

China, a la búsqueda del ‘poder blando’

[Diego Torres](#)

¿Qué armas de seducción puede utilizar el gigante asiático para ganarse la admiración del mundo?



Getty Images/AFP

El presidente chino, Xi Jinping, con su esposa, Peng Liyuan, de gira en el extranjero.

“Diez chinos desembarcaron ayer en nuestras costas provenientes de un vapor de La Habana para crear problemas a las autoridades federales. [...] Es evidente que la maldad de estos chinos en parecerse tantísimo unos a otros va probablemente a frustrar la buena voluntad del Congreso. [...] En todos nuestros puertos se encuentran chinos tan corruptos como para introducir ilegalmente a otros chinos en el país y permitirles amasar fortunas lavando la ropa de los americanos, fortunas que se gastan después en lujos libertinos en Cantón, en lugar de engordar la riqueza nacional...”. Ese era el [editorial](#) del *New York Times* del 26 de agosto de 1885. Más de un siglo después, la nación que el periódico más influyente del mundo miraba con desdén, prejuicios y un toque de racismo se prepara para tomar el relevo de Estados Unidos como la primera potencia económica mundial, un adelantamiento que podría suceder, dependiendo de las estimaciones (del FMI y del Banco Mundial, entre otros), en una o dos

décadas.

El diario de Nueva York ya no publica este tipo de comentarios. No es el caso, en cambio, de muchísimos analistas, opinadores y reporteros en España y otras partes del mundo, que siguen retratando a China con una agresiva mezcla de desconocimiento y rechazo. A pesar de su fulgurante ascenso económico, la presencia cultural del país asiático es ínfima en gran parte del mundo. El *gigante asiático* carece de nada parecido a los poderosos instrumentos de proyección del *soft power* (*poder blando*) estadounidense: las películas y las series de Hollywood, las universidades de élite –donde se forman líderes de todo el planeta– y los medios de comunicación de alcance global.

Esta falta de influencia es relativamente común. A pesar del potencial efecto alterador de Internet, la globalización sigue siendo hoy, con contadas excepciones, una corriente que circula en una única dirección. Los niños de todo el planeta saben quiénes son Batman o Superman, pero sería difícil encontrar a un adolescente en EE UU –o en cualquier otro país fuera de España– que conozca a Mortadelo y Filemón. Lo mismo sucede con los escritores, las estrellas del cine, los músicos, los políticos, los periodistas, las ciudades...

La situación, a la que otros países se han resignado, escuece en China. La potencia aspirante desea incrementar su influencia en el mundo y construir progresivamente herramientas que den lustre y barnicen su creciente poderío económico y militar. En 2007, el entonces presidente del país, Hu Jintao, hizo por primera vez un llamamiento a potenciar el *poder blando* para mejorar la posición de China en el mundo. “La cultura se ha convertido en un factor de creciente importancia en la competición por el poder nacional”, [dijo](#).

Desde entonces, el país asiático ha redoblado los esfuerzos y ha vertido ingentes recursos en la red de institutos Confucio –equivalente al Instituto Cervantes–, en la expansión internacional de los medios de comunicación estatales –como la CCTV y Xinhua–, en exposiciones culturales y congresos internacionales, en becas de intercambio para atraer estudiantes extranjeros a sus universidades y en créditos a países desfavorecidos –fundamentalmente en África y Latinoamérica–.

Incluso se percibe que el Partido Comunista está tratando de dejar atrás ciertos rasgos soviéticos y promocionando a cuadros con mayores dotes para la comunicación. El ejemplomás evidente es el actual presidente, Xi Jinping, una persona que, a diferencia de supredecesor, Hu Jintao, es capaz de mantener la atención de un auditorio sin aburrir a propios yextraños. Otra muestra de este viraje es el creciente papel que la mujer del jefe de Estado,Peng Liyuan, está desempeñando en política exterior. Peng ha acompañado a Xi en las dosgiras al extranjero que ha realizado hasta ahora, una tendencia relativamente novedosa.

Aún así, los resultados de esta apuesta han sido cuanto menos discutibles. De acuerdo a la empresa de [encuestas](#) Globe Scan, la imagen de China en el mundo es más negativa que la de la Unión Europea, Estados Unidos o Brasil, pero mejor que la de Rusia y similar a la de India. Los resultados del sondeo, publicado en el pasado mes de mayo, muestran que las opiniones sobre el *gigante asiático* son generalmente negativas en los países desarrollados (UE, EE UU y Japón) y fundamentalmente positivas en las naciones en desarrollo (África y Latinoamérica).

En la actualidad, el *soft power* chino se ha convertido en un tema de debate habitual entre los observadores extranjeros y las élites políticas e intelectuales locales. Para muchos, no es casualidad que la primera potencia económica, EE UU, sea también el líder cultural y el país más influyente del planeta. Según este análisis, esencialmente marxista, la capacidad de seducción de China en el mundo irá aumentando conforme incrementa su poderío económico.

Para otros, en cambio, como Joseph Nye, el inventor del concepto “*soft power*”, [existe](#) un problema de fondo que está lastrando los esfuerzos del Gobierno de Pekín. China es el único país del mundo que mantiene encerrado en la cárcel a un premio Nobel de la paz, Liu Xiaobo, razona Nye. Mientras el régimen comunista siga amordazando a la sociedad civil, sus esfuerzos de promoción están condenados al fracaso, advierte el analista estadounidense.

Hay quienes se salen de estos dos esquemas. Yan Xuetong, uno de los más respetados expertos en Relaciones Internacionales del país asiático, cree que el *poder blando* se construye no sólo mediante la proyección cultural, sino también a través de las decisiones de los líderes políticos. Yan aboga por que los dirigentes comunistas se ganen la confianza del mundo con un comportamiento más justo que EE UU en la escena internacional y creando una suerte de sistema de valores alternativo al de la libertad, la democracia y la igualdad estadounidenses.

¿Lograra China algún día, tal vez dentro de 30, 40 o 50 años, que los niños del mundo vibren con sus héroes? ¿Que la gente de todo el mundo quiera vivir en sus ciudades y estudiar en sus universidades? ¿Que los hombres y mujeres deseen parecerse a sus actores? Hagan sus apuestas.

Artículos relacionados

- [La perpetua mutación de China en el mundo árabe.](#) **Heriberto Araújo y Juan Pablo Cardenal**
- [El 'poder blando' de China.](#) **Julio Arias**
- [El ascenso de China no significa la guerra...](#) **Joseph Nye**

Fecha de creación

4 julio, 2013