



La nueva diplomacia cultural china

Jaime Otero Roth *

Tema: En este ARI se repasa la evolución reciente de la nueva diplomacia cultural de China como parte integrante de su política exterior¹.

Resumen: En los últimos años, la política exterior china ha cobrado más visibilidad y capacidad de iniciativa, adaptándose tanto a las nuevas necesidades del auge económico como a las circunstancias cambiantes de la sociedad internacional. Junto a una mayor participación en los asuntos mundiales por las vías más discretas de la diplomacia intergubernamental, China ha desplegado un conjunto de acciones dirigidas a la opinión pública global, renovando o reforzando instrumentos existentes y creando otros nuevos. Entre los primeros, las visitas oficiales se han multiplicado y se ha ampliado y modernizado el uso de los medios de información. Entre las novedades destacan la organización de grandes eventos internacionales y la puesta en marcha de una activa política de cooperación cultural exterior.

Análisis: Como en otros aspectos de la modernización de China, pueden reconocerse en su nueva diplomacia pública elementos tomados de otros países, que combinados con las circunstancias propias forman un modelo original. Una importante singularidad del modelo chino de diplomacia pública reside en que se ha desarrollado a partir de la tradición de propaganda política propia de un régimen de partido único. A diferencia de los ejemplos occidentales en los que se inspira, emana de un poder fuertemente centralizado y discurre por canales estrechamente controlados por las autoridades, dejando apenas espacio a la iniciativa de otros agentes. Esta característica explica en buena medida su eficacia, pero al mismo tiempo plantea dudas sobre sus debilidades.

China toma la iniciativa

Detrás de la nueva diplomacia pública china encontramos, en primer lugar, la necesidad de gestionar una creciente interdependencia con el mundo exterior. China se ha transformado profundamente en los últimos 30 años, como consecuencia de sucesivas reformas guiadas por una pragmática combinación de continuidad política y medidas de libre mercado. Por su enorme peso demográfico y el crecimiento vertiginoso de su economía, que no hubiera sido posible sin una progresiva apertura al exterior, China está llamada a desempeñar un papel protagonista en el escenario internacional. Es ya la cuarta economía, el segundo exportador de bienes y el segundo comprador de petróleo del mundo; es el mayor tenedor de divisas, en gran parte invertidas en EEUU, y uno de los mayores receptores de inversión extranjera directa.

La sociedad china es cada vez menos un universo impenetrable, anclado en su pasado milenario o encerrado en un proyecto revolucionario. Los contactos con el exterior aumentan en todos los campos de actividad. El aeropuerto de Pekín subió en 2005 del puesto 20º al 14º en tráfico de pasajeros. En 2005, China recibió 46 millones de visitas (el 4º país del mundo en llegadas), sin contar Macao y Hong Kong, y fue el 7º país que más gastó en turismo emisor. China ha superado a EEUU en número de suscriptores de TV por cable y terminales de teléfono. Sólo en EEUU hay más usuarios de Internet que en China, aunque la penetración de la red está aún lejos de alcanzar la

* Investigador principal de Lengua y Cultura, Real Instituto Elcano

¹ Este ARI es un extracto actualizado del artículo “China descubre la diplomacia pública”, *Anuario Asia Pacífico* 2007, CIDOB-RIE.

de los países industrializados. Hay en China más niños aprendiendo inglés que en EEUU. Al menos 117.000 jóvenes chinos estaban estudiando en el extranjero en 2003; más de 700.000 lo hicieron en el período 1978-2003, según fuentes del Ministerio de Educación chino, la mayoría de ellos en Europa y EEUU. El número de estudiantes extranjeros en China subió de 30.000 en 1995 a más de 100.000 en 2004, la mayor parte de ellos procedentes de otros países asiáticos.

Al incorporarse a la globalización económica, China se ha vuelto más dependiente del mundo exterior, e influye cada vez más en la economía mundial. Necesita asegurar los suministros de energía y materias primas, consolidar y diversificar mercados para sus manufacturas, y adquirir más conocimientos y tecnología para dar mayor valor añadido a sus productos. Como consecuencia, la política exterior se muestra más participativa en los asuntos mundiales, mediante el ingreso en organizaciones internacionales, la participación en misiones de paz y el aumento de la cooperación al desarrollo. Y con creciente eficacia da a conocer estas políticas a la opinión pública mundial. La actual generación de dirigentes chinos, a diferencia de la anterior, se prodiga en viajes oficiales al extranjero. Las giras del presidente Hu Jintao, del primer ministro Wen Jiabao y de otros ministros y altos cargos por Europa, África y América Latina; sus visitas a los principales socios de China (Australia, India, EEUU Rusia y Japón); y su presencia en foros del mundo industrializado, combinan los objetivos mencionados con el lanzamiento de mensajes públicos de amistad y cooperación.

El sendero del ascenso pacífico

En segundo lugar, la nueva diplomacia pública china está guiada por la necesidad de proyectar una imagen amistosa y atractiva sobre la escena mundial que ahuyente posibles recelos ante una hegemonía amenazadora. En el amplio debate internacional sobre el ascenso de China, la “teoría de la amenaza” predice que el auge expansivo del gigante recién despierto producirá inevitablemente el enfrentamiento con sus vecinos e incluso conflictos a mayor escala, como ocurrió con otras potencias emergentes y carentes de suficiente espacio vital en el pasado. En respuesta a esta posición, ha surgido en la propia China la teoría del “ascenso” o “desarrollo pacífico”, que se fija como objetivo prioritario sacar de la pobreza al grueso de la población mediante la incorporación a la globalización económica y el mantenimiento de relaciones de cooperación y amistad con el resto del mundo. China argumenta que su desarrollo depende de un entorno pacífico y está ligado por una ecuación *win-win* al desarrollo del resto del mundo, y asegura que no busca predominio ni hegemonía sino la “construcción de un mundo armonioso”.

Hasta ahora, la tesis del “ascenso pacífico” ha sido, en términos generales, coherente con la forma y el contenido de la política exterior. China ha desactivado potenciales conflictos regionales y ha apostado por el multilateralismo en el plano global, beneficiándose en su imagen internacional del desgaste que ha sufrido EEUU por su política en Oriente Medio. Se ha asegurado sus abastecimientos por vías diplomáticas y ha evitado presiones y enfrentamientos en la rivalidad por los mercados internacionales. Pero en su camino pacífico hacia el estatus de gran potencia, muchos parecen creer, dentro y fuera de China, que le falta mayor equipaje de prestigio e influencia, de poder de atracción. Joseph Nye ha señalado que como la India, China ha adoptado “una política exterior que hizo que aumentara su atractivo a los ojos de otros. Pero ninguno de los dos países llegó aún a un lugar destacado en los índices de recursos de poder blando con los que cuentan Estados Unidos, Europa y Japón. Si bien la cultura proporciona cierto poder blando, las políticas internas y los valores la limitan, sobre todo en China, donde el Partido Comunista teme conceder libertad intelectual y resiste las influencias externas”.

Según algunas herramientas de medición de la imagen global de un país, como el Anholt Nation Brand Index, la reputación internacional de China ha mejorado recientemente. A pesar de ello, un reciente informe del Foreign Policy Center califica de “emergencia” el problema de imagen de China, y lo señala como su principal amenaza estratégica. Detecta un fuerte contraste entre la imagen que tienen los chinos de sí mismos y la que se percibe desde el exterior; también es grande y “peligrosa” la distancia entre ésta y la realidad de los recientes logros y transformaciones de la sociedad china.

El ascenso de China produce en el exterior percepciones contradictorias e inquietudes reales. Junto a las expectativas positivas que levanta como gran mercado y tierra de nuevas oportunidades, su modelo de crecimiento despierta el temor a las deslocalizaciones y la pérdida de empleos en el resto del mundo. La capacidad de compra de la economía china impulsa el crecimiento en otras regiones, al tiempo que la avidez de materias primas provoca dudas sobre su encarecimiento y posible escasez. Preocupan las repercusiones del crecimiento desordenado sobre el medio ambiente y las posibles consecuencias sociales y políticas de las desigualdades de renta. Las declaraciones sobre el “socialismo armonioso” chocan con las noticias sobre la fiebre consumista, el urbanismo desatado y las fortunas fabulosas. La política de internacionalización de sus empresas, que ha culminado con intentos de compra de grandes compañías extranjeras, se ha topado en algunos casos con los recelos de las autoridades económicas occidentales. Aunque se conocen el esfuerzo inversor en I+D y los progresos realizados en educación y ciencia, el historial de violaciones de la propiedad intelectual e industrial sigue lastrando la imagen de las manufacturas chinas.

La política exterior tampoco está libre de contradicciones. La posición tradicional de China como líder del mundo en desarrollo contrasta con la encendida defensa de la globalización económica. Los votos por la coexistencia pacífica se compadecen mal con las fuertes inversiones realizadas en la modernización de las fuerzas armadas. La protección al Gobierno de Sudán pone en peligro la imagen de Pekín ante la proximidad de los Juegos Olímpicos. En el plano doméstico, el éxito económico de China no ha ido acompañado de reformas políticas significativas. El régimen de partido único sigue vigente, en medio del decreciente peso del sector público en la economía. Después de los sucesos de Tiananmen y el reflujó de la tímida apertura desencadenada por las reformas de los años 80, sólo muy lentamente vuelven a relajarse los mecanismos de control social, mostrando al mismo tiempo la nueva dirección una mayor sensibilidad hacia los desequilibrios sociales derivados del crecimiento económico. El escrutinio internacional sigue denunciando graves carencias en la situación de los derechos humanos, y las manifestaciones de personajes mundialmente populares sobre el Tíbet ponen en cuestión el tratamiento que China da a sus minorías regionales.

De la “vietnamita” a Internet

China mantiene el monopolio informativo de sus medios de comunicación, e invierte grandes esfuerzos en controlar la información que se difunde desde China al resto del mundo, así como en mantener al grueso de su población al margen de determinados contenidos informativos procedentes del exterior. Las estadísticas chinas disponibles siguen siendo poco accesibles e incompletas. Apenas existen instituciones que publiquen informes o análisis críticos o alternativos con alcance internacional. Excepto en entornos controlados como los complejos turísticos, no es posible ver libremente cadenas de televisión o adquirir prensa extranjera. Se habla de decenas de miles de “ciberpolicías” que vigilan permanentemente la red con el fin de bloquear la búsqueda de determinadas expresiones o el acceso a páginas concretas en Internet.

Al mismo tiempo, no hay duda de que, a pesar de la censura, el extraordinario desarrollo de las TIC en China está creando las condiciones para un desarrollo sin precedentes de la libertad de información y de debate. La visita de las páginas oficiales de China, disponibles en varios idiomas, produce una impresión de modernidad e independencia, e incluso de apertura de costumbres y libertad de opinión. China ha ido abandonando viejas formas de propaganda y guerra psicológica. Lejos quedan los bombardeos de octavillas a través del estrecho de Taiwán, o la exportación de la revolución a otros continentes. Los principales órganos de gobierno de China, incluyendo las embajadas, mantienen páginas de Internet en inglés y otros idiomas. Los medios oficiales no eluden asuntos espinosos y explican los progresos en las materias más sensibles, aunque remitiendo unidireccionalmente a los *White Papers* del Gobierno.

La agencia de noticias *Xinhua*, así como el *People's Daily*, órgano del Partido Comunista Chino, ofrece contenidos en siete lenguas, incluyendo una versión simplificada del chino. El *China Daily*, “único periódico nacional en inglés”, fue creado en 1981 y tiene una circulación diaria de 200.000

ejemplares, un tercio de los cuales se distribuye en más de 150 países. De él dependen otras publicaciones y suplementos en inglés como los locales *China Daily Hong Kong Edition*, *Shanghai Star* y *Beijing Weekend*. La televisión central, CCTV, tiene desde 2002 un canal internacional de 24 horas en inglés con 45 millones de suscriptores en todo el mundo. Radio China Internacional, fundada en 1941, transmite diariamente 211 horas de programación en 38 lenguas extranjeras, en cuatro variaciones dialectales chinas y en *putonghua* (la norma común de China).

El sector de la comunicación sigue monopolizado por el Estado, y con la excepción parcial de Hong Kong y otros enclaves más internacionalizados, las distintas emisoras de radio y televisión siguen sujetas a estrictas restricciones de contenidos, a las que han tenido que plegarse también las compañías extranjeras que desde 2005 han sido autorizadas a emitir por cable en algunas áreas. La autocensura es un peaje que han tenido que pagar hasta los Rolling Stones, que dejaron caer algunos temas de su repertorio en el primer concierto que dieron en Shanghai en 2006. Por otra parte, la penetración de programas de entretenimiento extranjeros es cada vez más intensa a través de acuerdos con corporaciones locales como el Shanghai Media Group o Hunan TV, de propiedad pública pero con una gestión marcadamente comercial (los límites entre la propiedad pública y la privada en China aparecen cada vez más difusos). Los programas extranjeros llegan también a los receptores chinos a través de un número desconocido de antenas parabólicas ilegales. Aunque la importación de productos culturales extranjeros está severamente limitada (alrededor de 20 largometrajes al año en el caso del cine), la influencia cultural occidental entra por otras vías, como la distribución de música o cine por Internet u otros soportes (se calcula que el 95% de las películas vendidas en China son copias pirateadas).

Reservas de poder suave y nuevas remesas culturales

Junto a la multiplicación de los contactos y visitas oficiales y los cambios en la política de comunicación con el exterior, China ha empezado a poner en práctica otros instrumentos propios de la diplomacia pública, entre los que destacan la organización de grandes eventos internacionales (Juegos Olímpicos de Pekín en 2008, Exposición Universal de Shanghai en 2010) y una activa política de intercambios culturales y educativos.

Aunque coherentes con la estrategia del ascenso pacífico e integradas en la política informativa exterior, estas acciones corren en buena medida por cauces diferentes a las anteriores. Al igual que en otros países, las relaciones culturales pretenden construir confianza y credibilidad a largo plazo mediante el contacto permanente con los actores sociales de otros países, más que conseguir objetivos concretos e inmediatos a través de mensajes políticos puntuales. Las recientes tendencias de la política cultural exterior procuran que las relaciones culturales mantengan cierta distancia con los mensajes oficiales directos, aun cuando sean promovidas por instancias gubernamentales. Al mismo tiempo, han ampliado su campo de acción para incluir cuestiones como derechos humanos, valores democráticos, papel de los medios de comunicación, etc., sin eludir los debates nacionales más espinosos. A pesar de que la sociedad civil china está lejos de alcanzar niveles de independencia equiparables a los de las democracias industrializadas, la nueva diplomacia pública china parece haber tomado buena nota de cómo potenciar su imagen exterior a través de las relaciones culturales.

La influencia de la cultura china se extendió por Asia y el mundo mucho antes de que su Gobierno decidiera incorporarla como activo a sus relaciones exteriores: unos 30 siglos antes. China no carece de reservas de “poder suave” que avalen su crédito cultural: una tradición intelectual milenaria, irradiada en el primer milenio antes de Cristo a los países vecinos; inventos como el papel, la pólvora, la imprenta, la porcelana y la seda, que se difundieron por Asia antes de llegar a Occidente a través de los viajeros medievales. La imagen lejana de Cathay y sus riquezas inspiró la expansión marítima europea. La antigua filosofía china, la medicina tradicional, las artes marciales, la caligrafía y la pintura se dieron a conocer mundialmente por medio de misioneros, comerciantes y enviados diplomáticos, sobre todo desde el período de los Tratados Desiguales. La diáspora china, a partir de finales del siglo XIX, ha popularizado en muchas capitales de Europa y América el arte mobiliario, la gastronomía, la gimnasia y las fiestas del calendario chino.

Los agencias públicas chinas se encargan regularmente de recordar estos logros del pasado, y otros menos conocidos, mediante noticias como la del hallazgo de un viejo mapa que indicaría una temprana vuelta al mundo, o la aparición de fósiles que cuestionan el solar original del *homo sapiens*, o el descubrimiento de los más antiguos restos de papel encontrados hasta la fecha. La recuperación del pasado anterior al estancamiento de China en el siglo XIX cumple a la vez la función de reforzar la autoestima nacional y de reivindicar un papel internacional de primera potencia.

Ciertamente, China no necesita hacer grandes esfuerzos para que despierte el interés por su cultura más allá de sus fronteras. Algunos países europeos han tenido que guardar turno para celebrar “Años cruzados” (el Reino Unido, Francia, Italia, Rusia y España durante el presente año, y Grecia en 2008, en coincidencia con los Juegos Olímpicos) o para obtener permisos de apertura de centros culturales en territorio chino. Los museos occidentales organizan grandes exposiciones de arte chino, como *Three Emperors*, en la Royal Academy of Arts, que coincidió con la visita del presidente Hu Jintao a Londres en 2005. En 2003 se presentó en el Kennedy Center de Washington el *Festival of China*, con un presupuesto de 2 millones de dólares. Después de dar la vuelta al mundo, los guerreros de Xian recalaron en España en 2004, y actualmente visitan el British Museum de Londres.

A las reservas de activos culturales tradicionales, China suma ahora nuevas remesas de creación contemporánea que atraen creciente atención en Occidente. Desde finales de los años 90, los comisarios occidentales dedican muestras en ferias y bienales al arte chino de vanguardia que emerge en los grandes centros urbanos. Aun cuando estas manifestaciones no están libres de la censura en la propia China, el Gobierno ha acabado comprendiendo que el arte contemporáneo “vende”, y desde hace poco ampara el nacimiento de centros de arte. Los jóvenes artistas chinos cotizan al alza, ayudados por las principales galerías del Reino Unido y EEUU. Las ventas mundiales de arte chino contemporáneo en Christie’s aumentaron de 13,5 a 90 millones de euros de 2004 a 2006. Museos como el Centro Pompidou y el Guggenheim están considerando abrir filiales en China. En España, Casa Asia programa regularmente actividades culturales en torno a China, como la reciente sobre “hiperarquitectura e hiperdiseño”. Artium y la Fundación ICO han programado recientemente exposiciones de fotografía y vídeo contemporáneos. La danza moderna ha hecho su aparición en Nueva York con compañías como la Guandong Modern Dance Company, la Beijing Modern Dance Company y la Shen Wei Dance Arts.

La literatura china encuentra dificultades para hacerse oír, aunque empieza a encontrar su espacio en los suplementos culturales y los estantes de las librerías. En 2000, Gao Xingjian (exilado en Francia) ganó el primer Nobel de literatura para la lengua china. En 2004, el chino como lengua original ocupaba el puesto 16º en el *Index Translationum* de la UNESCO con 274 traducciones, mejorando la posición total del período 1979-2002 (21º), aunque todavía por detrás del holandés (330), el portugués (383) y el catalán (392). En las ferias internacionales del libro han hecho su aparición las casetas chinas ofreciendo sobre todo impresión a bajo coste, pero también derechos de traducción. Según fuentes oficiales, en 2004 China exportó 1.314 derechos de publicación e importó 10.040. En 2005, Penguin compró a un precio récord de 100.000 dólares los derechos para el extranjero de *The Wolf Totem*, obra de Jiang Rong que vendió más de un millón de ejemplares en China. Peter Jackson, director de *El señor de los anillos*, ha comprado los derechos para un guión cinematográfico. China es el primer impresor del mundo, pero las cifras del comercio exterior del libro están lejos de alcanzar a Japón o Corea del Sur, y los libros exportados tratan sobre todo de cultura china tradicional.

El cine chino gana en volumen y premios, pero progresa lentamente en las taquillas de Occidente. En 2006 se produjo en China un número récord de películas: 330. En este año, Jia Zhangke obtuvo el León de Oro en Venecia por su película *Still Life*, y Zhang Yuan fue premiado en Berlín por *Little Red Flowers*. En 2004, la realizadora Xu Jinglei ganó el premio al mejor director por su *Carta a una desconocida* en el Festival de San Sebastián. *2046*, de Wong Kar Wai, recibió el

Screen International Award de los Premios del cine europeo, en 2004. En 2003, *Hero* de Zhang Yimou fue nominada para el Oscar al mejor filme extranjero. Su más reciente *La maldición de la flor dorada* se ha convertido en la más taquillera de la historia del cine chino. En 2002, Chen Kaige obtuvo la Concha de Oro al mejor director en San Sebastián por *Together*. La estrella más internacional del cine chino, Gong Li, es invitada habitual del festival de Cannes. Por otra parte, el mercado chino del cine en sala despierta y está atrayendo a las industrias de países vecinos como Japón o Singapur. El despertar del cine en lengua china no ha pasado desapercibido a las todopoderosas productoras estadounidenses, que conocen el potencial de los realizadores chinos gracias a los filmes de Bruce Lee, Jackie Chan o Ang Lee (nacidos respectivamente en EEUU, Hong Kong y Taiwán).

Déficit cultural y acción del Gobierno

A pesar de estos éxitos internacionales, los medios oficiales se lamentan del déficit de la balanza cultural, y subrayan los esfuerzos de las autoridades por corregirlo mediante el estímulo interno a la producción y reclamando una mayor creatividad y diversidad de sus productos culturales. He aquí otro incentivo para la puesta en funcionamiento de una política institucional de difusión cultural: potenciar esa extraña mezcla de mercancía y poder comunicador que posee el producto cultural. El *Informe sobre la labor del Gobierno* presentado ante la X Asamblea Popular Nacional, en marzo de 2007, rendía brevemente cuentas del desarrollo de la industria cultural: “Se profundizó aún más la reforma del sistema cultural, se aceleró el desarrollo de la industria cultural, y fueron más vigorosos los intercambios culturales con el exterior” (www.spanish.xinhuanet.com/spanish/2007-03/16/content_402218.htm).

La cooperación cultural no es una línea aislada del Gobierno, sino que está conscientemente integrada en la estrategia de desarrollo pacífico: “A medida que avanza la globalización económica, China se hace más consciente de la importancia de los intercambios y el diálogo entre civilizaciones diferentes, y trabaja intensamente para que el resto del mundo conozca y comprenda a China, al tiempo que atrae y absorbe los frutos útiles de otras civilizaciones. En los últimos años, China ha cooperado con muchos países para celebrar eventos conjuntos bajo la forma de Semanas, Visitas, Festivales y Años culturales, promoviendo de esa forma los intercambios y el entendimiento entre el pueblo chino y otros pueblos, y creando nuevas vías para un diálogo igual entre civilizaciones” (*White paper on peaceful development road*, www.china.org.cn/english/2005/Dec/152669.htm).

En un artículo reciente, el primer ministro Wen Jiabao engarza con más precisión las relaciones culturales en la estrategia global de China y describe un programa completo: “Debemos extender los intercambios culturales con otros países. Los intercambios culturales son un puente que conecta los corazones y las mentes de los pueblos de la tierra y una importante forma de proyectar la imagen de un país (...) Debemos emplear varias formas y medios, como las giras de espectáculos y exposiciones, la enseñanza de la lengua china, el intercambio académico y la promoción de años culturales, para promover la cultura china y aumentar su atractivo en el extranjero. Debemos ejercer una estrategia cultural de alcance global, desarrollar la industria cultural, mejorar la competitividad de las empresas y productos culturales chinos, aumentar las exportaciones de libros, cine, programas de TV y otros productos culturales, de manera que éstos, y en particular los mejores de entre ellos, lleguen al mundo entero”. Y termina adoptando el concepto de diplomacia pública: “Debemos dirigir nuestra diplomacia pública de forma más eficiente. Debemos informar al mundo exterior de los progresos de nuestras reformas, de nuestra apertura y modernización de forma adecuada, oportuna y completa. Al mismo tiempo, debemos ser francos sobre nuestros problemas (...) Debemos trabajar para que la comunidad internacional se forme una visión objetiva y equilibrada de China, con el fin de alentar un entorno de opinión pública amistosa y favorable para China” (“Our Historical Tasks at the Primary Stage of Socialism and Several Issues Concerning China’s Foreign Policy”, *China Daily*, 27/II/2007).

Conclusión: ¿Tendrá éxito la nueva diplomacia china en su objetivo de crear una percepción internacional más favorable de la potencia ascendente? La *charm offensive* emprendida por China en los últimos años ha tenido un gran impacto en el resto del mundo, ayudada por el creciente peso político y económico de la gran potencia, y seguramente por la erosión de la imagen de EEUU. La capacidad de atracción de China tiene fundamentos sólidos (valores milenarios, tradición cultural, efervescencia creativa), y no hay duda de que los enormes avances del último cuarto de siglo, que hubieran sido imposibles sin una apertura sin precedentes al mundo exterior, están creando las condiciones para transformaciones aún más profundas de la sociedad china. Pero las carencias que aún limitan el pleno desarrollo de China, los desequilibrios producidos por el enorme crecimiento y las contradicciones de su política exterior limitan la credibilidad de la política de relaciones públicas de la gran potencia y ponen en cuestión su eficacia.

Todo indica que es aún largo el camino para que China alcance las cotas de prestigio o influencia intangible (“poder suave”) de que disfrutaban Europa o América del Norte, que en última instancia se fundamentan en su alto nivel de vida y en un sistema de valores que concede un amplio grado de libertad individual. Mientras tanto, China toma buena nota no sólo de las nuevas tendencias internacionales para la gestión de su reputación, sino también de las críticas que las contradicciones de su modelo de desarrollo económico y político están recibiendo en el exterior. Algunos incidentes recientes han puesto sobre aviso a las autoridades chinas, como el atentado en una explotación petrolera en Etiopía en el que murieron nueve trabajadores chinos, o el rechazo por parte de Taipei de acoger el recorrido de la antorcha olímpica por la isla. Los conatos de guerra comercial con Occidente, con ramificaciones como las denuncias sobre la calidad o higiene de las manufacturas chinas, o sobre las violaciones de la propiedad intelectual por parte de empresas chinas, son otros ejemplos de los flancos que deberá tener en cuenta la gran potencia en su recorrido hacia el ascenso pacífico.

Jaime Otero Roth
Investigador principal de Lengua y Cultura, Real Instituto Elcano