardia, Ricardo. et al. 2003 y 2009: Editorial Ariel, S.A. Avda. Diagonal. 609 p. ISBN: 662-664-08034 Barcelona.

⁵ Seán Golden, *China en perspectiva, análisis e interpretaciones*, pg 197

⁶ Jacobsen, T., Samford, C. y Thakur, R. (eds.), *Re-envisioning Sovereignty: The End Of Westphalia?*, Ashgate Publishing, Burlington, VT, 2008, p. 349.

representantes de la soberanía de un Estado, considerado desde el punto de vista del derecho internacional.

Las actividades de diplomacia pública tienen diferentes niveles de actividad, por lo que sus actividades han tenido que ajustarse a la diversidad de relaciones internacionales, a sus nuevos actores y a la actualidad de ellas, ya que el sistema Westfaliano de representación de un estado a través de un solo mando ha quedado obsoleto y desdibujado.

En la diplomacia tradicional se puede tener en cuenta tres distintos modelos de Estado que influyen en sus relaciones con el exterior. En esta división realizada por Henry Kissinger, secretario de Estado en los mandatos de Richard Nixon y Gerald Ford, forma un modelo burocrático ejemplificado por EE.UU., el modelo ideológico cuyo exponente principal actual sería la República Popular de China, y por último el modelo revolucionario ejemplificado por algunos gobiernos ex-coloniales como Venezuela.

6. Definición de diplomacia pública y sus actividades.

Podemos dividir la definición de la diplomacia pública en tres apartados según las siguientes definiciones:

En primer lugar consiste en “el intento de gestión del entorno internacional por parte de un actor a través del compromiso con otro actor internacional”. La semántica de esta primera definición indica que la diplomacia es “la ciencia o conocimiento de los intereses y relaciones de unas naciones con otras [y] el servicio de los Estados en sus relaciones internacionales”⁷ “la mediación oficiosa, negociación, vecindad, mediador”⁸ y “las relaciones oficiales entre los estados [...] [y] negociación”⁹. El tipo de actividad favorece la relación personal (D-t-D: diplomat to diplomat) en representación de los intereses gubernamentales.

En segundo lugar, la diplomacia pública se basa en “el intento de gestionar el entorno internacional mediante el compromiso con los públicos foráneos”¹⁰. Edmund

⁷ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=diplomacia

⁸ Casares, J., *Diccionario ideológico de la lengua española*, Gustavo Gili, Barcelona, 1988, p. 128.

⁹ *Diccionario de la historia*, RBA Larousse, Barcelona, 2003, p. 90.

¹⁰ Stephen Badsey 1914-18, *The British Army in Battle and Its Image*, Birmingham War Studies, p 12.

Gullion, diplomático de carrera y entonces Decano de la Facultad de Derecho y Diplomacia en Tufts University, acuñó el concepto en 1965 durante el acto de apertura del instituto Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. Sus palabras establecen que la diplomacia pública consiste en lo siguiente:

“Trata de influir en las actitudes del público en la formación y en la ejecución de la política exterior. Incluyendo dimensiones de las relaciones internacionales más allá de la diplomacia tradicional, tales como hacia el cuidado y su opinión pública foránea, la interacción con grupos e intereses privados en un tercer país, la presentación de informes sobre los asuntos exteriores y su impacto en la política, la comunicación entre diplomáticos, corresponsales y el desarrollo de los procesos de comunicación intercultural¹¹.

En último lugar:

La comunicación con los pueblos extranjeros y el ciudadano, sobre la imagen de un país son pilares fundamentales de la acción exterior de un país.

Modelos de diplomacia pública

6.1. Modelo centralizado

Las acciones de la D.P. son llevadas a cabo por el Ministerio de Asuntos Exteriores, por otro lado las secciones culturales de las embajadas funcionan como representaciones del propio Ministerio y éstas, por lo general, dependen de los centros e institutos culturales. Es un modelo no sólo centralizado, sino también vertical y piramidal. Las esferas regional, local, civil o empresarial pueden encontrar problemas a la hora de participar en las acciones culturales en el exterior dentro de este sistema.

6.2. Modelo descentralizado

Representado en el caso británico el cual lleva a cabo una diplomacia pública independiente en mayor grado del Ministerio de Asuntos Exteriores, aunque depende directamente del Foreign Office. El British Council es el más notable órgano de la acción británica en el exterior, desarrolla una financiación propia llegando a conseguir el 70 por 100 de su financiación de forma externa. Las embajadas y consulados

¹¹GULLION, E., “Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy”, Fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html.

dedicados a la acción cultural exterior se ven obligados a competir por las fuentes de financiación dedicadas a la D.P. buscando una mayor eficiencia y eficacia de sus estructuras. Dentro de este grupo, se sitúa además el caso español.

Los modelos descentralizados muestran mayor permisibilidad en sus estructuras, en las que la participación de los gobiernos ya sean autonómicos o federales, cobran un mayor protagonismo, así como la esfera local y social. Estas esferas se ven reforzadas especialmente en áreas donde se han incorporado de manera más reciente a las funciones diplomáticas tradicionales, como son la cultura, las ciencias de la salud o la cooperación al desarrollo, convirtiendo las relaciones internacionales cada vez más en un contexto variado y complejo.

Aunque cabe mencionar que la forma tradicional de diplomacia y por ende las relaciones internacionales son competencia de las estructuras gubernamentales de los Estados, no sólo porque éstos generalmente lo recojan en sus constituciones sino porque las estructuras internacionales que articulan parte de estas relaciones no contemplan las relaciones nacionales fragmentadas.

7. Promoción cultural

Presencia cultural en el exterior del gobierno de España

La Acción Cultural Exterior del Gobierno Español es el instrumento de la política exterior, orientado a la difusión de la riqueza cultural española en el extranjero y a la cooperación cultural.

Estaba ejecutada por ministerios distintos, el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC) y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte el Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) y el Ministerio de Cultura (MC), cada uno de los cuales manejaba presupuestos diferenciados y perseguía propósitos distintos, enmarcados bajo el título genérico de Acción Cultural Exterior (En la actualidad, (2015) se ha unificado el Ministerio de Cultura y Educación en un solo ministerio) o, de acuerdo con el programa presupuestario del gobierno, como “Cooperación, Promoción y Difusión Cultural en el exterior”. Además, participan en esta acción Comunidades Autónomas, sociedades estatales y organismos autónomos tales como SEACEX, Instituto Cervantes, Fundación

Carolina, Casa de América y Casa Asia, así como otras entidades como museos y fundaciones públicas. Asimismo participan distintos actores privados o estructuras empresariales.

De todas estas entidades, el mayor peso presupuestario lo tenía el MAEC a través de la Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas dependiente de la Secretaría de Estado de Cooperación Internacional¹².

7.1. Agencia Española de Cooperación y Desarrollo Internacional, AECID.

La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo se creó en noviembre de 1988 como órgano de gestión de la política española de cooperación internacional para el desarrollo.

La AECID es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación a través de la Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional (SECI). La Agencia es responsable del diseño, la ejecución y la gestión de los proyectos y programas de cooperación para el desarrollo, ya sea directamente con sus propios recursos o bien mediante la colaboración con otras entidades nacionales e internacionales y organizaciones no gubernamentales formada por Oficinas Técnicas de Cooperación, Centros Culturales y Centros de Formación situados en los países donde la agencia lleva a cabo sus principales proyectos de cooperación. Las áreas prioritarias para la cooperación española, están establecidas en el Plan Director 2005-2008¹³.

Cifras¹⁴:

118 embajadas

90 Oficinas consulares

63 Institutos Cervantes (700 centros de exámenes)

AECID (19 Centros Culturales, seis Centros de Formación y 44 Oficinas Técnicas de Cooperación)

Más de 100 delegaciones y representaciones autonómicas

¹² Página “web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación/Cultura en el exterior”: <http://www.mae.es/mae/index2.jsp?catId=236&URL=/mae/MapaWeb.jsp>

¹³ Página “web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación/Cultura en el exterior”: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/CooperacionAIDesarrollo/Paginas/AECID.aspx>

¹⁴ [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaespana/oie14-2013-la-accion-cultural-exterior-espana-instituto-cervantes\[consulta 12-05-2015\]](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaespana/oie14-2013-la-accion-cultural-exterior-espana-instituto-cervantes[consulta 12-05-2015]).

7.2. España hacia Asia y el Pacífico política sectorial

Las principales prioridades de la política exterior española hacia Asia y el Pacífico se realizaron a través de la puesta en marcha del Plan de Acción Asia-Pacífico 2005-2008, una herramienta que potenció una mayor presencia española en el área para favorecer las relaciones bilaterales con España, sumándose así al rol internacional de promoción y desarrollo del propio país en la zona asiática.

Se perseguía mediante vínculos comerciales, relaciones multilaterales e iniciativas de cooperación internacional en materia de seguridad o mediante la promoción del intercambio cultural y educativo, esperando una normalización de la presencia española en la región.

En 2005 la presidencia del gobierno lanzó el Plan de Acción Asia-Pacífico, en el que se crea un nuevo instrumento diplomático, llamado Modelo de Casa.

El Plan fue coordinado entre el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y la práctica totalidad de los departamentos, Ministerios, Administraciones locales y autonómicas, el Parlamento y por la sociedad civil con interés en que la política exterior de España en Asia Pacífico en el ámbito internacional.

España ha estado demasiado ausente en esta región, con pocas alianzas políticas con lo que competidores comerciales y políticos se han instalado antes y durante largo tiempo en la zona, conllevándoles una ventaja tanto en el desarrollo de sus políticas exteriores más adecuadas como en una mayor implantación comercial.

Para poder aprovechar el rápido cambio económico asiático y posicionar nuestras empresas en el mercado, así como dar a conocer nuestros productos culturales, sería recomendable que la estrategia exterior se empezara planificar en estrategias geográficas concretas dentro de la propia región asiática, donde confluyan intereses no solo políticos sino también de salud pública, ocio cultural, abastecimiento energético, protección y garantías escolares, innovación agrícola, etc., ya que se debe mejorar la imagen de España.

7.3. Modelo de Casas.

Este nuevo instrumento de la política exterior española cuenta en sus órganos de gobierno con Consejos Rectores, Comisiones Delegadas y Directores Generales, así como Órganos consultivos como los Consejos Asesores, Consejos Diplomáticos y Consejos Económicos.

Los Consejos Rectores están formados por miembros de las principales instituciones que financian y respaldan cada una de las Casas, como miembros del Ministerio de Asuntos Exteriores, del AECID y de los Gobiernos Autonómicos implicados como el de Madrid, Catalunya, Valencia y distintos ayuntamientos como el de Barcelona, Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, Alicante y Córdoba.

Cada una de las Casas cuenta con un nutrido número de empresas, fundaciones, asociaciones, ONG e instituciones colaboradoras. El número de asociaciones participantes es especialmente relevante en el caso de Casa África por motivos específicos del continente, en el caso concreto de esta Casa como ejemplo podríamos destacar: la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), organismos supranacionales como la Comunidad Económica de Estados de África Occidental, UNECA y la Unión Africana, Universidades como la Complutense de Madrid, la de Barcelona, Las Palmas de Gran Canaria, La Laguna ONGs como UNICEF.

El modelo de Casas se corresponde con el de la nueva diplomacia pública, por un lado, la bidireccionalidad de sus políticas con actividades tanto de promoción de la cultura del país emisor como de los receptores, así como el desarrollo de las mismas en ambos contextos, es decir, por una lado se desarrollan actividades para el continente africano (por poner un ejemplo: con contenidos tanto emergentes de la cultura española como africana) por el otro, desarrolla actividades en España (con contenidos fundamentalmente emergentes del continente africano o relacionados con él).

Las áreas que cubren sus actividades se sitúan por contenidos entre culturales, de economía, cooperación y de formación. Las Casas incluyen en sus objetivos, diplomacia hacia el interior con intención de fomentar el diálogo intercultural y la integración social en España, en combinación con la acción hacia el exterior. Manteniendo contacto directo no sólo con centros educativos y empresariales tanto extranjeros como españoles en pro de un mayor intercambio de profesionales, estudiantes, trabajadores y recursos, a la vez que se muestra un esfuerzo hacia la colaboración y coordinación con ONGs.

Las estructuras siguen presentando ciertas deficiencias ante lo que podría denominarse como un excesivo formalismo de la información presentada, su estructura en exceso rígida y burocrática visible en sus órganos de gobierno que en poco difieren de cualquier otra institución del Estado, dependen del Ministerio de Asunto Exteriores y por último tienden a una excesiva focalización de actividades en las sedes¹⁵.

La excesiva focalización de actividades en sus sedes dificulta y margina por un lado la visibilidad de las actividades ante la sociedad África y por el otro, ante la sociedad española. Como aspecto positivo y relativo a sus sedes, éstas se ubican fuera de los circuitos tradicionales de la política ministerial, es decir, de la capital, incluyendo a actores como gobiernos autonómicos y locales. Además, supone un modelo más dinámico que otros y con más impacto

Un ejemplo más informal de institución es el I. Cervantes, que invierte parte importante de sus fondos e inversiones en el mantenimiento de su red de más de 80 centros y supone un complemento más atractivo y próximo que el de la AECID, entidad de la que depende.

7.3.1. Casa Asia

Casa Asia nace del Plan de Acción Asia Pacífico y bajo el convenio de colaboración firmado en Barcelona el 9 de noviembre de 2001 entre el Ministerio de Asuntos Exteriores, la Generalitat de Catalunya y los ayuntamientos de Madrid y Barcelona en los que se ubican sus sedes.

Aunque los principios que rigen el modelo de Casas son comunes basados en el interés por crear una estructura que responda a los nuevos parámetros de la D.P. focalizados en las principales áreas geográficas y de interés para la diplomacia española. Casa Asia a diferencia de la anteriormente presentada Casa África, muestra un mayor interés por el aspecto económico, financiero y empresarial ya que la región de Asia Pacífico es uno de los polos geográficos más dinámicos del planeta, se ha convertido en la zona de mayor crecimiento demográfico y económico del mundo, con una población

¹⁵ <http://www.casafrika.es/casafrika/Publicaciones/Memoria-Casa-Africa-2014.pdf>[Consulta 06-05-2014]

solo en china de 1.357.380.000.¹⁶ y la región produce alrededor del 58 por 100 del PIB mundial.

Muestra de este hecho es la numerosa oferta de becas, ofertas laborales en mercados asiáticos, cursos, talleres e incluso másteres en economía y ciencias empresariales en la región Asia Pacífico en su sección dedicada a la economía¹⁷. Por lo que otro elemento que introducen las Casas es la intensa especialización geográfica que muestran sus acciones y políticas.

Casa Asia ofrece información de centros dedicados a la cultura, el comercio y la economía y las relaciones políticas entre diferentes áreas geográficas de Asia Pacífico tradicionalmente prioritarias para la D.P. española.

Hecho que evidencia las políticas de este ente por intentar suplir las carencias que ha mostrado la diplomacia tradicionalmente en este amplio territorio, que se ha convertido de forma más o menos abrupta en prioritaria especialmente a nivel económico. Empleando para ello la triangulación de las relaciones Asia Pacífico-Iberoamérica-España y Asia Pacífico-Europa-España, posición defendida por el diplomático Manuel Montobbio¹⁸, quien propuso contrarrestar las carencias en cuanto a presencia española en Asia mediante el empleo de la posición estratégica de las relaciones con las que cuenta España (Latinoamérica y Europa), situando a nuestro país como “puente y nexo fundamental de estas relaciones”

Desde mi punto de vista si bien esto debió ser un punto de inicio o un apoyo de las relaciones culturales con Asia Pacífico, en la actualidad España debe distanciarse en esta triangulación de relaciones y establecer unas líneas directas y más cercanas con Asia.

¹⁶ Banco Mundial. “Population (Total)”. *World Bank.org*. [Consultado el 24 de diciembre de 2014].

¹⁷ <http://www.casaasia.es/economia/recursos>[consulta 06-05-2015]

¹⁸ http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Nombramientos/Paginas/Articulos/2014_0610_NOMBRAMIENTO13.aspx, Montobbio, M. “Triangulando la Triangulación, España/Europa-América Latina-Asia Pacífico”. Fundación CIDOB y Casa Asia, nºB, Barcelona 2004. ISSN1696-9987.

Las actividades culturales de la Casa Asia están divididas por exposiciones sobre cine, ferias de arte y otras actividades. Entre las acciones orientadas a las comunidades asiáticas en España y a la sociedad española en su conjunto destacan:

- El Festival Asia, por el intercambio cultural entre la sociedad catalana y la asiática.
- La acción denominada Comunidades Asiáticas, en el que Casa Asia “desarrolla esta nueva línea de actuación colaborando activamente con los organismos e instituciones que trabajan en el ámbito de la inmigración, y en sintonía, reciprocidad y comunicación permanente con las múltiples asociaciones asiáticas establecidas en España, a las que se ofrece nuevos canales de difusión de sus actividades y de divulgación de su cultura”, actividad con intención de dar a conocer y fomentar Casa Asia¹⁹.

Esta cercanía con la base de la sociedad asiática en España es con toda probabilidad la base de la aceptación de esta institución sin ningún tipo de recelo por parte de la sociedad tanto española como la comunidad asiática residente en España, una diferencia sobre la integración de la comunidad asiática que hasta el momento no ha sido sobresaliente en instituciones como I.C.

7.4. Instituto Cervantes.

El Instituto Cervantes es la institución pública creada por el gobierno de España en 1991 para la promoción y la enseñanza de la lengua española y de las lenguas cooficiales y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana. En el curso 2011/2012 la red de sedes de examen superaba ya los 700 centros²⁰, lo que supone un incremento del 10 por 100 con respecto al curso anterior. El número de aspirantes a la obtención de los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) también experimentó un aumento significativo con 65.535 candidatos inscritos, frente a los 62.293 del curso anterior, lo que representa un crecimiento del 5 por 100²¹.

¹⁹ <http://www.casaasia.es/economia/actividades>[Consulta 06-05-2015]

²⁰ *Memoria anual del Instituto Cervantes 2010-2011*

²¹ http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p01.htm#np10n

Cuenta con dos sedes en España, la sede central de Madrid y la sede de Alcalá de Henares y dentro de su plataforma multimedia con un portal de referencia en Internet sobre la lengua española y la cultura en española en el Centro Virtual Cervantes.²².

7.4.1. Objetivos y funciones

- Organizar cursos generales y especiales de lengua española, así como de las lenguas cooficiales en España.
- Expedir en nombre del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte los Diplomas de Español como Lengua Extranjera (DELE) y organizar los exámenes para su obtención.
- Actualizar los métodos de enseñanza y la formación del profesorado.
- Apoyar la labor de los hispanistas.
- Participar en programas de difusión de la lengua española.
- Realizar actividades de difusión cultural en colaboración con otros organismos españoles e hispanoamericanos y con entidades de los países anfitriones.
- Poner a disposición del público bibliotecas provistas de los medios tecnológicos más avanzados.

7.4.2. Órganos rectores

-Patronato:

Órgano que orienta las actividades del Instituto.

- La Presidencia de Honor corresponde a S.M. el Rey de España. La Presidencia Ejecutiva la ejerce el Presidente del Gobierno español.
- Los vocales electos han sido designados entre destacados representantes de las letras y la cultura española e hispanoamericana, de las Reales Academias, universidades y otras instituciones sociales. Son vocales natos los escritores galardonados con el Premio de Literatura Miguel de Cervantes (Premio Cervantes).

²² Proyecto de Ley por la que se crea el “*Instituto Cervantes*”, VI-1990. Madrid, Secretaría General del Congreso de los Diputados-Dirección de Estudios y Documentación “Ley 7/1991, de 21 de marzo, por la que se crea el Instituto Cervantes”. BOE,22-III-1991. Juan A. Gimeno, “*El Instituto Cervantes: el diseño de una nuevo ente*”, *Documentación Administrativa*, 227 (1991), pp. 127-140

-Consejo de Administración:

Órgano que aprueba los planes generales del Instituto. Está integrado por representantes de los Ministerios de Asuntos Exteriores y Cooperación, de Educación, Cultura y Deporte, Hacienda y Administraciones Públicas, así como del Patronato.

Director:

Cargo al que corresponde la dirección y representación del Instituto.

El I.Cervantes a nivel político tiene un importante papel en las acciones españolas orientadas al exterior. El uso de la lengua española ha aumentado en su presencia internacional desde su consolidación y presencia en organismos supranacionales como la UNESCO, la UIT, la FAO, la OMS, la GATT, la OACI en las que comparte cooficialidad junto con el francés y el inglés, así como en la UE en la que por volumen y relevancia en general, el español ocupa la cuarta posición en el ámbito institucional de la Unión Europea y la tercera en la Organización de las Naciones Unidas.

En el caso de la Unión Europea la amplia proyección internacional del español y el hecho de que sea una lengua oficial de la ONU parecen argumentos lo suficientemente contundentes como para reclamar un mayor uso institucional para este idioma.

En la ONU es elevado el número de países hispanohablantes que pertenecen a esta organización, recientemente el español ha superado en número de hablantes nativos al inglés y esta es una de las razones por las que se solicita un mejor trato del español. Trato que está reivindicándose no solo desde el ámbito hispanohablante sino también desde el angloparlante²³.

El español se ha convertido en la cuarta lengua más empleada. En el contexto internacional su presencia es más notable gracias a su uso en el ámbito comercial, político y social, en gran medida por su uso en Sudamérica, así como su fortalecimiento y presencia en EE.UU.²⁴.

La internacionalización de las empresas españolas se debe en gran medida, al factor lingüístico ya que Norteamérica (México, Estados Unidos y Canadá) y España

²³ http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p04.htm#np53n

²⁴ Guillermo Adams, “*España, una potencia en potencia*” en *España ¿potencia cultural?*, Madrid, Incipe-Politica Exterior-Biblioteca Nueva, 2001 pp. 79-112.

suman el 78 por 100 del poder de compra de los hispanohablantes. Compartir el español aumenta un 290 por 100 el comercio bilateral entre los países hispanohablantes. En 2011, las actividades desarrolladas por el conjunto de las industrias culturales ocupaban en España más de 488.700 personas y 103.320 empresas desarrollaban su actividad económica principal en el ámbito de la cultura.

Las empresas editoriales españolas tienen 162 filiales en el mundo repartidas en 28 países, más del 80 por cien en Iberoamérica, lo que pone de relieve la importancia de la lengua común a la hora de invertir en terceros países.

Más de 940.000 turistas viajaron a España en 2012 por motivo de estudios. Muchos de estos viajes se engloban en el denominado turismo idiomático.²⁵

Los empresarios y ejecutivos consideraban el factor lingüístico como facilitador de la apertura de mercados, así como la cultura. El idioma es un elemento determinante en la internacionalización de las empresas. Por lo que es de entender que el idioma suponga uno de los principales reclamos o elementos del poder blando español, empleados por la D.P. española, cuya más notable institución representativa es el Instituto Cervantes.

7.4.3. Histórico de la creación del I. Cervantes.

Creado el 21 de Marzo de 1991 de mano de los ministerios de Asuntos Exteriores, Educación y Ciencia, Cultura, Economía y Hacienda, se buscó una estructura que pudiese abordar, como ya se hacía en numerosos países europeos, como el Goethe Institute La Alianza francesa, la enseñanza y difusión del español en el ámbito internacional.

Entre los fines cabe destacar, “promover universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y fomentar cuantas medidas y acciones contribuyan a la difusión y mejora de la calidad de esas actividades, así como contribuir a la difusión de la cultura en el exterior, en coordinación con los demás órganos competentes de la Administración del Estado”.

Ha sido dirigido por relevantes intelectuales españoles como el historiador y economista Nicolás Sánchez Albornoz, el diplomático Santiago de Mora-Figueroa (1996-1999), el filólogo Fenando Rodríguez-Lafuente (1999-2001), el sociólogo y

²⁵ http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p02.htm

antropólogo vasco Jon Juaristi Linacero, de 2004 a 2007 fue director César Antonio Molina, de 2007 a enero de 2012 Carmen Caffarel, en la actualidad desde 2012 es director Victor Garcia de la Concha, Doctor en Filología Española por la universidad de Oviedo.

En sus inicios, se destinaron los 31 Centros Culturales de la Dirección General de Relaciones Culturales, la cesión de las Casas de España dependientes del Ministerio de Trabajo y de la Seguridad Social, las competencias sobre los diplomas de español como segunda lengua del Ministerio de Educación y Ciencia.

Este gran patrimonio inicial cedido al Cervantes sin haberse habilitado su actual sede en Alcalá de Henares y la rapidez en ser ejecutada, supuso graves problemas por el importante traslado de personal, de recursos, la falta de información, la nueva gestión de esas competencias, la excesiva dependencia heredada del régimen franquista ante Iberoamérica y el Magreb, sin ninguna presencia en centro Europa, China y mínima en el resto del continente asiático, como la inexistencia en el Estado de Israel.

En el año 2001 y con un presupuesto de 8.023 millones de pesetas (48. millones de euros) y un total de 38 centros repartidos geográficamente de la siguiente manera: veinte sedes en Europa (tres en Francia, tres en Italia, dos en Alemania, dos en Reino Unido y Austria, Bélgica, Grecia, Irlanda, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Rusia y Turquía con una sede respectivamente), once en los países árabes (Argelia, Egipto, Jordania, Líbano, cinco en Marruecos, Siria y Túnez), tres en Estados Unidos, dos en América Latina (Brasil) y uno en Israel.

Estos centros presentan una doble función, por una parte de fomento de la cultura española, con actividades complementarias y multidisciplinarias, como charlas, congresos y seminarios, literatura, artes plásticas, cine, artes escénicas y por el otro y como cometido principal, la enseñanza y difusión del idioma español.

7.4.4. Proyección futura del I. Cervantes.

El I.Cervantes es la principal herramienta de la que dispone la diplomacia cultural española no sólo por presupuesto, sino también por implantación y proyección internacional, optimización de sus recursos y oferta de productos.

El I.Cervantes pretende ofrecer una visión de la heterogénea realidad cultural hispánica.

En relación al sector empresarial, fomenta la internacionalización de las empresas españolas por medio de su colaboración a partir del Círculo de Amigos del Cervantes, elemento que ha permitido una mayor independencia presupuestaria de la entidad y en el que se pretende seguir implementando

En cuanto a la competencia sobre el ofrecimiento de enseñanza de español, España tiene carencias de enseñanza en medios como TVE Internacional, ya que carece de programación específica así como de personal y presupuestos propios y Radio Exterior, así pues en estos mercados están siendo ocupados por canales franceses, ingleses y norteamericanos, produciendo contenidos de enseñanza de español.

Entre los mercados con mayor crecimiento de la demanda del español como lengua extranjera, destaca Asia Pacífico, en el caso de los centros en China son una muestra de interés por el español, puesto que los ruegos por disponer de una plaza para aprender o perfeccionar los conocimientos de la lengua española en el Instituto Cervantes muestran unos datos de importancia, donde existen más de 60 peticiones por plaza. ¿Y por qué tanta demanda? Básicamente, porque la lengua española se encuentra en un *boom*, siendo un fenómeno en crecimiento, muy atractivo para los países asiáticos porque tiene un valor económico de cambio dirigido básicamente a los países latinoamericanos²⁶.

En EE.UU. hay un aumento de la demanda de aprendizaje del español por la influencia que la población latina lleva ejerciendo desde hace décadas al resto de la población estadounidense²⁷.

7.5. **Fundación Carolina**²⁸.

La Fundación Carolina se creó por acuerdo del Consejo de Ministros de 22 de septiembre de 2000, con el fin de fomentar las relaciones culturales y la cooperación en materia educativa y científica entre España y los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones y con otros con especiales vínculos históricos, culturales y

²⁶ http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaespana/oie14-2013-la-accion-cultural-exterior-espana-instituto-cervantes

²⁷ Instituto Cervantes: <<http://www.hispanismo.cervantes.es>> [consulta: 16/04/2011]

²⁸ [http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/areacomunicacion/documentosinstitucionales/Documents/Plan por cien20de por cien20Actuaci por cienC3 por cienB3n por cien202008.pdf](http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/areacomunicacion/documentosinstitucionales/Documents/Plan%20por%20cien20de%20por%20cien20Actuaci%20por%20cienC3%20por%20cienB3n%20por%20cien202008.pdf)

geográficos. Su nombre hace referencia a S.M. el Rey Don Juan Carlos I, en la celebración del 25º aniversario de su reinado y al Rey Carlos I de España, en el año de conmemoración del 500º aniversario de su nacimiento, efemérides celebradas en el año 2000. Uno de los propósitos de sus fundadores fue poner la institución al servicio de la Corona de España en ese año de celebraciones.

Desde sus inicios el núcleo de las actividades de la FC se localiza en el ámbito de la formación de estudiantes y profesores iberoamericanos a través de becas y ayudas que cubren todas las áreas de conocimiento. El foco en Iberoamérica justifica que el diseño de las convocatorias anuales atienda a sus necesidades educativas, al tiempo que fortalece la internacionalización de las universidades y centros de investigación españoles. Las iniciativas de la FC incorporan programas de liderazgo, fortalecimiento institucional y diplomacia pública a través del Programa Internacional de Visitantes.

El Programa de Formación de la FC ha logrado depurar un modelo único de gestión de becas que garantiza altos niveles de calidad en todas las fases del proceso: convocatoria, solicitud, selección, acompañamiento al becario y seguimiento posterior. En paralelo se ha adecuado al Espacio Europeo de Educación Superior y cuenta con un Consejo Asesor que avala el diseño de las convocatorias formado por expertos científicos y los representantes de las entidades académicas de acreditación: la ANECA, la CRUE y el CSIC.

Por su parte el Programa Internacional de Visitantes, abierto a todo el mundo, se ha consolidado como una iniciativa clave para la mejora de la imagen exterior de España, gestionando agendas y reuniones de líderes emergentes, creadores de opinión y emprendedores culturales en España y Europa.

El protocolo de selección de los visitantes cuenta con la colaboración de las embajadas de España en el exterior.

Entre los programas más relevantes destacan el de Jóvenes Líderes Iberoamericanos, que reúne cada año a jóvenes con los mejores expedientes universitarios de Iberoamérica y el programa de Líderes Hispanos de EE.UU., organizado junto con la embajada de España en Washington DC y que tiene por objetivo fortalecer los vínculos entre España y los hispanos estadounidenses y mejorar el conocimiento mutuo.

En su papel diplomático-público la FC ha tenido un notable protagonismo como impulsora de las conmemoraciones de la Constitución de Cádiz y de la independencia de las Repúblicas iberoamericanas y continúa desarrollando una importante labor en el contexto de las relaciones de España y Europa con Iberoamérica y con las comunidades hispanas de EE.UU. Además, a través de sus espacios de debate e intercambio de ideas, la FC contribuye a definir las estrategias y fortalecer la coherencia público-privada de la acción exterior española.

Actualmente la FC es la institución española de referencia de movilidad académica y becas internacionales. Cada año revisa, perfecciona y adapta su oferta a las nuevas tendencias formativas y culturales que hoy apuntan hacia la innovación y el emprendimiento. A su vez, contribuye a los objetivos del proyecto de Marca España, invitando a nuestro país a delegaciones de países prioritarios de nuestra política exterior: Estados Unidos, China, India, además de toda Iberoamérica.

El Plan Estratégico en los ejercicios 2008/10 de la Fundación establece en lo que a presupuestos se refiere, un mayor equilibrio de sus fuentes de financiación, buscando el aumento de los patrocinios provenientes del sector privado.

Es una fundación es su carácter público privado tiene como objetivo aumentar el número de empresas participantes en la institución aumentando la inversión en ella del sector privado.

Los presupuestos de la Fundación Carolina según reflejan las memorias del ejercicio 2008, buscan la sostenibilidad entre aportaciones públicas y privadas, con una aportación de la AECID que ronda el 63 por 100 del presupuesto total de la F.C. y un 35 por 100 por parte de las empresas privadas con las que colabora o las que patrocinan, frente al 2009 en el que la aportación de la AECID supuso un 62,8 por 100, mientras que el patronato invirtió el 34,2 por 100, 2,25 por 100, procedentes de patrocinios en actividades concretas y un 0,6 por 100 por ingresos financieros.

En 2008 la Fundación contó con un incremento respecto al ejercicio anterior del 5 por cien que representó una financiación total de 19.900.000€, frente al 2009 en el que esa cantidad fue de 19.953.000€. De ese montante 14.958.541€ se invirtieron en el Programa de Formación en 2008 frente a los 14.921.335€ de 2009, que suponen en ambos periodos el 75 por 100 de los ingresos de la Fundación. 2.935.144€ y 2.941.062€

respectivamente fueron destinados al Programa de Investigación con un 15 por 100 del presupuesto a este programa, mientras que el Programa internacional de Visitantes obtuvo una aportación de 1.398.195€ en 2008 y de 1.411.404€ en 2009.

El de RSE 411.869€ y 470.344€ en cada ejercicio y la Red Carolina con 196.248€ y 207.855€. Con intención de moderar el gasto los presupuestos en infraestructuras fueron en 2009 de 2.394.792€ un 12 por 100 del presupuesto y en personal con una plantilla de 49 personas de 2.948.157€ con un porcentaje del 14,7 por 100 de gasto total. Lo que da un total de gasto individual por empleado de más de 60.000€ al año, es decir un sueldo medio de 5000€ al mes. Algo que contrasta con las asignaciones de tres de sus programas Internacional de Visitantes con un 7 por 100 del total, el del RSE con un 2 por 100 y la Red Carolina con 1 por 100, que juntos no superan en gasto.

8. *Acción cultural de China en España*

En 1973, la República Popular de China y España establecieron relaciones diplomáticas plenas. Desde entonces los vínculos entre los dos países son diversos y de distinta índole, prueba de ello son los tratados, intercambios y todo tipo de gestiones que forman parte de la historia de las relaciones diplomáticas entre los dos Países.

Si bien por parte española se ha premiado los aspectos económicos y comerciales, por el lado chino se han apreciado más los beneficios políticos que reporta la relación con España. Si bien las fuerzas motrices de relaciones entre ambos países no eran las mismas, podemos decir que esta situación ha cambiado considerablemente, debido al auge económico de Asia en general y en particular de China, por lo que España se ha planteado tardíamente un impulso de su presencia en China.

Por otro lado China se ha dado cuenta que su poder blando ha sido muy limitado. Por ello Pekín lleva tiempo tomando medidas para mejorar su imagen, como ejemplo de ello puedo nombrar el uso de medios de comunicación como el canal español de CCTV, que comenzó a emitir de forma independiente 2007, los intentos de la agencia de noticias Xinhua de lanzar por medios audiovisuales en inglés noticias con carácter chino intentando competir con (BBC, CNN, AL-Jazeera)²⁹. Otros intentos son la compra o

²⁹ <http://www.zaichina.net/tag/poder-blando-de-china/#sthash.L8Ak32Lr.dpuf>

inversión en industrias cinematográficas, como la compañía Wanda de Dalian Group & IMAX.

Otra forma del poder blanco de China en España, se realiza a través del coloquio entre ambos países y sus relaciones diplomáticas, por lo que se establecen los Institutos Confucio y el Centro Cultural de China en Madrid, que no crecen con la rapidez que crece la economía china pero lo hacen de forma continuada, en cuanto a las relaciones con mayor carácter comercial se ha creado la Cámara de Comercio Hispano China.

8.1. Centro Cultural de China en Madrid³⁰

Bajo la dirección de Luo Jun se encuentra el Centro Cultural de China, una institución oficial sin ánimo de lucro adscrita al gobierno chino establecida en Madrid en virtud de un convenio bilateral para el intercambio cultural entre China y España.

Goza del mismo estatus que el Instituto Cervantes de Pekín. Este Centro es el decimotercer Centro Cultural Chino establecido en el extranjero y el quinto en Europa. Se inauguró el octubre de 2012.

Hasta finales del año 2013, China ha establecido Centros Culturales en 14 países de Asia, Europa, África y América. Para los próximos 10 años hay proyecto de establecer nuevos centros que se irán poniendo en funcionamiento de manera sucesiva.

El Centro Cultural de China en Madrid se ubica en el céntrico barrio Salamanca, de entorno agradable y bien comunicado. Su superficie de casi 3000 metros cuadrados alberga una sala de exposiciones, una biblioteca, un auditorio y varias aulas para clases de chino, artes marciales, danza, cocina y música china.

El Centro organiza actividades culturales como exposiciones, espectáculos de diverso tipo, proyecciones de películas, cursos, conferencias sobre cultura china, etc. Insistiendo en el principio de calidad, amistad y colaboración.

Las principales tareas del Centro son:

- La organización de eventos culturales,
- La enseñanza y formación
- Servicio de información.

³⁰ <http://www.ccchinamadrid.org> [consulta 15-05-2015]

Se celebran diferentes actividades procurando servir de plataforma para una presentación de calidad del arte y la cultura china. Asimismo, el Centro persigue la promoción del intercambio y la cooperación cultural entre ambos países además de profundizar en la amistad entre los pueblos español y chino.

Los patrocinadores de este centro cultural son:

- Huawei Technologies España, Co., Ltd.
- Oficina Nacional de Turismo de China en España.
- Air China Limited Sucursal en España.

8.2. Los Institutos Confucio:

La preorganización del I.C. como entidad educativa data de 1987, cuando el gobierno estableció el “Grupo Rector para la enseñanza del idioma chino en el extranjero” a cargo del Ministerio de Educación de China, estableciéndose su sede en Beijing³¹.

A diferencia del I. Cervantes y otras organizaciones europeas, los I.C. carecen de aulas propias y personal de apoyo, ya que las instalaciones son proporcionadas por las instituciones interesadas en acoger los I.C. Las instituciones de acogida suelen recibir financiación inicial para el material curricular de clases y bibliotecas de referencia así como los salarios de los profesores. El montante suele ascender de 100.000\$ a 150.000\$ anuales, por un periodo de cinco años con la expectativa futura de que el instituto se autofinancie³².

La administración de este centro se gestiona a través de la cooperación chino-extranjera. El país interesado envía la solicitud para la instauración del instituto, luego ambas partes proceden a firmar el acuerdo de cooperación. El Instituto debe delegar la orientación a una autoridad bajo la decisión de un Consejo de Dirección constituido por representantes de ambos países. En este sentido China y la nación extranjera financiarán de manera conjunta la estructuración académica³³.

³¹Zhang, Hong. “*Excelente estrategia: Aprender chino con Confucio*” en China Hoy, Vol. XLXI, N° 4, Editorial China Hoy, abril 2005, p. 58.

³² Starr 2009p.27; Redden 2012.

³³Oficina General de Institutos Confucio (HANBAN). *¿Cómo funciona el Instituto Confucio?*, octubre 2011, en: http://spanish.HANBAN.org/article/2011-10/28/content_364778.htm, consultado el 29 de marzo de 2015.

La fórmula de la organización, consiste en la asistencia de la institución china apoyada con las colaboraciones del Gobierno y sectores sociales locales, del país de acogida, asumiéndose de diferentes formas, en cooperación con Universidades o Escuelas secundarias, Organizaciones Extranjeras y Universidades chinas, empresas privadas, en cooperación con los gobiernos locales de China y el Gobierno del país que acoge al I.C.

El I.C. como puente institucionalizado, realiza los exámenes de “hanyu shuiping kaoshi” (HSK), cuyo propósito es el de evaluar el nivel de conocimiento del idioma chino en sus estudiantes. La aplicación y certificación de la prueba es exigida por el Ministerio de Educación chino, que también es necesaria para acceder a los estudios universitarios en China³⁴. En este sentido esta entidad educativa ha desarrollado mecanismos a fin de supervisar la calidad de enseñanza y estimular el aprendizaje de su idioma a través del otorgamiento de becas a los alumnos que obtengan mayores calificaciones.

Algunas de las casas de estudio que actualmente acogen un I.C. han labrado un camino en materia de estudios asiáticos, estableciendo significativos antecedentes de los intereses académicos hacia el país asiático, lo cual demanda una ampliación de la posición académica.

El “Proceso de Solicitud”³⁵ debe referir, entre otros requisitos, la necesidad de los alumnos por el aprendizaje de la lengua y la cultura de China, a la par de la entrega de un proyecto para la promoción de estas enseñanzas en las Universidades.

La entidad afiliada al ministerio de educación china, se denominada Oficina del Consejo Internacional del Idioma Chino (HANBAN). Esta entidad es la propietaria del nombre, logotipo y marca de los Institutos Confucio, que a partir del año 2004 HANBAN inicio la tarea de establecer los Institutos Confucio a nivel mundial.



³⁴Confucius Institute Headquarters (HANBAN). Examen de chino HSK en: http://spanish.HANBAN.org/tests/node_8220.htm , consultado el 29 de abril de 2015

³⁵ Confucius Institute Headquarters (HANBAN). Proceso de Solicitud en: http://spanish.HANBAN.org/confuciusinstitutes/node_8172.htm, consultado el 29 de abril de 2015

I.C. tienen su sede en Pekín, presidida por Liu Yandong miembro desde el año 2007 en el Politburó, (comité de 25 personas chinas que supervisa el Partido Comunista de China (PCCh)).

HANBAN, viene desarrollando su acción educativa en los cinco continentes mediante la coordinación y la gestión a través de sus oficinas, de diversos programas de enseñanza de la lengua y cultura China en colaboración con las autoridades educativas, así como mediante la promoción y la organización de líneas de apoyo en el marco de los sistemas educativos extranjeros.

8.2.1. Los I.C. en España

En España existen los I.C, en Madrid, Barcelona, Valencia, Granada, Las Palmas de Gran Canaria y León.

8.2.2. I.C. Barcelona

El jueves 14 de abril de 2014 se realizó una entrevista a Lúdia Tubert, coordinadora de actividades culturales y administración, en las oficinas de la sede del I.C de Barcelona. Parte de la información detallada de este apartado ha sido facilitada por la oficina del I. C. Barcelona.

Como diferencia con otros I.C. en España, el I.C. de Barcelona es una fundación que colabora con la Universidad de Barcelona, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, así como con Casa Asia(FICB).

Objetivos y Fines

- Enseñanza de la lengua china con métodos diversos, incluidos multimedia e internet.
- Realización de cursos relacionados con la lengua china para varias finalidades:

Empresariales: preparación para la realización de estudios en la China, para trabajos concretos, para la preparación de exámenes u otros.

Diferentes especialidades: traducción e interpretación, turismo, comercio, banca y medicina tradicional china, entre otros.

- Realización de cursos que incluyen programas académicos chinos oficiales, aceptados por los centros de enseñanza de la República Popular de la China.
- Organización de cursos de formación de profesores, sobre la lengua de chino moderno.
- Celebración de los Exámenes Oficiales de Nivel de chino (HSK) y exámenes de certificación para la capacitación de la enseñanza del chino como lengua extranjera.
- Oferta abierta de un servicio de consulta de libros, materiales y documentación.
- Ayuda a las instituciones españolas de enseñanza del chino para la elaboración de programas o planes de enseñanza.
- Promoción de la creación de títulos propios y otras certificaciones conjuntas con universidades u otros centros de educación.
- Divulgación de materiales didácticos chinos y recomendación de profesores chinos.
- Elaboración de materiales didácticos del chino aplicables a la enseñanza local.
- Desarrollo de actividades académicas y organización de concursos relacionados con la lengua y la cultura chinas.
- Exhibición de películas y de programas de televisión de la China.
- Prestación de asesoramiento a quien quiera estudiar, trabajar y hacer negocios en China.
- Desarrollo de otras actividades, como por ejemplo investigación académica sobre China.

En la particularidad de la FICB debo nombrar una observación sobre los diferentes cargos que ocupan en el IC por ello hago cita literal de una parte de la entrevista:

“Las personas que ocupan los cargos dentro de I.C. Barcelona y la Fundación Instituto Confucio de Barcelona tienen sus propios cargos dentro de su Universidad o Institución y otro cargo que puede ser variable dentro del I.C.

Barcelona” Esta información está en la página web, los datos económicos no son datos de los que dispongo, esta información se debe consultar al Sr. Chang³⁶.

Organigrama del Patronato FICB.

Dirección

-Presidente

Yan Guohua, presidente de la Fundación Instituto Confucio de Barcelona;

-Vicepresidenta

María Remedios Callejón Fornieles, vicepresidenta de la Fundación Instituto Confucio de Barcelona;

-Secretaria General

Montserrat Riba i Cunill, secretaria general de la Fundación Instituto Confucio de Barcelona;

Vocales FICB

Lluís Quintana Trias, vicerrector de la Universidad Autónoma de Barcelona,

Zhang Xiaohui, directora del Instituto Confucio de la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing

I.C. Barcelona

Dirección

Shiru Chang, director chino. Catedrático de la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing.

Helena Casas-Tost, directora local. Por parte de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Coordinación

Yue Zhou, coordinadora de docencia.

Xiaomeng Zhao, coordinadora de expansión y de exámenes oficiales.

³⁶ Entrevista en la sede de CI.Barcelona, realizada Lidia Tubert, 10 de abril de 2014.

Lidia Tubert, coordinadora de actividades culturales y administración (Persona entrevistada).

Equipo docente:

Huang Yi, Mian He, Pau Viladiu, Lu Zebing, Maica Benavides, Carla Benet, Deng Jieyu, Cai Shixuan, Zang Ying, Zhang Mengyuan, Zhuqi, Sun fan, Liuyang, Yuan Ziyang, Ana Mariscal, Xu Yingfeng, Tsai Shih-Hsuan, Wanping Yang, Xueting Tong, Yi Huang, Yu Chi.

Equipo técnico.

Xavier Ortega, imagen y social media.

8.2.3. I.C. Valencia.

Destacar una diferenciación con el resto de I.C en España ya que publica la revista, “Revista Instituto Confucio”, una labor que crece en importancia y prestigio dentro de los I.C.

8.2.4. Análisis

En España, según la Estadística del Padrón Continuo del INE (datos de 2014) existen 185.250 chinos legalmente registrados (95.490 hombres y 89.760 mujeres). Por comunidades, Madrid y Cataluña registran la mayor concentración (49.549 y 49.669, respectivamente), seguidas de Andalucía (19.341), la Comunidad Valenciana (10.386), Canarias (9.191), Aragón (5.471), País Vasco (5.229), Castilla y La Mancha (5.169), Baleares (4.721), Galicia (2.843), Murcia (2.085), Castilla y León (1.769), Extremadura (1.494), Navarra (1.372), Cantabria (1.044), Asturias (780) y La Rioja (626)³⁷.

A la vista de estos datos podemos decir que no es nada desdeñable la comunidad de vecinos chinos en España, si bien podríamos pensar que la llegada del poder blando chino a España reporta unos beneficios directos a esta comunidad de población pero no es tan latente este beneficio ya que el poder blando chino a través de los I.C. se limita al ámbito de la divulgación de la lengua y la cultura china, se extiende a la colaboración académica y el intercambio de personal docente, estudiantil, científico y de

³⁷ <http://www.ine.es/prensa/np838.pdf>, pg7[consulta 13-05-2015]

investigación entre universidades vinculadas con I.C, no así en una promoción de los Chinos de Ultramar³⁸.

Consecuentemente los I.C. cumplen con la voluntad unilateral de China de establecer vínculos fuertes en España y Europa. No obstante, las reacciones políticas, sociales, académicas y culturales que derivan de estas medidas del gobierno chino en Europa son muy diferentes a aquellas en otros continentes.

La carencia principal de la presencia china en Europa está centrada básicamente en el sector de la empresa social, puesto que China se está enfrentando a problemas sociales bastante graves, tales como la seria contaminación en zonas urbanas, el frágil equilibrio del sistema ecológico en las zonas rurales, la controvertida situación del bienestar social en clase media baja y la distribución desigual de riqueza, así como una falta de procesos democráticos comparado con la mayoría de miembros europeos.

Las medidas para paliar estas dificultades que atraviesa China no están reflejadas en las políticas de los I.C., por lo que los propios Chinos de Ultramar y ante los españoles, parecen desconfiar de la poca información al respecto que existente dentro del propio I.C.

La presencia china en Europa no está acompañada de un acercamiento social ni de concienciación para la protección y mejora social. Si bien el maestro Confucio se preocupó por la clase dirigente, los I.C, parecen haber heredado la misma línea de pensamiento, este hecho en España y Europa, con tradición y preocupación por la base del poder en pueblo y bien estar del mismo, que provocó la revolución social, como la Revolución Francesa y por consiguiente los procesos democráticos en los ejecutivos de un país, conlleva efectos negativos y de desconfianza ante la ideología y la presencia china.

Sí debemos destacar que a la luz de los acontecimientos económicos tanto en Europa negativos como en Asia positivos, los I.C. se han labrado una confianza en el ámbito de aprendizaje del idioma Chino y una desmitificación de los tópicos culturales, que residían en la memoria colectiva sobre China, logrando los I.C. mejorar la imagen de China en España, asociándose con instituciones que proporcionan unas aulas adecuadas para la enseñanza, actos culturales, foros de conocimiento cultural y económico sobre China.

³⁸ Personas de origen chino residentes en otros países.

Si China quiere mejorar de manera sobresaliente su imagen en España, quizá nos debería ofrecer parte de la llamada “Medicina China” sacar esos bien guardados fondos de dólares del Banco Asiático de Desarrollo, demostrar que el capitalismo y políticas chinas se pueden aplicar perfectamente en Europa, empezando por España con una buena gestión económica que realmente nos haría admirar a China como capaz de ser el eje central, el país en el centro de todos los demás al cual se le pueda rendir tributo, como en su día ocupó ese cargo con el sistema Sinocéntrico de países tributarios.

8.3. La Cámara de Comercio Hispano China³⁹

La Cámara de Comercio Hispano China es una entidad privada, sin fines de lucro fundada en 2011 en Madrid, España, con el objetivo de fomentar las relaciones de negocios entre Empresas y Profesionales de España y China. El ámbito de actuación es todo el territorio español y chino.

Como única entidad cien por cien independiente entre España y China, se centra en trabajar por y para los socios, con el objetivo de brindarles una red de relaciones única entre ambos países.

El permanente intercambio de experiencias con socios y clientes constituye una base sólida para el desarrollo con éxito de todos los servicios.

8.3.1. Objetivos y Fines de la Cámara

La Asociación tiene como fines promover un intercambio profesional, empresarial, cultural y social entre empresas y profesionales de España y China.

En el Artículo 3º de los Estatutos, se recogen las Actividades:

- De tipo Empresarial (Intercambio de contactos e información entre los Socios, con otras asociaciones empresariales españolas y chinas, Eventos de Networking, Elaboración de Bases de datos de Empresas y Profesionales que estén relacionados al intercambio de negocios entre España y China, Elaboración de Estudios e Informes, Participación en Ferias, etc.)

³⁹ <http://www.camarahispanochina.es/inicio-espaporcienC3porcienB1ol/socios/>

- De tipo educacional (Desarrollo de Conferencias, Cursos y Programas de Formación sobre Negocios entre China y España, enseñanza de idiomas, etc.)
- De tipo cultural (eventos y talleres de intercambio cultural)
- De tipo social (Relación con las Instituciones Públicas, y otras Asociaciones, etc.)

8.3.2. Historia

La Cámara de Comercio Hispano China es una entidad asociativa privada sin fines de lucro, registrada en el RNA del Ministerio del Interior con el N° 600023, formada por Empresarios de España y China (270 socios, 47 por cien empresas chinas y 53 por cien españolas) y que tiene como objetivo fomentar las relaciones de negocios entre China y España. Formamos la red de relaciones de negocios más importante entre España y China con una relación “guanxi” de más de 300.000 empresas.

El objetivo para los socios es brindarles una red de relaciones única entre ambos países. El permanente intercambio de experiencias entre socios y clientes constituye una base sólida para el desarrollo con éxito de servicios.

La Institución cuenta con una Junta Directiva y unos socios dedicados 100 por cien a los negocios entre España y China, que confiere una especialización única y es la mejor red de relaciones entre ambos países.

8.3.3. Fundación:

La Cámara fue creada en Enero 2011, constituida legalmente por sus tres socios fundadores de España y China.

Socios.

Son aquellos que realizan aportes económicos para patrocinar las Actividades de la Cámara de Comercio Hispano China. Reciben el reconocimiento como tal, son destacados en la Web y con eventos con publicidad de su empresa, reciben un Certificado de Socio patrocinador, y tienen los mismos derechos que los socios, ya que los hay de varios tipos según el sector y aporte económico:

-Socios Patrocinadores y parte del Circuito de Compras y Entretenimiento Vip para chinos, que reciben clientes y turistas chinos en sus establecimientos.

-Socios con derecho a voto, son aquellos socios que abonan una cuota anual, y que desean formar parte de la Junta Directiva o ser electos a cargos en la Cámara de Comercio Hispano China. Estos socios someterán su solicitud a la Junta Directiva, señalando sus motivos, los aportes realizados a la Cámara y los aportes que realizarían a la Cámara de ser aprobada su solicitud.

-Socios Fundadores, son los tres socios que conformaron el Acta Fundacional de la Cámara de Comercio Hispano China, los cuales como impulsores del nacimiento de la Cámara son socios vitalicios de dicha Cámara, y siempre formarán parte de la Junta Directiva con pleno derecho a voto. También tendrán derecho a veto de cualquier resolución que tome la Junta Directiva, siempre que dos de los tres Socios Fundadores así lo consideren, contra este tipo de socio no cabe modificación alguna a lo largo de la existencia de la Cámara de Comercio Hispano China.

9. Conclusiones.

Destacar la importancia de la presencia cultural en la diplomacia pública española, debe conseguirse la máxima cualidad y calidad de la misma en la política exterior de España, ya que es sin duda el mejor poder blando y no debe basarse únicamente en la enseñanza de la lengua aunque haya sido el primer logro.

Una unificación de criterios sobre “Marca-España” deben ser marcados o remarcados para obtener una mayor respetabilidad en los foros internacionales así como una implantación en las zonas como Asia, donde no hay precedentes de nuestra marca como país, ni una gran proyección de España.

No debemos olvidar que España mantiene una buena imagen sobre el turismo, proyección cultural, música, arte, literatura, lengua y educación, así como su estructura social, estas son las mejores y más fáciles cualidades proyectables internacionalmente ya que la economía del país no lo es.

Incrementar la proyección sobre las empresas (en sus marcas comerciales de calidad) y tecnología española, es un área donde se debe trabajar con una distinción ante otros países donde esta imagen lleva proyectándose durante más tiempo.

Si bien el idioma está en auge debido al crecimiento de los países fuera de España con los que se comparte idioma, simplemente por esa particularidad España no

está incluida en ese crecimiento, se debe aprovechar este para proyectar la enseñanza en medios audiovisuales, con una calidad, corrección y garantía del idioma, podría ser una proyección fácil de aceptar internacionalmente “Un producto que España puede ofrecer ya que existe y está guardado en el armario”.

La presencia internacional de España depende directamente de nuestra imagen aunque también está relacionada con nuestro nivel de riqueza, si bien es un factor muy importante debido a la globalización, no es el único factor de importancia. La admiración por un país es un arma blanda muy poderosa, no olvidemos el caso de la antigua Grecia que sin utilizar ejército ninguno, influyó en todos los imperios colindantes a través de la admiración por su cultura, sabiduría, sociedad y filosofía.

Sin duda la mejora de la imagen internacional de España, reporta mejores y más consolidados lazos económicos en el ámbito internacional, para ello una mejora propia de la imagen de España y concepto de país queda pendiente entre los españoles.

Se debe aunar esfuerzos y evitar redundancia en la promoción por distintos actores en la Acción Cultural Exterior, ya que podemos distinguir una diversidad de organismos, tanto públicos como privados, cuyos objetivos y estrategias no parecen responder a los mismos principios, esto conlleva el riesgo de presentar una falta de complementariedad y distintos ritmos que son perjudiciales para establecer un instrumento eficaz y básico en una proyección internacional de España.

Una mejora en los organismos de proyección internacional, con mayor vitalidad, sin desconexión entre ellos, con acuerdos sólidos y una elección efectiva de objetivos y estrategias, evaluando la eficiencia de cada uno de estos organismos en el desempeño de sus actividades, debe proporcionar unos resultados mejores en la proyección internacional comprobables y hechos efectivos en los acuerdos y focos internacionales en los que España está inmersa.

10. Anexo

Entrevista en la sede de I.C.Barcelona, realizada a Lidia Tubert, Coordinadora de Actividades Culturales y Administración, con fecha 10 de abril de 2014.

En la entrevista hace referencia al Sr. Chang; El señor Shiru Chang es director chino del I.C. Barcelona y Catedrático de la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing.

DIFUSIÓN DE LA CULTURA CHINA EN ESPAÑA.

1. Los Institutos Confucio:

HANBAN, la sede. <http://spanish.HANBAN.org> donde se puede encontrar la información y organigrama de HANBAN, así como los objetivos básicos de la institución.

2. ¿A qué responde la geografía de dispersión de los I.C.?

. Debe responder HANBAN, yo la desconozco.

3. Sobre el I.C. Barcelona y la FICB, que estructura tiene y que evolución ha tenido?

(Explica el organigrama, que no incluyo en la entrevista porque en el trabajo ya se explica cómo y por quien, está formado este patronato.

Si bien cuando se realizo la entrevista los cargos estaban ocupados por diferentes miembros de los que en la fecha de publicación del trabajo constan, ya que en esos momentos se celebraba en Pekin la cuarta reunión anual de informe del patronato en la que se decidía entre otra información los nuevos cargos y la renovación o cambios en los anteriores).

Se está celebrando la cuarta reunión del Patronato en la (Beiwai), Universidad de Estudios Extranjeros de Pekin, de donde se presenta un reporte de todas las actividades que se han hecho durante todo el año, los presidentes reciben (...), quedarán establecidas las nuevas propuestas y los nuevos retos para nuestra fundación. Esta reunión un año se celebra en Pekin y al siguiente aquí (Barcelona).

Las personas que ocupan los cargos dentro de I.C. Barcelona y la Fundación Instituto Confucio de Barcelona, tienen sus propios cargos dentro de su Universidad o Institución y otro cargo que puede ser variable dentro del I.C. Barcelona.

4. ¿Por qué el instituto C.I. Barcelona es una fundación y qué ventajas tiene por ser una fundación y no solo un Instituto?

a. -Las ventajas:

Para con nuestros trabajos, apoyo y colaboración por más instituciones que son unos grandes referentes españoles de la difusión de la cultura asiática, como casa Asia.

No solo tenemos apoyo sino que estamos en otras universidades.

Un mayor número de emplazamientos, para realizar actividades culturales, actividades académicas, clases de chino, etc., etc. La lista es larga, ¿no?, La semilla es esta, tener el apoyo de todas estas instituciones, obviamente esto da un mayor valor añadido, un valor intangible a lo que es el I.C. Barcelona.

b. -Desventajas:

Al ser una fundación con cuatro instituciones, hay que poner a más gente de acuerdo, es más compleja la institución que otros I.C. que están solo integrados en una universidad

5. **¿Qué entorno, objetivos (ideario), estructura administrativa, recursos humanos, recursos tecnológicos, financieros y materiales, así como procesos administrativos, son necesarios en el I.C.Barcelona?**

(En la página web de la institución ha sido imposible encontrar datos económicos sobre el I.C)

El I.C. es una institución sin ánimo de lucro y todo lo que gana se reinvierte (en el propio I.C.) y funciona con las matriculas de los cursos y también con subvenciones del Ministerio de Educación, es decir tenemos estas dos entradas de financiación.

-¿Estamos hablando del Ministerio de Educación Chino, Español?
Chino, chino, que es HANBAN, que es la sede central, la subvención viene de parte del Gobierno Chino y aparte a nivel interno hay digamos un plus que se recibe a través de las matriculas y todo esto se utiliza para pagar nóminas, calefacción actividades de los cursos y para pagar a los profesores, este es el balance.

6. **¿Cómo se derivan o con qué criterios se derivan los fondos a cada instituto Confucio desde la sede de HANBAN?¿Puedo encontrar esta información en algún lugar o pagina web?**

-Esta información es un poco complicada, además cada Instituto funciona de forma independiente en este aspecto, yo no sé si esta información está disponible. Puedes escribir las preguntas que te queden pendientes, con cuestiones concretas y veremos a ver qué información te podemos sacar.

Esta información se debe consultar al Sr. Chang.

7. **¿Qué métodos de difusión utiliza I.C.Barcelona, para promocionar sus cursos de chino, cursos de cultura, concurso puente a China, curso de verano, su revista?**

Tenemos una página en facebook, ¡hazte amiga!,

También tenemos difusión a través de los alumnos que han realizado cursos con nosotros, personas que vienen a preguntar o llaman, se les envía información por email, la pagina web, a través de actos concretos como actividades culturales por ejemplo; hace muy poco hemos estado en “la Fira d’Ensenyament”, dónde la gente preguntaba que era el I.C., y cuál es su actividad, porque aun es un gran desconocido, en su mayoría eran estudiantes de bachillerato.

8. ¿Qué opinas sobre la evolución de “Revista Instituto Confucio”, que edita la Universidad de Valencia, crees que es menos lúdica en la actualidad que en los inicios de su publicación?

A nivel personal esta revista la conozco bien poco, es decir la recibimos, pero con el volumen de trabajo que tenemos, pocas veces tengo tiempo de ojear la revista. Es una asignatura pendiente que tengo.

Sé que es un proyecto exclusivo del I.C. Valencia que es el único I.C. de España que publica esta revista.

9. ¿Las actividades que se hacen en cada instituto son a iniciativa propias de cada I.C.?

Sí, y no. Sí la mayoría.

Hay actividades que son comunes a todos los I.C., por ejemplo el concurso Puente a China y otras actividades que vienen sugeridas por HANBAN, como las concesiones de becas, los I.C. recomienda o canaliza a ciertos estudiantes para ciertas becas. y también funciona igual para los campamentos de verano, y el Puente a China.

Las fechas de exámenes oficiales están programadas por la sede central.

Otras actividades son iniciativa propia de cada I.C., como ejemplo la celebración del Año Nuevo Chino. Las grandes actividades se programan con mucho tiempo de antelación en la reunión que ahora se hace en Pekin.

Cada año nos vamos reciclando para realizar actividades nuevas.

10. ¿Qué objetivos de difusión culturales tiene concretos el I.C., hay otro tipo de objetivos? ¿Qué cultura se difunde y por qué?

I.C. Tiene objetivo la difusión de la cultura y la lengua pero también, de funcionar como centro de referencia, y sobre todo en la cuestión de la lengua.

Como bien sabes la mayoría de los I.C. son los únicos autorizados para la realización de las convocatorias de los exámenes oficiales de chino, es decir hay un reciclaje constante del proceso, del profesorado en el sentido de que hay un control de toda la docencia que se da, también se hacen varias formaciones de chino no solamente para profesores chinos sino también profesores de Barcelona, España.

Yo pienso que el I.C. Funciona como otros institutos oficiales de lengua, como el I.Cervantes.

Como un punto de referencia, para homogeneizar los criterios que se utilizan a la hora de enseñar chino o una evaluación sobre el nivel de chino, etc.

A parte de toda la cuestión cultural que tiene, tiene muchas variantes, cultural y académica, es decir funciona como sede para la realización de diversas actividades culturales y académicas, con apoyo o no.

Todo tiene la idea de la promoción de la cultura, de la lengua, pero sobre todo pienso que dentro de la cuestión académica tienen como función ser el punto de referencia, también es una manera de presentar la cultura china de forma seria.

Por desgracia en nuestro país, tu bien lo sabes los Estudios Asiáticos es un campo, que todavía es poco conocido, por explorar, así poder dar a los Estudios Asiáticos un sentido, obviamente a través de las Universidades.

11. ¿Por qué el personaje de Confucio es el abanderado, qué representa?

Es una visión del propio instituto. y como mi visión propia, es como figura emblemática histórica china, como pensador y escritor, literato, representante de China y también de Asia, ya que la filosofía de Confucio es muy importante en Asia.

Figura fácilmente reconocible asociada a China

Carta de presentación fácil, que la gente puede reconocer y saber a qué se dedica la institución, otros como I.Cervantes han seguido el mismo criterio.

12. ¿El I.C. ha ofrecido cursos de cocina china, ¿Hay evolución de la cultura gastronómica china en Barcelona, desde el punto de vista del I.C. qué está cambiando en Barcelona?

La gente va cambiando la percepción de comida china barata, a una comida de calidad. Cambio de los restaurantes del buda y el dragón, por restaurante Manolo, que hace las patatas fritas casi mejor que el Sr Manolo.

El I.C.Barcelona ha ofrecido cursos de cocina china con cocineros de alto nivel.

13. ¿Cómo se lleva a cabo la colaboración entre diferentes I.C?

Se intenta aprovechar los mayores recursos posibles, actividades de otros I.C., si es posible aprovechar recursos se derivan, como la misma actividad en otros lugares.

No hay traspaso de datos, sobre alumnos Confucio.

14. **HANBAN envía unos profesores (En este caso españoles, de cada país de acogida del I.C. y profesores Chinos) a los diversos I.C. del mundo. Puedo preguntar los requisitos para optar a estos puestos, quien los selecciona y qué condiciones deben cumplir, una vez que están en el instituto Confucio de destino. ¿Y Otros puestos como los administrativos?**

.Se evalúan a los profesores dependiendo de las necesidades e intereses culturales de los alumnos.

- a. **¿Es posible hacer prácticas de alumnos de las universidades asociadas a FICB, sobre todo para alumnos de Estudios de Oriental de la Universidad Autónoma de Barcelona, en la sede de HANBAN, en China?**

Es algo que no nos hemos planteado, pero es una buena idea.

15. **¿EL I.C. tiene datos, o metodología: análisis, datos sobre porque la gente decide asistir a clases en I.C.?, ¿Se han realizado encuestas al respecto?¿Se puede diferenciar por momentos histórico, me refiero en el momento de las olimpiadas, el auge económico chino, la crisis económica española?,**

Sí, tenemos históricos, hacemos evaluación de los profesores.
Hicimos un estudio de las necesidades e intereses culturales de nuestros alumnos.

16. **¿Qué planes futuros tiene el I.C. por ejemplo sobre el aumento del turismo chino en España, y tenéis planes de asesoramiento, sobre los problemas o cuestiones que los turistas chinos puedan necesitar?**

Nos gustaría asesorar a empresas turísticas, o entidades que reciben a diplomáticos chinos.

17. **¿Dificultades a atravesado I.C.Barcelona?**

A destacar las cinco mudanza de la Sede y la lucha por darnos a conocer.

18. **¿Hay colaboráis con asociaciones chinas y con los chinos de ultramar?**

No en principio no.

19. **¿Es posible hacer una entrevista con Sr.Chang como director de I.C.Barcelona? ¿Quiere Incluir algún dato para beneficiar al instituto Confucio?**

Sí, envía un listado de preguntas pendientes y concretas para el Sr Chang.
(Se enviaron las preguntas pendientes por email, pero la entrevista con el Sr Chang nunca se realizó, por eso no hay datos estadísticos, ni económicos concretos, en este trabajo.)

11. Bibliografía

Libros

Albi, E. (2003), "Economía de las artes y política cultural", Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.

Arndt, R.T. (2005), *The first resort of kings: American cultural diplomacy in the twentieth century*, 1ª edición, Potomac Books, Washington DC.

Bustelo, M. (2002), "¿Qué tiene de específico la metodología de evaluación?", en Bañón R. (comp), "La evaluación de la acción y de las políticas públicas", Díaz Santos, Madrid.

Casares, J. 1998, *Diccionario ideológico de la lengua española*, Gustavo Gili, Barcelona,

Diccionario de la historia, RBA Larousse, Barcelona, 2003

Enrique Sánchez Albarracín, Elies Furio Blasco, Matilde Alonso Pérez. (2014). *Imágenes de España. País, Empresas, Cultura*. Steptm ediciones: 1ª edición.

Frey, B. (2003), "Public Support to the Arts", en R. Towse (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar, Cheltenham; hay traducción castellana: *Manual de Economía de la Cultura*, Fundación Autor, Madrid, 2005.

García Gracia, I., Y. Fernández Fernández y J.L. Zofío Prieto (2000), *La industria de la cultura y el ocio en España*, Fundación Autor, Madrid.

Gillermo Adams, (2001) "España, una potencia en potencia" en España ¿potencia cultural?, Madrid, Incipe-Politica Exterior-Biblioteca Nueva.

Jacobsen, T., Samford, C. y Thakur, R. (2008), *Re-envisioning Sovereignty: The End Of Westphalia?*, Ashgate Publishing, Burlington, VT, 2008,

Lasuén Sancho, J.R., B. Olmedillas Blanco y J.L. Zofío Prieto (2004), *El comercio exterior de los servicios culturales españoles en el marco de la OCDE*, Fundación Autor, Madrid.

Noya, J. (2007), *Diplomacia pública para el siglo XXI*, Ariel, Barcelona.

Rafael Caldurch Cervera, Pereira, Juan Carlos. *La Política Exterior de España (1800-2003)*. Caldurch Cervera, Rafael. Castañer Marquardi, Gustavo. Méndez Guitiérrez del Valle, Ricardo. Marcu, Silvia. Fernández Navarrete, Donato. Martín de la Guardia, Ricardo. et al. 2003 y 2009: Editorial Ariel, S.A.

Starr, Don (2009) *Chinese Language Education in Europe: The Confucius Institutes*. *European Journal of Education* 44(1):65-82.

Saavedra Torres, José Luis (2012): "El poder blando de la marca país: del marketing a la diplomacia pública". REDMARKA UIMA Universidad de A Coruña año V, nº 8, 133148

Seán Golden, (2012) "China en perspectiva, análisis e interpretaciones" Edicions Bellaterra S.L. 2012.

Schulze, G.G, (2003), "International Trade", en R. Towse (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar, Cheltenham; hay traducción castellana: *Manual de Economía de la Cultura*, Fundación Autor, Madrid, 2005.

Stephen Badsey 1914-18, *The British Army in Battle and Its Image*, Birmingham War Studies,

Throsby, D. (2001), *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge; hay traducción castellana: *Economía y cultura*, Cambridge University Press, Madrid, 2001).

Zhang, Hong.2005 "Excelente estrategia: Aprender chino con Confucio" en China Hoy, Vol. XLXI, N° 4, Editorial China Hoy.

Documentos de Trabajo

Belén Sanz Luque(2006) "¿Es posible evaluar la política cultural exterior como una política pública? ". *Real instituto el Cano, Estudios Internacionales y Estratégicos*, DT N° 4/2006 - 16/02/2006.

Gienow-Hecht, J.C.E. (2010), "What Are We Searching For? Culture, Diplomacy, Agents, and the State", en J.C.E. Gienow-Hecht y M.C. Donfried (eds.), *Searching for a cultural diplomacy*, Berghahn Books, Nueva York, pp. 3-12.

Gienow-Hecht, J.C.E., y M.C. Donfried (2010), "The Model of Cultural Diplomacy: Power, Distance, and the Promise of Civil Society", en J.C.E.

Gienow-Hecht y M. C. Donfried (eds.), *Searching for a cultural diplomacy*, Berghahn Books, Nueva York, pp. 13-30.

Golden, Seán (2009) "Orientalisms in East Asia. A theoretical model". *Inter Asia Papers*, n° 12. Institut d'Estudis Internacionals i Interculturals, Grup de Recerca InterAsia, Universitat Autònoma de Barcelona.

Juan José Prieto Gutiérrez (2013) "La acción cultural exterior de España a través del Instituto Cervantes" *Real instituto el Cano, Estudios Internacionales y Estratégicos*, OIE 14/2013-12/08=2013

Marco, E., y J. Otero Roth (2010b), "La transformación de la diplomacia cultural española", *Política Exterior*, vol. 24, n° 134, pp. 155-164.

Molina, I. (ed.) (2014), *Hacia una renovación estratégica de la política exterior española*, Real Instituto Elcano, Madrid.

Montobbio, M. "Triangulando la Triangulación, España/Europa-América Latina-Asia Pacifico". Fundación CIDOB y Casa Asia, n°B, Barcelona 2004. ISSN1696-9987.

Qin Yaqing, Wang (2007) "Pensamiento chino y relaciones internacionales: dos Inter Asia Papers, n° Revista CIDOB d'Afers Internacionals, n.º 100(diciembre de 2012), p. 67-90.

Víctor Fernández (2005) "Evolución del gasto en política cultural exterior: una aproximación". *Real instituto el Cano, Estudios Internacionales y Estratégicos*, DT N° 45-2005 - 27/10/2005.

Proyecto de Ley por la que se crea el "Instituto Cervantes", VI-1990. Madrid, Secretaría General del Congreso de los Diputados-Dirección de Estudios y Documentación "Ley 7/1991, de 21 de marzo, por la que se crea el Instituto Cervantes". BOE, 22-III-1991. Juan A. Gimeno, "El Instituto Cervantes: el diseño de una nuevo ente", *Documentación Administrativa*, 227 (1991)

Zallo, R. (2011), "Análisis comparativo y tendencias de las políticas culturales de España, Cataluña y el País Vasco", Documento de Trabajo nº 10/2011, Fundación Alternativas, Madrid

Documentos en línea.

Acción Exterior para el Desarrollo de España. Disponible en: http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/policy-paper-accion-exterior-para-el-desarrollo-espana#.VUC6TNLtmko [consultado el 1 de mayo de 2015].

Cámara Hispano China (2015). Disponible en: <http://www.camarahispanochina.es/inicio-espa por cienC3 por cienB1ol/socios> [Consulta el 10-mayo de 2015].

China Globalasia (2015). Disponible en: <http://china.globalasia.com/estudiar-chino-en-espana/instituto-confucio-en-espana> [Consulta el 10-mayo de 2015].

Confucius Institute Headquarters (HANBAN). Examen de chino HSK en: http://spanish.HANBAN.org/tests/node_8220.htm, consultado el 10 de octubre de 2015.

El español en el mundo, Anuario del Instituto Cervantes, 2014. Disponible: http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/publicaciones_espanol/espanol_mundo/anuario_2014.htm, consultado el 14 de mayo de 2015

La acción cultural exterior de España a través del Instituto Cervantes (2015). Disponible El español en el mundo, Anuario del Instituto Cervantes, 2013. http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/default.htm. Consulta 10 de mayo 2015.

Memoria anual del Instituto Cervantes 2010-2011

Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación/Cultura en el exterior: <http://www.mae.es/mae/index2.jsp?catId=236&URL=/mae/MapaWeb.jsp> [consultado el 1 de mayo de 2015].

Proceso de Solicitud en: http://spanish.HANBAN.org/confuciusinstitutes/node_8172.htm, [consultado el 10 de octubre de 2015].

Web de consulta:

Página web de Casa África, <http://www.casafrica.es/casafrica/Publicaciones/Memoria-Casa-Africa-2014.pdf> [Consulta 06-05-2014]

Página web de Banco Mundial. "Population (Total)". World Bank.org. [Consultado el 24 de diciembre de 2014].

Página web de Casa Asia. <http://www.casaasia.es/economia/recursos> [consulta 06-05-2015]

Página web de <http://www.casaasia.es/economia/actividades> [Consulta 06-05-2015]

Página web de <http://www.camarahispanochina.es/inicio-espa por cienC3 por cienB1ol/socios> [consulta 13-05-2015]

Página web de http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p01.htm#np10n

Página web de http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p04.htm#np53n

Página web de http://cvc.cervantes.es/lengua/anuario/anuario_13/i_cervantes/p02.htm

Página web de Instituto Cervantes: <<http://www.hispanismo.cervantes.es>> [consulta: 16/04/2011]

Página web de <http://www.ccchinamadrid.org> [consulta 15-05-2015]

Página web de Confucius Institute Headquarters (HANBAN). . Examen de chino HSK en: http://spanish.HANBAN.org/tests/node_8220.htm , consultado el 29 de abril de 2015

Página web de Confucius Institute Headquarters (HANBAN). . Proceso de Solicitud en: http://spanish.HANBAN.org/confuciusinstitutes/node_8172.htm, consultado el 29 de abril de 2015

Página web de http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/Nombramientos/Paginas/Articulos/20140610_NOMBRAMIENTO13.aspx

Página web de [http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/areacomunicacion/documentosinstitucionales/Documents/Plan por cien20de por cien20Actuaci por cienC3 por cienB3n por cien202008.pdf](http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/areacomunicacion/documentosinstitucionales/Documents/Plan%20por%20cien20de%20por%20cien20Actuaci%20por%20cienC3%20por%20cienB3n%20por%20cien202008.pdf)

Página web de <http://www.ine.es/prensa/np838.pdf>, pg7 [consulta 13-05-2015]

Página web de <http://www.ine.es/prensa/np838.pdf>, pg7 [consulta 13-05-2015]

Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación/Cultura en el exterior: <http://www.mae.es/mae/index2.jsp?catId=236&URL=/mae/MapaWeb.jsp>

Página web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación/Cultura en el exterior: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/CooperacionAIDesarrollo/Paginas/AECID.aspx>

Página web de Oficina General de Institutos Confucio (HANBAN). . ¿Cómo funciona el Instituto Confucio?, octubre 2011, en: http://spanish.HANBAN.org/article/2011-10/28/content_364778.htm, consultado el 29 de marzo de 2015.

Página web de la Real Academia Española, Diccionario de lengua española, consulta , 22 de abril 2015: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=diplomacia

Página web de Redden, Elizabeth 2012 Confucius Says... Inside Higher Ed, January 4. <http://www.insidehighered.com/news/2012/01/04/debate-over-chinese-funded-institutes-american-universities#sthash.UiwXg9h6.dpbs>, [consulta 13-julio-2014]

Página web de <http://www.zaichina.net/tag/poder-blando-de-china/#sthash.L8Ak32Lr.dpuf>