

La generación weibo puede reiniciar China

[Jonas Parello-Plesner y Michael Anti](#)

El Gobierno chino se adapta también a esta nueva realidad de los medios sociales.



AFP/Getty Images

El líder chino de esta quinta generación, Xi Jinping, ha heredado de Hu Jintao el poder económico y el prestigio del que disfruta el país. Pero Xi ha heredado también el despertar de la opinión pública en China. La generación de los *microbloggers* ya no se deja seducir por la propaganda tradicional, como demostró la disputa generada por la [censura en el diario Southern Weekend](#).

Esta generación obliga a los líderes chinos a gobernar con más transparencia, pero también les proporciona las herramientas necesarias para usar la manipulación propia de los sistemas autoritarios con el fin de mantener su poder.

Uno de los legados de la década de Hu-Wen son los medios de comunicación social, en chino llamados *weibo*. Los *microblogs* prácticamente no existían en 2003 pero han sufrido una

explosión desde 2009, dando lugar a un total de unos 300 millones de personas en continua, e instantánea, comunicación.

Incluso el curtido seguidor de lo que pasa en China Kevin Rudd, ex primer ministro de Australia, se vio sorprendido por esta fuerte corriente en el fondo de la sociedad china cuando se unió a Weibo.com y 700.000 chinos se pegaron a él. Rudd lo llama ahora "una de las mayores lagunas en cualquier análisis occidental de lo que está pasando en China".

Weibo es aun así [una esfera pública repleta de restricciones](#). Hay búsquedas de palabras que están prohibidas (sí, los disidentes Ai Weiwei y [Liu Xiaobo](#) entran en esa categoría, pero también los nombres de los principales líderes) aunque a menudo esta medida es burlada por los hábiles *ciberciudadanos* con el empleo de juegos de palabras.

En weibo, las personas populares pueden reunir un número de seguidores del tamaño de un país. El crítico social Li Chenping tiene más de 6 millones que le leen, aproximadamente el equivalente a la población de Dinamarca. La popular actriz Yao Chen puede presumir de más de 30 millones de seguidores. Normalmente publica inocuos *tuits* sobre su vida diaria como estrella de cine.

Recientemente, sin embargo, añadió su voz al rifirrafe provocado por la censura en el *Southern Weekend* cuando publicó una cita de Solzhenitsyn sobre el valor intrínseco de la verdad. Este gesto tuvo eco por toda China a pesar incluso de que las búsquedas y los *posts* relacionados con *Southern Weekend* (*Nanfang Zhoumo*) estaban bloqueados por los *ciberburócratas* chinos.

Los *ciberciudadanos* del *gigante asiático* que buscan la verdad hacen que la propaganda clásica sea más difícil. [La excesiva contaminación de Pekín](#) es otro ejemplo demasiado sucio para poder ser escondido con las habituales estrategias de negación del Gobierno. Durante los últimos años, la embajada de Estados Unidos en Pekín ha estado realizando mediciones independientes de la calidad del aire que filtraba a la opinión pública china, proporcionando circuitos de información alternativos.

Así, tras el reciente "Sábado negro" las autoridades tuvieron que admitir que la polución realmente era peor de lo que debería. La nueva línea de propaganda es más sutil y estuvo orquestada por la televisión estatal, que emitía programas sobre el *smog* (niebla tóxica) de Londres en 1952 y lo comparaba a la China de hoy. El mensaje para la audiencia era que hace falta un largo periodo de tiempo para reparar los daños medioambientales causados por la industrialización y que los chinos tienen que ser pacientes.

También se da el efecto inverso: la cúpula dirigente necesita los medios sociales para poder

gobernar. Es un modo de tomar la temperatura al estado de ánimo de la sociedad, ante la ausencia de elecciones para hacerlo, y un índice de la frustración que puede ser monitoreado.

[La campaña anticorrupción de Xi](#) utilizará medios sociales en abundancia. Weibo es el azote de los funcionarios locales chinos desde que son los propios *ciberciudadanos* quienes revelan casos de corrupción. Y los gobiernos locales no tienen la capacidad necesaria para poder detener los *posts*. De modo que lucir un reloj caro no acorde a sus salarios de empleados públicos sitúa a los funcionarios en la zona de peligro de weibo.

Aunque este avance es positivo para la transparencia, sigue siendo un sucedáneo de un [genuino sistema de imperio de la ley](#) y de control de la responsabilidad política. El linchamiento online de funcionarios tiene además ecos de los destructivos posters, o dazibaos, de la Revolución Cultural.

En consecuencia, el Gobierno chino está adaptándose a esta nueva realidad de los medios sociales. Señala un nuevo foro de debate público que puede ser filtrado usando las herramientas, puestas al día, de la propaganda autoritaria.

La *wei-gobernanza* es un concepto que se ha puesto recientemente de moda entre las agencias del Gobierno, así como entre los representantes chinos que se comunican en weibo. En una reciente reunión en Pekín, se hizo un llamamiento a todos quienes trabajan en propaganda para que se unan a weibo y publiquen a él. Cai Qi, destacado líder local del partido comunista en Zhejiang, ha presentado la estrategia del Gobierno en los siguientes términos: "controlar weibo mientras se usa, y facilitar su control gracias a su uso".

China proclama lo que un observador llama "Internet con características chinas". Pero dentro de los límites, incluso con restricciones en los medios sociales, los impulsores activos de la generación weibo han ido ganando en importancia, provocando una batalla por la opinión pública.

La versión original de este artículo fue publicada en [ECFR](#).

Artículos relacionados

- [Gobierno chino versus microblogs](#). **Daniel Méndez**
- [Las webs de Isaac Mao sobre china](#).
- [Trucos para saltarse la censura en Internet](#).

- [Filtros sobre la marcha.](#) *Carolyn O'Hara*

Fecha de creación

14 febrero, 2013