

Balance del Año de España en China

Pablo Bravo Lozano

Embajador en Misión Especial para el Año de España en China

Resumen

La realización de un Año de España en China es una iniciativa que se menciona como posibilidad en el II Foro España-China en Shanghai y que crece arropada por las positivas experiencias de Francia (2004) e Italia (2006) que organizaron sus "Años en China" como fórmulas para llevar una imagen atractiva y actualizada de sus países. Ya en su tramo final, previsto para febrero de 2008, cuando se redacta este artículo, es posible afirmar que esta iniciativa ha sido todo un éxito, dando lugar a un incremento exponencial de las inversiones españolas en el país asiático, así como amplificando el impacto de la cultura, el arte, el intercambio comercial y el educativo en ambas sociedades. Con foco específico en el núcleo creciente de consumidores chinos, y ante la expectativa que China siga el ejemplo de Japón en cuanto a su relación con España, partiendo de un conocimiento difuso a una relación cada vez más intensa, el Gobierno y el conjunto de actores sociales y políticos han coordinado sus fuerzas para estimular la penetración de España en China, mejorando el conocimiento y aumentando el prestigio de lo español. La suma de esfuerzos ha contribuido al despliegue diplomático más intenso que España haya dedicado nunca a un solo país, en un año, como el 2007, especialmente significativo para China, al ser el año que precede a los Juegos Olímpicos de Beijing 2008.

Introducción

Cuando redacto estas líneas, finales de enero de 2008, aún quedan algunas actividades de cierto calibre para completar el amplio programa de contenidos que conformaron el "Año de España en China" (AECH, de ahora en adelante).

Además, por igual razón temporal, el balance aún no tiene toda la perspectiva y necesario distanciamiento para identificar qué ha supuesto esta iniciativa inédita en nuestra acción exterior. Con estas limitaciones, voy a intentar analizar qué fue y qué supuso este esfuerzo global en nuestras relaciones con China, un continente más que un país.

Lo primero que me viene a la mente es que este colosal esfuerzo impulsado y coordinado desde el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, constituyó un original ejercicio de equilibrio entre diplomacia tradicional y el ya aceptado y vigente concepto de *soft diplomacy*. Ha surgido de este esfuerzo una "masa crítica" y se ha puesto en marcha una inercia de nuestra presencia en China a través de numerosas actividades que han creado una malla de complicidades institucionales y personales que estoy convencido desarrollarán todos sus efectos a lo largo de los próximos años.

Debo añadir, en homenaje a todos, que el AECH ha constituido ejemplo de coordinación y sinergias muy logrado entre los numerosísimos agentes que en él han participado. Es evidente el peso específico, por ser una iniciativa de Estado, que han tenido los numerosos departamentos en ella implicados. Pero también hay que subrayar que otras entidades públicas y privadas y sobre todo la sociedad civil a través del mundo empresarial han tenido una activa participación. La clave de esta fructífera sinergia es sencilla: había una percepción generalizada de que China es una realidad inmediata que nos afecta más directamente de lo que su distancia geográfica determinarí­a. Todos éramos cons-

cientes y consecuentes con este planteamiento y ello hizo que mi labor como Embajador en Misión Especial encontrara un terreno abonado en la tarea de coordinación que me fue asignada por el Gobierno.

Se ha dicho y esto podría ser ya balance en titulares que "hay un antes y un después del Año de España en China" en las relaciones entre ambos países. En este análisis retrospectivo me propongo hacer un recorrido por los diversos capítulos que constituyeron el AECH. Forzosamente hay que arrancar del origen de esta iniciativa.

¿Cómo surge la idea de un Año de España en China?

En realidad es un tema relativamente reciente que se menciona como posibilidad en el II Foro España-China en Shan-

"El AECH ha constituido ejemplo de coordinación y sinergias (...). La clave de esta fructífera sinergia es sencilla: había una percepción generalizada de que China es una realidad inmediata que nos afecta más directamente de lo que su distancia geográfica determinarí­a."

ghai y que crece arropado por las positivas experiencias de Francia (2004) e Italia (2006) que organizaron sus “Años en China” como fórmulas para llevar una imagen atractiva y actualizada de sus países.

España era consciente de que su imagen en China era deficitaria. En su enfoque más optimista podíamos hablar de una “simpatía difusa” hacia nosotros. Esta percepción hacia nosotros en China la confirmaría el informe publicado por el Real Instituto Elcano “La imagen de España en China”, trabajo que nos ha sido de utilidad a la hora de diseñar y ajustar el plan de acción del AECH.

No voy a entrar en un análisis detallado del mismo, pero sí quiero subrayar un elemento que siempre interpreto como alentador: en China había y seguirá habiendo tópicos hacia España. Digo que es alentador porque el tópico bien presentado, yo diría noblemente manipulado, puede servir como elemento identificador y de atracción hacia una realidad que, hablando en términos de *marketing*, pretendemos “vender”. Y España presentaba varios de ellos con perfiles muy positivos: país apasionado, que aprecia la buena gastronomía, que destaca en ciertos aspectos lúdicos (toros y fútbol), que posee una cultura atractiva, turísticamente apetecible... Para un chino somos una “provincia” en Europa pero que se distingue de otras que ellos también perciben: Francia, Alemania, Italia.

Algunas cifras o porcentajes nos ayudarán a fijar esa percepción. Los ciudadanos chinos identifican a España con los toros (42%), el fútbol (10%) y el color rojo (51%). Observamos gracias al trabajo de campo, que Picasso y Don Quijote son los dos personajes que se identifican en mayor medida con España, un país que según los encuestados, se parece a Italia y Portugal. Para el 72% España de los encuestados se trata de un país tradicional, con una alta calidad de vida (70%).

Sin embargo, tan sólo un 10% recuerda haber comprado alguna vez un producto español.

A la vista de los resultados, se podría decir que la percepción china recuerda en ciertos aspectos, a la que hace unos veinte años existía en Japón hacia nosotros y que luego ha tenido una evolución positiva: aumento de turistas japoneses hacia España, consumo creciente de productos españoles de alta gama (aceites, vinos, moda...) aprecio de la cultura española (desde la pintura hasta el flamenco).

Algunos predicados respecto a China recuerdan al llamado *Japanese trend*. Esto supondría que, como ocurrió en Japón, el consumidor chino a medida que va ganando poder adquisitivo y descubriendo nuestra realidad, podría también convertirse en un consumidor creciente de España y sus productos en el sentido más amplio de la palabra, como lo fue el japonés. De ahí la importancia del programa del Año de España en China, orientado a una clientela de consumidores, aún minoritaria en China, pero dadas las magnitudes de

aquel país, ya muy significativa. Estamos hablando de un colectivo de unos 200 millones de personas.

Pertenecer a ese pelotón de cabeza de países europeos era una baza que hemos intentado jugar de la manera más hábil.

Somos europeos, pero tenemos un perfil propio que queremos que los chinos conozcan: una lengua universal y una cultura importante, y de la mano de estos señuelos llevarles a conocer nuestra realidad como la 8ª potencia económica del mundo, con empresas tecnológicas punteras a nivel mundial en ciertas áreas (medio ambiente, grandes concesionarios de servicios, redes bancarias con implantación internacional, hostelería...).

El AECH podría definirse como el esfuerzo por presentar una imagen muy atractiva de España a través de lo más conocido (arte, cultura, música, gastronomía, diseño...) para llamar la atención sobre nuestras potencialidades como país con tecnologías propias capaces de competir en ese gran mercado que es China y capaces de exportar su creatividad al proceso imparable que se está produciendo en la ya

tercera potencia mundial en términos macroeconómicos.

La puesta en marcha del AECH

Del 13 al 15 de noviembre de 2005 el presidente de la República Popular China, Hu Jintao,

realizó una visita de Estado a España. En ella se hace pública una “Declaración conjunta entre el Reino de España y la República Popular China” que para mí es un documento básico y trascendental en las relaciones entre los dos países. Consagra a España como un “interlocutor privilegiado en el diálogo político”. Al respecto, permitanme aportar el capítulo 2 de dicha declaración:

“Las Partes pasaron revista a la historia de las tradicionales relaciones de amistad entre España y China, y en especial a

“ En China había y seguirá habiendo tópicos hacia España. Esto es alentador ya que el tópico bien presentado, yo diría noblemente manipulado, puede servir como elemento identificador y de atracción hacia una realidad que, hablando en términos de *marketing*, pretendemos ‘vender’ ”

“ Se podría decir que la percepción china recuerda en ciertos aspectos, a la que hace unos veinte años existía en Japón hacia nosotros y que luego ha tenido una evolución positiva: aumento de turistas japoneses hacia España, consumo creciente de productos españoles de alta gama y aprecio de la cultura ”

los positivos resultados obtenidos durante la visita del Presidente del Gobierno de España a la R.P. China los pasados 21 a 23 de julio. Las Partes coinciden en que a lo largo de los 32 años transcurridos desde el establecimiento de relaciones diplomáticas, éstas han experimentado un gran desarrollo con prometedoras expectativas de cara al futuro de la cooperación mutua en los distintos ámbitos.

En la actualidad, las relaciones internacionales se encuentran sometidas a profundos cambios y a nuevos retos. España y China deben reforzar sus relaciones de mutua confianza, incrementar su conocimiento y estrechar su cooperación en mayor beneficio de ambos pueblos y contribuir a la paz y al desarrollo internacional. Por ello, ambas Partes resuelven establecer de común acuerdo una Relación de Asociación Estratégica Integral”.

Esa Relación de Asociación Estratégica “integral” nos equipara y coloca a la altura de unos pocos países (Francia, Reino Unido, entre otros), que ya tenían dicho estatus.

El primer párrafo del punto 4 insiste en este marco privilegiado de diálogo en que España propuso y China aceptó la protección de los derechos humanos.

Dice el apartado 4 de la citada Declaración:

“España y China recalcan la necesidad de profundizar y ampliar de manera continua sus relaciones en el marco de la Asociación Estratégica Integral entre la Unión Europea y China para que se convierta en un componente importante en la vinculación de esta relación. Ambas Partes destacan la importancia del diálogo entre la UE y China en materia de Derechos Humanos y apoyan su refuerzo, sobre la base de la igualdad y el respeto mutuo. Teniendo en cuenta las especificaciones de los dos países, ambas Partes manifiestan la necesidad de promover la defensa y protección de los Derechos Humanos, de acuerdo con la Declaración Universal de los Derechos Humanos y de conformidad con los tratados internacionales en el marco de las Naciones Unidas”.

El párrafo 1º del punto 5 refuerza aún más este ánimo de estrecha cooperación entre ambos países:

“China y España recordaron que el pasado 21 de julio, con motivo de la visita del Presidente del Gobierno de España, se firmó por parte de los dos ministros de Asuntos Exteriores en Beijing un Memorando de Entendimiento para el establecimiento de un mecanismo de diálogo político de alto nivel entre los dos países”.

Más adelante se identifican las áreas en que nuestra cooperación ecológica y empresarial, que debe primar: medio ambiente, las energías renovables, agroindustria, servicios ur-

banos y de infraestructuras, telecomunicaciones, industria del automóvil, transporte, sector financiero, distribución, turismo y sanidad.

Finalmente, el punto 7 es clave a la hora de plasmar oficialmente la iniciativa del AECH:

“España y China, respondiendo a sus propias realidades nacionales, expresan su respeto a las diferencias entre culturas y manifiestan su apoyo al establecimiento de canales de entendimiento y de conocimiento mutuo, abrigando la creencia de que ello contribuirá a unas relaciones bilaterales estables y duraderas. Los dos países profundizarán su intercambio y cooperación en el terreno cultural y ofrecerán facilidades para el establecimiento de centros culturales en los respectivos países. Ambas Partes acogen positivamente la apertura del Instituto Cervantes en China y del Centro Cultural chino en España.

Las Partes manifiestan su propósito de llevar a cabo un ‘Año de España en China’ en el 2007 y un ‘Festival del Arte chino en España’ en 2007”.

Mis disculpas si he abusado de las citas de este documento pero me parecen de vital importancia para enmarcar no sólo el AECH sino el campo de entendimiento y cordialidad en que están trascurriendo las relaciones entre ambos países. No es exagerado afirmar que será difícil superar la bondad e intensidad de las relaciones políticas y diplomáticas entre España y China. El IV Foro España-China celebrado en Madrid el 27-28 de noviembre de 2007 ha sido testigo y prueba de este espléndido estado de las relaciones bilaterales.

Precisamente en este encuadre y desde este informe hay que interpretar la ocasión irreplicable que ha supuesto el AECH. China, anfitrión oficial, ha hecho honor a su compromiso y ello ha permitido que esta iniciativa haya tenido un eco y apoyo oficiales impensable de otra forma. No olvidemos que China es cortejada continuamente por gobiernos y empresas. La atención que ha recibido España y las iniciativas del Año a lo largo de 2007 y lo que se prolongue en el 2008 (se hizo coincidir el año con el año chino que finalizará en febrero de 2008) es muy de apreciar como han reconocido todos los agentes, públicos y privados que intervienen en el Año de España en China, en un año emblemático para China, el 2007, previo al olímpico 2008, y que ha supuesto una oportunidad única. Creo con toda sinceridad que España lo ha sabido aprovechar. Hechos y cifras que aportaré a lo largo de este análisis son prueba fehaciente de este acierto.

Cuando se concibió la estrategia del Año procuramos definir con toda claridad qué mensaje se quería hacer llegar, a qué público y cuál era el objetivo del Año; principalmente,

corregir y sobre todo compensar el déficit de imagen de España en China. Intentar salir de los tópicos y presentar una imagen actualizada de nuestro país. Creo que se ha logrado en buena proporción tanto por el esfuerzo realizado como por arrancar de un índice de conocimiento más bien escaso.

El público o clientela a quien iba dirigido el Año, aunque teóricamente incluiría a estos 1.300 millones de chinos, claramente suponía concentrarse en la "franja útil" que es la zona antes definida donde se concentra una incipiente clase media china que ronda ya los 300 millones de personas; fue precisamente también ahí donde Francia e Italia concentraron el grueso del contenido de sus Años. Precisamente y desde esta zona hemos recibido suficientes muestras y reacciones positivas a la oferta presentada que nos permite augurar una reconsideración al alza de nuestra presencia en China.

A título complementario, señalar que el AECH que en principio se ceñía a ser un Año cultural se transformaría luego en un Año integral, matiz que no es baladí. El paraguas del Año que acogió a más de 250 actividades integró no sólo un amplio programa cultural sino numerosas actividades de carácter comercial y empresarial que lo configuraron, repito, como un Año de vocación integral.

El Año arranca institucionalmente con su presentación pública el 26 de febrero de 2007 en el Palacio de Santa Cruz, la sede del Ministerio de Asuntos Exteriores, en el marco de un acto que estuvo presidido por la vicepresidenta primera del Gobierno M^{ra} Teresa Fernández de la Vega, acompañada por el ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Miguel Ángel Moratinos, y el embajador de la República Popular China en España, Qiu Xiaoyi. Al acto asistieron 250 personas, tuvo amplia repercusión en los medios de comunicación y supuso el pistoletazo de salida.

Posteriormente el 6 de abril tuvo lugar la presentación y lanzamiento oficial del Año en Beijing en el Auditorio de la Ciudad Prohibida también presidido por la vicepresidenta primera del Gobierno quien estuvo acompañada por el ministro de Cultura chino y otras autoridades. El acto fue arropado de un evento, "España emociona", con diversas actuaciones de varios artistas españoles. Los medios chinos

lo recogieron con una mezcla de curiosidad y simpatía reflejo de esa percepción un tanto difusa a la que tantas veces me refería.

A la hora de hacer balance del Año hay que arrancar con una afirmación que no es exagerada: en la historia de la acción exterior de España, jamás se había producido un desembarco institucional del nivel e intensidad que se ha tenido con China. Ha habido una presencia intensa y continua

de los máximos responsables de Gobierno y administraciones públicas, con la única excepción del presidente del Gobierno que aún tenía reciente una visita oficial.

En primer lugar, la visita de Estado de los reyes en junio, quienes por tercera vez visitaban China. Tal vez lo más llamativo

fue la mayor delegación empresarial que jamás acompañó a los monarcas: unos 350 empresarios se dieron cita en Beijing en la II Cumbre empresarial Hispano-china. Además de la gran empresa ya presente en el país, muchas pymes aprovecharon la ocasión para hacer sus primeros contactos en China.

Destacable fue también el itinerario del viaje; además de las jornadas en Beijing y Shanghai, se visitó Chendgdu, capital de la provincia de Sichuán donde también tuvo lugar un foro empresarial de menor formato. Y ello en consonancia con la actual política del gobierno chino del "go west", es decir abrirse al resto del país donde hay menor saturación de inversión extranjera. Precisamente en esa provincia, una empresa española establecerá la mayor planta de extracción

de sílice en toda China con una inversión de 700 millones de dólares.

Los príncipes de Asturias visitaron por segundo año consecutivo "el Imperio del Centro" en esta ocasión dentro del marco del Año de España en China.

Hubo etapas en Shanghai y Beijing con la firma de importantes acuerdos en dos temas de interés: la autorización de importación de carne porcina (¡por fin los chinos podrán probar el jamón español!) y el acuerdo para la formación de altos cuadros chinos que les permitirá visitar y familiarizarse con nuestras instituciones en España.

Por su parte la vicepresidenta primera del Gobierno viajó en abril a Shanghai, Beijing y Xi'an. Aprovechó para tener un amplísimo contacto con responsables políticos y de áreas

"La atención que ha recibido España y las iniciativas del Año a lo largo de 2007 y lo que se prolongue en el 2008 (...) es muy de apreciar como han reconocido todos los agentes, públicos y privados que intervienen en el Año de España en China, en un año emblemático para China, previo al olímpico 2008 (...) Creo con toda sinceridad que España lo ha sabido aprovechar."

"El AECH que en principio se ceñía a ser un Año cultural se transformaría luego en un Año integral (...) El paraguas del Año que acogió a más de 250 actividades integró no sólo un amplio programa cultural sino numerosas actividades de carácter comercial y empresarial"

económicas al igual que para lanzar oficialmente el Año de España en China en el recinto de la Ciudad Prohibida. Por primera vez el tema de género tuvo un lugar destacado en los contactos con las autoridades locales.

A lo largo del año y escalonadamente, los responsables de los departamentos de Fomento, Agricultura, Industria, Comercio y Turismo, Asuntos Exteriores (acompañando a los reyes.), Medio Ambiente y Educación han visitado oficialmente China y firmado acuerdos de cooperación en sus respectivas áreas. Algunos ministros aún tienen visitas pendientes a China, surgidas de compromisos dentro del AECH.

Donde menos implicación ha habido ha sido a nivel autonómico ya que excepto una visita del presidente de Andalucía Manuel Chaves, sólo se produjeron visitas de representación autonómicas a nivel de vicepresidentes o consejeros. Aquí el balance ha sido escaso, posiblemente justificado por las elecciones municipales y autonómicas del 2007.

Quiero evocar en un balance, repito, todavía falto de una cierta perspectiva, lo que considero más destacado en el ámbito cultural y luego empresarial.

El amplísimo programa de actividades culturales cuyo día a día ha venido recogiendo el portal oficial del AECH (www.china2007.es) tuvo como pilares fundamentales tanto el programa del Ministerio de Cultura como el de la Sociedad Estatal para la Acción Cultural Exterior (SEACEX).

Igualmente, es de justicia mencionar el extenso programa del recién estrenado Instituto Cervantes en Beijing.

En más de una ocasión y actividad se produjo un concertado solapamiento y cruce de apoyos entre estas tres instituciones (SEACEX, ICEX e Instituto Cervantes de Beijing).

Quiero dejar aquí constancia del éxito obtenido por España tanto en el Festival de Beijing como en el Shanghai Arts Festival, en el que destacó, entre otras, el estreno mundial en Beijing del espectáculo *Imperium* de La Fura del Baus y la presencia de Sara Baras con su espectáculo *Sabores*. Fueron ambos un éxito de crítica y de público, sorprendidos por la innovación del primero y fuerza del segundo.

SEACEX por su parte llevó un amplio programa con 9 exposiciones. Por su peso en importancia la muestra del Museo del Prado "De Tiziano a Goya" que en el breve periodo que compartió entre Beijing y Shanghai atrajo a más de 600.000 visitantes, fue calificada por la crítica china como la mejor muestra de pintura clásica europea jamás exhibida en China.

Las muestras "300% Spanish Design" y "Cosmos Gaudí" tuvieron gran eco entre las clases más cultivadas tanto en

Shanghai como en Beijing (arquitectos, diseñadores, intelectuales). La nueva imagen de España obtuvo un avance importante con esta expositiva.

En el ámbito de la educación hay que calificar de trascendental el acuerdo firmado por los titulares de Educación de ambos países que permitirá abrir las universidades españolas a los estudiantes chinos deseosos de realizar grados y postgrados en un ámbito de lengua, cultura y tecnología en español. De los escasos centenares de estudiantes chinos que en la actualidad siguen cursos en España es razonable esperar que la cifra alcance algunos millares en los próximos años, dado el doble aliciente que supone la calidad de nuestra educación universitaria y el amplio campo que se les abre hacia Iberoamérica. Insisto en subrayar el éxito de este prometedor acuerdo.

Cambiando de tercio, quiero traer a colación el original e inédito Encuentro de Mujeres Hispano-chino, que ha creado unos contactos y compromisos de intercambio de experiencias, con gran interés por parte china en conocer la legislación y experiencias españolas. Las representantes chinas, alejándose por primera vez de un cierto hermetismo oficialista, han reconocido la gravedad del fenómeno y se han visto reconfortadas por un país como España que intenta aportar soluciones a una situación que afecta en mayor o menor medida, pero siempre dolorosamente, a la mujer en nuestras sociedades contemporáneas.

En el ámbito de los intereses económicos en sentido amplio el balance también ha sido positivo y cuantificable. Pendiente aún de cifras finales, el aumento de inversión directa de empresas españolas en China ha sido de un 600%; sólo en el primer trimestre de 2007 se ha invertido más que la suma de todos los años anteriores desde la apertura comercial del mercado en China, con una cifra de 560 millones de euros. Tiendas de ropa, oficinas bancarias, distribuidoras de alimentación, fábricas de bicicletas, de bañeras, grifos, accesorios varios... han supuesto una oleada sin precedentes y que, como señala la prensa salmón coincide con la celebración del AECH. Lejos de mí pensar que esta coincidencia sea resultado directo del esfuerzo que ha supuesto el Año, pero sí que éste ha contribuido decididamente a que el mercado chino deje de ser algo distante, exótico e inabordable. La tendencia es irreversible y una decena de grandes multinacionales españolas estarán cada vez más presentes en el mercado chino en áreas como infraestructura, servicios y sanidad.

El importante esfuerzo de promoción que ha brindado el ICEX a lo largo del 2007 con numerosísimas actividades de promoción, presencia en ferias y apoyo e iniciativas de tipo cultural (apoyo a la lengua, el libro y el cine españoles), gastronomía etc., ha supuesto un factor fundamental para la

creciente presencia de pymes en China. También aquí hay que considerar muy positivas las sinergias que se han producido con otras entidades como por ejemplo la CEOE y la Confederación de Cámaras de Comercio, que culminaron en la II Cumbre Empresarial Hispano-china el 27 de noviembre de 2007 inaugurada por los reyes en Beijing y que supuso la mayor concentración de empresarios españoles en un evento de este tipo en el extranjero.

Quiero también mencionar el creciente interés que España está despertando entre numerosas empresas chinas que ven a nuestro país como una magnífica plataforma logística de cara a los mercados europeos, africanos y latinoamericanos. El AECH ha visto el creciente interés despertado por España en China traducido en el establecimiento de un vuelo directo desde Beijing a Madrid con tres frecuencias semanales.

Las perspectivas que el turismo en ambos sentidos ha despertado, prometen multiplicar espectacularmente las cifras modestas del presente. El Año ha puesto en cierta manera de moda a España en China y la apetencia por lo español ha crecido muchos enteros. Un reciente estudio encargado por la Conserjería de Información de la embajada de España en Beijing señala un aumento del 100% del interés que el AECH despertó entre nuestra potencial clientela de chinos en aquel país, si bien es cierto que arrancamos de cifras aún muy modestas.

Ciertos sectores como la banca, las telecomunicaciones y las energías renovables se han aprovechado del protagonismo de España en China y del interés despertado en nuestro país. Es cierto que China es un enorme continente pero sería injusto no reconocer el gran salto cuantitativo y cualitativo que se ha producido con ocasión y enmarcado temporalmente en este Año. Incluso para las mentes más escépticas habría un mínimo mérito indiscutible: el de la oportunidad de que la iniciativa del Año se materializara precisamente cuando el interés en España hacia China es creciente y comienza a dar resultados palpables. Sería más honrado reconocer que además de esa feliz y oportuna coincidencia ha habido, en medida difícil de cuantificar, una relación de causa-efecto, pero sobre todo, insisto, se ha producido una inercia definitiva cuyos resultados concretos empiezan a ser cuantificables.

Hay tantos índices del interés de España hacia China que han surgido a lo largo del 2007 (la presencia de bufetes españoles en China sería sintomático) que realmente hay que concluir que el Año ha sido testigo de una eclosión de iniciativas, presencias y proyectos como nunca se había dado. Es de justicia reconocer que el Año ha actuado como catalizador de este nuevo marco de relaciones y contenidos entre España y el Imperio del Centro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS¹

BREGOLAT, E. (2007) *La segunda revolución china*. Ediciones Destino.

Obra de análisis de un activo y privilegiado espectador, nuestro embajador en China, el catalán Eugenio Bregolat, en dos períodos entre 1987 y 2003. Una aproximación de primera mano a los logros, las contradicciones y el inmenso potencial de China, que en una generación ha hecho lo que a muchos países les ha costado siglos. Crecimiento económico, la nueva legitimidad del partido comunista, una comparativa de los modelos ruso y chino, los sucesos de Tiananmén... Todo bajo el análisis de un excelente diplomático.

DOMINGO, R (Ed.) *China, el dragón rampante. Panorama político, económico y jurídico*. Colección *The Global Law Collection*, Aranzadi Editorial.

De nuevo un análisis de la realidad china, desgraciadamente poco publicitado, pero que recoge muy atinadamente en tres capítulos subdivididos en epígrafes cortos pero muy atractivos, la situación actual de China en su triple dimensión social, jurídica y económica. Breve, muy útil y con grandes dosis de la praxis actual china en aspectos muy pegados al terreno y de indudable utilidad para los interesados en establecerse en China.

MUÑOZ, M. (2007) *El enigma chino. Treinta años de observador*. Ediciones Espejo de Tinta.

El decano de los empresarios españoles en China aporta su experiencia en un libro de muy agradable lectura en un recorrido temporalmente escalonado y personalizado que tiene mucho de memorias. A lo largo de 28 capítulos y un apéndice dedicado a las relaciones entre España y China, nos ofrece una amplia panorámica de la mutación

experimentada por China en los últimos treinta años y de la que él es testigo de primera fila. La mujer, el sexo, la lengua china, el medio ambiente y otra serie de cuestiones enmarcan una obra accesible y un tanto enigmática en su conclusión: China es otro mundo, otro planeta.

NOYA, J. (2006) *La imagen de España en China*. Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. Un equipo de analistas chinos y españoles trabajaron en España, China y Estados Unidos a lo largo de 2006 en base a una metodología científica de 2.000 encuestas realizadas a una muestra representativa de la población urbana china, con especial énfasis en la población joven. Los empresarios, los gestores culturales y los agentes turísticos también fueron objeto de este estudio. También la prensa e internet fueron analizados para ver qué aspectos de la realidad española han ocupado el interés de los medios de comunicación en China. Documento muy útil y hasta ahora único para tener un primer acercamiento y percepción de cómo nos ve la China urbana, principal clientela y *target* del Año.

TAMAMES, R. (2007) *El siglo de China. De Mao a primera potencia mundial*. Editorial Planeta.

Una obra de análisis con una perspectiva histórica con un fuerte componente de enfoque demográfico, medioambiental y, en sentido amplio, de estructura económica en la China actual para perfilar el modelo de desarrollo de la próxima primera potencia mundial, según el profesor Tamames. Mención a las incertidumbres que puede conllevar este modelo y amplia referencia a las relaciones con la Unión Europea y con España completan este libro pleno de datos y percepciones sobre el presente de China.

1. Me he limitado a mencionar cinco de las publicaciones para mí más documentadas, actualizadas y útiles que han aparecido precisamente a lo largo del Año de España en China. Soy, lo reconozco, parcial pues con sus autores comparto una buena relación o una amistad de años, pero sobre todo les estoy profundamente agradecido por el esfuerzo realizado y la aportación que ello ha supuesto para todos los interesados en China.