

La estrategia de soft power chino en Colombia: Una apuesta visionaria

Pontificia Universidad Javeriana

Título a Internacionalista y título a Politólogo

Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Carrera de Relaciones Internacionales y carrera de Ciencias Políticas

Bogotá D.C.

2021

La estrategia de soft power chino en Colombia: Una apuesta visionaria

Juan Felipe Gómez González Porto

Trabajo de grado para optar por el título de internacionalista

Eduardo Velosa Porras

Director del trabajo de grado

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Carrera de Relaciones Internacionales

Bogotá D.C.

2021

Índice

Índice	3
Introducción	4
Planteamiento del problema y justificación	4
Pregunta de investigación	7
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Metodología	8
Marco de referencia	10
Constructivismo	10
Soft Power	11
Diplomacia pública	13
Diplomacia cultural	14
Primer capítulo: La creación de una estrategia de soft power global	16
El nacimiento del soft power chino	17
Política exterior: El despliegue del factor blando en la política exterior	19
Cultura: La mina de oro del soft power chino	24
Valores políticos: Un tema espinoso	27
Segundo capítulo: De la teoría a la aplicación, el caso colombiano y las diplomacias pública y cultural de China	30
Diplomacia pública: El gran stand chino y un poco de filantropía	31
Diplomacia cultural: Ganando mentes y corazones	36
Tercer capítulo: ¿Una apuesta por Colombia o una apuesta por América Latina?	40
La diplomacia pública en comparación	41
La diplomacia cultural en comparación	42
Entre similitudes y diferencias	45
Conclusiones	45
Referencias	47

Introducción

Planteamiento del problema y justificación

China es un país que ha logrado un avance innegable en el sistema internacional. Aumentando sus capacidades materiales, tanto económicas como militares, ha escalado posiciones en la jerarquía, generando preocupación en las potencias occidentales. Esto se debe sobre todo a la disputa que en los últimos años ha iniciado el Gigante Asiático en las esferas de influencia controladas por otros países, logrando que poco a poco la mirada de más Estados se torne de forma irrevocable hacia el nuevo actor del Siglo XXI. Sin embargo, China también ha preparado una estrategia intangible aún más interesante para consolidar su posición en el imaginario colectivo de estas regiones: el *soft power*.

El *soft power* no es un concepto nuevo pero ha generado revuelo desde su aparición. Este es definido como la capacidad de lograr los objetivos mediante la atracción e influencia sobre otros actores en contraposición de la tradicional coerción (Nye, 2008). En poco más de una década China ha aumentado considerablemente su estrategia de *soft power* alrededor del mundo, explotando su cultura, valores políticos y política exterior con el fin de plasmar una atracción e influencia mayor en los países receptores.

Entre las herramientas que se encuentran en el *soft power* está la diplomacia pública y la diplomacia cultural. Ambas son esenciales para entender el desarrollo de la estrategia intangible de China en los últimos años. La primera de estas se refiere a la diplomacia de los Estados dirigida a públicos masivos en otro Estado, incluyendo los esfuerzos hechos para inducir en estos una mejor imagen internacional que apoye la consecución de objetivos en política exterior (Snow, 2009). La segunda se entiende como los recursos culturales y conjuntos de valores que son direccionados por parte de un Estado para difundir en la sociedad de otro país su cosmovisión, buscando crear mayor interés y atracción por este (Montiel, 2010). Además, Rodríguez (2015) plantea la importancia de separar ambas diplomacias, debido a que aún cuando son similares se diferencian en el tipo de acciones y públicos dirigidos.

Una de las regiones en las que China está apostando por impactar desde esta perspectiva es América Latina. Esto, debido a que es una región con gran potencial para el interés nacional chino en cuanto a recursos naturales y oportunidades de negocios, como también una zona controlada históricamente por Estados Unidos. Por lo cual, la introducción china en este escenario, y su resolución positiva, significa un beneficio tanto material como en su reputación en relación a la única potencia que aún no ha rebasado.

El punto de inflexión en el objetivo chino de ingresar a esta región se da en el 2008 con la publicación del Libro Blanco. Este es un documento que el gobierno expide cuando un tema se cristaliza como objetivo nacional. En este caso, el tema que se cristalizó fue la relación de China con América Latina y el Caribe. No obstante, aún cuando no se le dio la importancia debida a esta muestra de interés por parte de Pekín, al día de hoy se pueden evidenciar los resultados de este plan, siendo cada vez más visible la presencia de China en la región. Sin embargo, el punto del Libro Blanco que se debe considerar en este caso es el llamado tercer objetivo general de la política china hacia América Latina y el Caribe; donde el gobierno plantea su interés por “emprender activamente los intercambios en lo cultural y humano con los países latinoamericanos y caribeños, con el propósito de aprenderse mutuamente las experiencias provechosas en promoción conjunta del desarrollo y progreso de la civilización humana” (Ministerio de Relaciones Exteriores de China, 2008). Esto demuestra el interés del país por utilizar la estrategia del soft power en la región.

Por otro lado, uno de los países latinoamericanos que menos impacto relativo ha recibido por parte de China es Colombia. A pesar de que los intercambios entre ambos han crecido, si se compara con otros actores de la región como Chile, Perú o México, la relación con el hegemon de Asia no ha sido tan estrecha. Esto se debe a la histórica cercanía con Estados Unidos, la securitización de las relaciones internacionales colombianas y las amenazas geopolíticas, que ubican a China en bandos opuestos al colombiano (Velosa, 2020).

Sin embargo en los últimos años se ha visto un auge. No solo en presencia material de China mediante su consolidación como segundo socio comercial, el incremento de la inversión extranjera directa o la adjudicación de proyectos como el Metro de Bogotá, sino también en a nivel intangible. Aquí, se puede ver una paciente aplicación de la diplomacia pública y cultural propia del soft power chino, que actualmente empieza a dar resultados, e incluso se podría afirmar que con base a esto se han aumentado los logros materiales.

Desde 2007 se dio inicio a las estrategias chinas de soft power en el país. Con la fundación del primer Instituto Confucio empezó la diplomacia pública y cultural de Pekín, la cual continuó con dos institutos más para fomentar el interés en la cultura china, la creación de más de 200 becas estudiantiles, la facilitación de intercambios académicos, la exposición de los soldados de Terracota en el Museo Nacional de Colombia, la multiplicación de los cursos de mandarín en las universidades y los índices disparados de turismo (Posada, 2016). La sumatoria de estos hechos incluso han empezado a tornar la balanza de la visión colombiana sobre China. Con esto se está refiriendo a esa concepción tradicional que existía en el imaginario colectivo de la sociedad frente al país asiático como lejano, misterioso o sospechoso, la cual ahora se está convirtiendo en adjetivos más amistosos como interesante, atractivo o llamativo.

Debido a este auge y las oportunidades que dió la administración Trump al desentenderse de la región, China logró avanzar posiciones en este ámbito. Además, la intensificación de acciones de diplomacia pública y cultural por parte de este país desde el 2017 refuerzan este punto. Por esto era de esperarse un aumento del interés chino en Colombia al ver mayores réditos de las acciones llevadas a cabo, como también la continuación e incremento sostenible de los intercambios culturales entre ambos gobiernos dirigidos a las poblaciones. Sin embargo, la coyuntura del Covid-19 torpedeó muchos de los avances hechos. Por un lado, el estancamiento de todo tipo de intercambios en el mundo, desde el movimiento de personas hasta la realización de eventos, lo cual sepultó algunos planes de la estrategia china. Por otro lado, por la relación irracional y negativa que los individuos en todo el mundo hicieron entre

China y el virus, siendo un revés considerable en la imagen positiva que estaba construyendo este en el imaginario colectivo de muchos países, estando Colombia incluida.

Por esto el periodo 2007-2020 ofrece una línea temporal adecuada para el estudio de la estrategia de soft power chino en Colombia. Brinda el origen de las acciones realizadas en cuanto a la diplomacia pública y cultural, como también ofrece un punto de finalización al inmiscuirse un factor *outsider* que interfiere con el proceso.

También, el estudio del soft power Chino en Colombia es importante porque analiza la otra cara de la moneda del ascenso de China como segundo actor de impacto en el país. Siendo más clara y visible la presencia material a través de factores económicos, es pertinente estudiar la estrategia blanda que aquel país ha llevado a cabo con el fin de posicionarse a largo plazo como un referente en Colombia y revertir su imagen controversial por la de un Estado aliado y modelo a seguir. El impulso que busca dar Pekín a su cultura, valores políticos y política exterior tiene gran incidencia para la sociedad colombiana, al ser esta el público objetivo de la diplomacia pública y cultural iniciada con el primer Instituto Confucio en 2007 y plasmada en el Libro Blanco de 2008. Además es relevante el análisis de esto por ser aún un proceso en construcción y que está dando resultados concretos actualmente, que además puede significar un acercamiento en las relaciones de los dos países que ascienda a un nivel similar al de otros actores latinoamericanos con China. Como también resalta el hecho de que al ser China un actor tan importante en el país aún no haya concretado el tipo de reconocimiento que otros menos relevantes en relación como Alemania, Japón o Canadá han logrado.

Pregunta de investigación

¿De qué manera se ha llevado a cabo la estrategia de soft power de China, en términos de diplomacia pública y diplomacia cultural en Colombia durante el periodo 2007-2020?

Objetivo general

Identificar la estrategia de soft power de China, en términos de diplomacia pública y diplomacia cultural en Colombia durante el periodo 2007-2020.

Objetivos específicos

1. Detallar la estrategia china de soft power a nivel general.
2. Determinar las acciones de diplomacia pública y cultural que han sido llevadas a cabo por China en Colombia.
3. Identificar las similitudes y diferencias de la estrategia de soft power chino, en términos de diplomacia pública y cultural, aplicada en Colombia con respecto a la región de América Latina.

Metodología

La metodología de este trabajo, entendida como las técnicas y métodos de investigación usados para recabar información, es cualitativa. Esta, será a través de un análisis descriptivo con acercamiento deductivo que tendrá como base el conocimiento, bibliografía e investigaciones existentes sobre el tema, las cuales buscarán una conexión clara entre la teoría y el caso de estudio. Por lo cual, una revisión teórica del soft power y la descripción del enfoque chino en este aspecto hacia la región de Latinoamérica, y Colombia en específico, permitirá un análisis final en respuesta a la pregunta de investigación y encausado a los objetivos del presente estudio.

Así, se prevé una revisión de la bibliografía primaria y secundaria de forma simultánea. Esto, combinando lo extraído de documentos oficiales y la información provista por documentos secundarios para crear el enlace necesario entre la teoría y conceptos frente al caso de estudio de la relación Colombia-China. En este proceso los documentos primarios y oficiales serán extraídos de las instituciones, oficinas o instancias gubernamentales que hayan expresado interés y convicción sobre la diplomacia pública y cultural entre los países de China y Colombia. Mientras, los documentos secundarios serán extraídos de diversas fuentes

académicas que hayan ejecutado investigaciones relevantes sobre la teoría y conceptos, como también sobre su aplicación en el escenario escogido a explorar.

Teniendo clara la metodología y su aplicación, la estructura de la investigación será la siguiente. Primero, la descripción del contexto chino en cuanto al soft power. Sus aspiraciones, estrategia general y objetivos plasmados bajo el marco de su política exterior. Segundo, una aproximación de este contexto hacia el escenario colombiano en términos de diplomacia pública y cultural; describiendo las acciones específicas llevadas a cabo en este caso. Tercero, un análisis de las diferencias y similitudes que esta estrategia puede acarrear en comparación al proceso dado en el resto de la región.

Marco de referencia

El marco de referencia del trabajo en cuestión tiene en cuenta como principales factores una teoría de base y tres conceptos fundamentales. La primera, es la teoría constructivista que ofrece lineamientos adecuados y usados ampliamente para el análisis de este tipo de casos de estudio. Mientras, el concepto de soft power, y las vertientes de diplomacia pública y cultural actúan como los ejes analizables de la política exterior china en Colombia desde el punto de vista construido.

Constructivismo

La teoría constructivista plantea la importancia de entender el sistema internacional, sus eventos y características como constructos sociales. De acuerdo a Wendt (1992) estos constructos sociales se dan con la interacción e intersubjetivación de las concepciones de los distintos actores. Por esto, se entiende la importancia que tiene la influencia en la construcción de ideas, imágenes y agencias con el fin de incidir en la toma de decisiones por parte de los actores estatales y no estatales; lo cual es logrado a través de la socialización de estos constructos y la posterior interiorización que provoca una configuración del comportamiento en los actores. Así, se rompe el esquema de decisión basado únicamente en las capacidades materiales y empieza a tenerse en cuenta la gravitoriedad de los constructos sociales (Wendt, 1999).

Teniendo en cuenta esto, la teoría constructivista plantea una perspectiva excepcional para el estudio del soft power chino en Colombia. Esto, debido a que los constructos sociales y sobre todo las ideas, imágenes y percepciones, adquieren importancia para los Estados en su política exterior y en su búsqueda de poder. Así, a pesar de la importancia de la capacidad material y tangibles del históricamente importante hard power, se agrega a la ecuación el mundo social y el soft power para tener un análisis propicio de la realidad. Autores como Montoya (2012) han establecido esta conexión concreta entre el constructivismo de Wendt y el soft power de Nye al evidenciar que el objetivo del segundo sobre crear ideas e imágenes positivas por parte de un país en otro con el fin de consolidar su influencia se enmarca en el fenómeno de constructos sociales descrito por la teoría escogida.

Por otro lado, un segundo postulado del constructivismo adaptable a este marco es el proceso de construcción de conocimiento. Este se puede dividir en dos clases: el conocimiento privado y el conocimiento compartido. El primero de estos conocimientos es el que se da de forma separada y al interior del agente, determinado por las creencias, ideologías y afirmaciones que han producido frente a ciertos aspectos y los otros agentes de la estructura. Sin embargo, cuando se inicia el proceso de interacción entre estos agentes, sean estatales o no estatales, el conocimiento se empieza a distribuir a lo largo del nicho. Esta distribución influye en las propias percepciones que pueden tener los otros, hasta el punto de cambiar o reforzarse dependiendo del nivel y capacidad de impacto que puede adquirir un emisor de conocimiento. Posteriormente, cuando el resto de los participantes del proceso interiorizan el nuevo conocimiento y se crea un acuerdo frente a lo distribuido se consolida el llamado conocimiento compartido (Wendt, 1999).

Aquí, se crea un segundo enlace desde la teoría constructivista de las relaciones internacionales. Este es con la diplomacia pública y la diplomacia cultural. Debido a que aún cuando se demuestra la afirmación de que el soft power es una estrategia englobada bajo el constructivismo de Wendt que busca mejorar la imagen de un Estado, los conceptos de diplomacia mencionados son los que asumen la tarea táctica de llevar a cabo la distribución de conocimiento. De esta manera, la relación entre Estados involucrados en la distribución del conocimiento se hace más estrecha y los constructos sociales transmitidos se vuelven más certeros, generando acercamientos y mayor entendimiento (Montiel, 2010).

Soft Power

Nye (2004) establece el poder como la capacidad de influenciar en las decisiones de otros Estados para lograr los objetivos de política exterior. Además, divide el poder en tres tipos de aplicación distinta. El primero es el hard power, el cual hace referencia a las capacidades materiales como los recursos económicos o militares que son usados para condicionar a otro Estado y lograr que haga lo que es beneficioso para el propio interés. Por otro lado está el soft power, que plasma la influencia sobre otro mediante la atracción y no por el uso de la

fuerza o incentivos. Esta atracción puede provenir de la admiración por la cultura, valores políticos o política exterior (Nye, 2004). No obstante, estos deben gozar de credibilidad y cierta reputación en el Estado receptor para que se sienta lo suficientemente influenciado. Por último, el smart power es el escenario de la mezcla de ambas estrategias.

En este caso nos enfocaremos en solo una de las caras de la moneda: el soft power. Su importancia radica en la disminución de costos que representa para el Estado en su búsqueda de objetivos. Esto, debido a que el poder de atracción de un Estado sobre los otros moldea su comportamiento y alinea sus intereses a los del emisor, llevando a que sus decisiones sean acordes a la voluntad de este. Por lo cual, se puede aminorar el uso de la fuerza y los incentivos del hard power, siendo estos reemplazados por la seducción y atracción provenientes de la cultura, valores políticos y política exterior del Estado emisor. En otras palabras, el Estado que consolide un soft power contundente podría dejar de lado los “sticks and carrots” y apoyarse en su capacidad de atracción.

Siguiendo este orden de ideas, los tres componentes del soft power son esenciales para entender la generación de atracción. Así el primero de estos es la cultura, entendida como las prácticas y costumbres nacionales intrínsecas que dan forma a su estilo de vida, construyendo su percepción y visión del mundo, como también el rol que deben desempeñar en este (Saddiki, 2019). A su vez la cultura se bifurca, teniendo por un lado a las elites instruidas y por otro a las masas poblacionales, siendo la segunda más propia del soft power al impactar un público numeroso. El segundo es el de los valores políticos, entendidos como ideales universalmente aceptados que el Estado busca apropiarse y representar con el fin de ser asociado en el imaginario colectivo a este factor positivo (Nye, 2004). El espectro de estos valores políticos puede ser tan variado como la democracia, prosperidad o el desarrollo. Por último se encuentra la política exterior, sobre la cual recae la proyección que se otorga al soft power y su enfoque en cuanto a técnicas, temas u objetivos (Nye, 2004).

Así, se entiende el soft power, su importancia y los componentes determinantes. No obstante, se considera que la simple existencia de cultura, valores políticos o política exterior por parte

de un Estado no es suficiente para generar la atracción necesaria en los otros actores para lograr sus objetivos a través de la influencia y cooptación. Por el contrario, la cultura y los valores políticos deben ser desplegados a través de una política exterior planeada conscientemente con el fin de generar esta atracción a través de tácticas y técnicas específicas. Esta política exterior puede ser caracterizada de diferentes formas teniendo en cuenta las motivaciones que persigue y el receptor que tiene como objetivo, cambiando ampliamente la estrategia en función como se verá más adelante.

Así, estas logran construir una imagen alrededor de la cultura y los valores políticos que se han divulgado sistemáticamente por la política exterior. No obstante, esta actividad se realiza a diversas escalas y para garantizar un análisis robusto es adecuado agregar en este marco de referencia otros dos términos: la diplomacia pública y la diplomacia cultural.

Diplomacia pública

Ahora, teniendo en cuenta el entendimiento de Acosta (2006) sobre la política exterior como el objetivo de trasladar los intereses de un Estado por fuera de sus fronteras y la diplomacia como el medio para realizar esto, introduciremos el término de diplomacia pública. Este concepto abarca diversos temas, sin embargo hay cierto consenso en cuanto a su definición. Autores como Dubinsky (2018) afirman que es la influencia y creación de opiniones positivas en públicos extranjeros a través de la política exterior. Otros como Tuch (1990) refuerzan esta posición al definirla como los esfuerzos de un Estado por dar a conocer, fomentar y dar a entender los valores, intereses y objetivos de un país en la sociedad extranjera. Más allá, Otero (2007) engloba estas descripciones comunes al afirmar que la diplomacia pública es una cadena de acciones para aumentar la popularidad de un país en una sociedad extranjera, haciendo un esfuerzo informativo para lograr esto.

No obstante, es necesario hacer un análisis más detallado sobre los actores involucrados, su proyección en el plazo temporal y las acciones concretas realizadas bajo el umbral de esta diplomacia. Esto, con el fin de evitar confusiones con el próximo concepto de diplomacia cultural y de esta manera crear límites claros entre ambos reinos conceptuales.

Siguiendo esta lógica, Rodríguez (2015) describe a cabalidad las cuestiones que deben ser consideradas para esta diferenciación. En primer lugar los actores involucrados en la diplomacia pública son diversos. Primordialmente esta se lleva a cabo por el Estado y bajo el liderazgo de este, sin embargo también se encuentran comprometidos otros actores no estatales como las empresas del sector privado, universidades, ONGs y muchos otros que son instrumentalizados por el Estado emisor con el fin de diversificar sus tácticas de acuerdo a los objetivos y públicos que busque impactar. En segundo lugar, el plazo temporal de la diplomacia pública es a corto y mediano plazo, respondiendo comúnmente a la coyuntura y como reacción a las necesidades del Estado frente a la sociedad o público extranjero. Por último, las acciones de la diplomacia pública tienen un espectro muy diversificado para responder a las demandas de la política exterior. Entre estas acciones se encuentran desde la propaganda, las relaciones públicas, el uso de medios de comunicación hasta la marca país.

La importancia del concepto nace de su capacidad de materializar el soft power a través de tácticas concretas. Los actores involucrados, su proyección temporal y actividades buscan a nivel general crear una imagen favorable del Estado en la sociedad extranjera. Esta sumatoria genera un ambiente propicio para el intercambio entre los Estados y sociedades, facilitando la consecución de los objetivos de política exterior para el Estado emisor (Nye, 2008). Así, esta diplomacia puede provenir de los tres componentes del soft power, pero tradicionalmente se apoya en la cultura y los valores políticos para generar la atracción en el público sobre el país que ha desplegado las acciones.

Diplomacia cultural

El concepto de diplomacia cultural también varía pero mantiene un consenso general en la academia. Autores como Cummings (2003) la definen como el intercambio de cultura entre naciones, dando a conocer su historia, arte e ideas para lograr el entendimiento mutuo. Saddiki (2009) le da una importancia primordial por la oportunidad de crear entendimientos mutuos al exportar la cultura, y todos los factores que esta conlleva, a otras sociedades. Esto permite la creación de puentes de entendimiento para relaciones duraderas. Incluso, la

Unesco (2005) resalta esta función de puentes a través de la cultura, que mediante la generación de interés en una sociedad por el valor cultural de otra, abre la puerta a nuevas relaciones basadas en un entendimiento profundo.

Sin embargo, es necesario ejecutar el mismo análisis hecho al concepto anterior con el fin de plasmar concretamente sus diferencias. De esta manera es importante identificar los actores, planos temporales y actividades específicas que se llevan a cabo bajo la diplomacia cultural.

Nuevamente, Rodríguez (2015) afirma que aún cuando existen similitudes entre ambos conceptos, estos varían en las categorías ya mencionadas. Por un lado, en este caso los actores involucrados son expresamente los organismos del Estado. Este, en ocasiones es secundado por otros actores, pero a diferencia de la diplomacia pública, en esta ocasión la herramienta de acción reside totalmente en el poder estatal. Por otro lado, el plazo temporal en este concepto es a largo plazo y con objetivos duraderos. Esto es claro en la búsqueda de crear puentes que identifiquen factores comunes en los relatos culturales que exportan los Estados a las sociedades-objetivo. A su vez, las actividades que se encuentran dentro del abanico de posibilidades son amplias. Entre estas, se pueden encontrar acciones tan diversas como exposiciones, eventos culturales, intercambios estudiantiles y muchos otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, la importancia de este concepto reside en que funciona como el segundo brazo de la estrategia de soft power. Esto, debido a que junto a la diplomacia pública es capaz de consolidar los tres componentes de este poder, teniendo un claro énfasis sobre el primero (cultura). Mientras el concepto anterior busca crear una imagen positiva en el país, este tipo de diplomacia por el contrario busca generar interés en la cultura, historia y arte del país emisor con la finalidad de plasmar a largo plazo una atracción por sus tradiciones y costumbres (Rodríguez, 2015).

Primer capítulo: La creación de una estrategia de soft power global

Tras dejar claras las teorías y conceptos primordiales del presente estudio se procederá a analizar en primer lugar la estrategia de soft power chino a nivel general. Esto permitirá entender la forma estándar china para operar en este aspecto, lo que permitirá luego comprender en mayor medida su aplicación al caso específico colombiano. Así, la estructura de esta sección será la siguiente: primero, un recuento histórico del término de soft power en la concepción china y la identificación de las características propias y únicas del soft power

de este país. Segundo, un análisis de las tres fuentes de alimentación del soft power (política exterior, cultura y valores políticos) en el caso de China.

El nacimiento del soft power chino

El interés del gobierno chino en el soft power y su traspaso de la academia a las mentes de los tomadores de decisión se da bajo el liderazgo de Hu Jintao en el 2004. Esto se debe principalmente al escepticismo mundial que surgió alrededor del ascenso chino y la posibilidad de una nueva Trampa de Tucídides. Allison (2015) plantea este paradigma como la probabilidad de que detone un conflicto armado entre la potencia establecida y la ascendente, demostrando que en 12 de los 16 conflictos de los últimos 500 años provocados a raíz de un cambio similar en el balance de poder ha desencadenado una guerra. Roth (2007) profundiza también en este dilema al afirmar que la expansión de las potencias emergentes producen enfrentamientos al batirse varios actores por el mismo espacio vital. Por lo cual, con el incremento en materia económica y militar de China se incrementaron las sospechas de otros actores como Estados Unidos, la Unión Europea e incluso Rusia sobre el posible desenlace de esta perturbación al status quo (Bustelo, 2005). Por lo cual, esto representó un ambiente fértil para la aplicación del soft power como disuasor de estas sospechas en el sistema internacional.

Así, Hu Jintao introdujo por primera vez de forma explícita el concepto de soft power en las estrategias de relaciones internacionales de China. Esto, con el fin de fortalecer los réditos generados por el hard power, en materia económica y militar, mientras apacigua a los demás rivales del sistema al garantizar que el apogeo chino no representa una amenaza o intereses hegemónicos, como también busca constantemente la mejora de la imagen del país en otros Estados y sus sociedades para gestionar las malas percepciones y críticas que pueda recibir por su modelo político y fallas en libertades desde las diferentes organizaciones multilaterales en las cuales empieza a participar (Glaser & Murphy, 2008).

De esta manera, se fue creando la estrategia de soft power chino a nivel general, que luego se irá adaptando al contexto en el que se aplique. Ahora, tras años de oficialización del

concepto en las instituciones chinas se ha empezado a considerar la existencia de un soft power con características chinas (Glaser & Murphy, 2008). Esto, debido a que el soft power de China ha demostrado diferencias respecto al soft power utilizado clásicamente por Occidente, o al menos al término originado por Nye para explicar las estrategias llevadas a cabo por Estados Unidos.

Entre estas diferencias está la inclusión esencial del mundo económico en el soft power, rompiendo el esquema tradicional de occidente en cuanto al soft power debido a que en este caso el “sueño chino” o la imagen china gira en torno a su modelo de desarrollo (Gómez, 2011). No obstante, se deben hacer dos aclaraciones frente a esta afirmación. La primera, es que la inclusión del mundo económico en el soft power chino no se da a manera de incentivos, sino en forma de aspiraciones en cuanto a su modelo desarrollo y la creación de un ideal alrededor que fomente su emulación por parte de otros Estados. De esta manera, convierte la economía como constructo social en una fuente para la imagen que quiere consolidar, tanto en la apropiación de valores políticos como el desarrollo y la prosperidad. Así, se refuerza la afirmación del soft power y el hard power como caras de la misma moneda y aunque su independencia es irrefutable, se reconoce la influencia y complementariedad que se da entre ambas partes (Nye, 2004). La segunda, es que a diferencia del “sueño americano” que también tiene tintes económicos, la imagen creada en el modelo de desarrollo chino está basada en el Estado y la fuerza coordinadora que esta representa, generando la construcción social de un sistema desarrollista que impulsa a la sociedad desde el Estado. Mientras la imagen estadounidense está basada en la creencia de que cada individuo puede avanzar por sus propios esfuerzos.

Por otro lado, reconociendo que este concepto y sus características chinas se nutren de una gran diversidad de fuentes, se debe recalcar la gran influencia de la cosmovisión del confucianismo y las ideas rectoras del socialismo como base contundente para la creación de esta una estrategia única, determinada por características chinas (Aranda & Leyva, 2013).

Por último, según Shambaugh (2013) las pretensiones chinas en torno al soft power se deben entender como el interés de posicionarse en la alta jerarquía del sistema. Así, China ha buscado paliar las percepciones negativas que nacen de su ascenso al disminuir las percepciones dañinas que giran en torno a su imagen. Esto se puede percibir en el cambio de estrategia de Ascenso Pacífico a Desarrollo Pacífico para evitar confusiones acerca de sus intenciones como se analizará de forma más detallada en la sección dedicada en este capítulo a la política exterior.

De esta manera China planea construir y distribuir conocimiento a través del soft power siendo el resultado buscado un constructo social donde se le perciba como una potencia benigna y cooperante, desligada de los prejuicios que pueda cargar históricamente (Kalathil, 2011). No obstante, las tres aristas del soft power con características chinas se analizarán a profundidad para revelar sus alcances y obstáculos.

Política exterior: El despliegue del factor blando en la política exterior

Iniciando con esta arista se podrá evidenciar de forma más clara la institucionalidad que ha conseguido el concepto de soft power en las relaciones exteriores de China. Esto, se podrá visibilizar de forma concreta en las llamadas estrategias del Ascenso Pacífico y Mundo Armonioso. No obstante, los múltiples factores que se tratan en la política exterior son transversales a las otras dos perspectivas: valores políticos y cultura. Por lo cual, no deben ser analizados de forma separada, sino como piezas del gran rompecabezas.

Con la estrategia de Ascenso Pacífico China buscó plasmar una imagen más benigna que disipara los temores de sus contrincantes. En palabras de Rocha (2006) este país planteó como el objetivo de la estrategia crear una imagen de poder pacífico y ascenso sin amenaza, al mismo tiempo que reafirmaba y garantizaba sus derechos y responsabilidades que le otorgaban la nueva posición en el sistema internacional.

De acuerdo a la Embajada de China en Uruguay (2011), el previamente conocido Ascenso Pacífico, que luego cambia a Desarrollo Pacífico para evitar confusiones sobre posibles

pretensiones de China para cambiar el status quo, consta de cinco postulados en su libro blanco. El primero es el destino que China asume sobre un desarrollo pacífico como consecuencia inevitable de su modernización. El segundo es el aporte que busca dar el Estado a la paz global y el mundo pacífico. El tercero es la confianza en sus propias capacidades, las cuales surgen de la reforma e innovación. El cuarto es el esfuerzo constante de China por acoplarse a la globalización y generar desarrollo y beneficios mutuos con otros actores. El quinto es la aceptación de China frente a los valores de desarrollo, paz, prosperidad y cooperación.

De esta manera, se puede identificar en estos postulados las intenciones de asumir su nuevo rol en la jerarquía internacional sin amenazar a los demás contrincantes. Además, personajes relevantes como el presidente del China Reform Forum Zheng Bijian (2015) consideran que el fin último de esta estrategia es revitalizar la propia civilización china y su interacción con otras civilizaciones del mundo contemporáneo. Esta afirmación es reforzada más adelante con la segunda estrategia de política exterior plasmada con tintes de soft power de características chinas: el Mundo Armonioso.

Esta estrategia parte de una naturaleza milenaria y filosófica de gran influencia en la civilización china. Su origen viene del confucianismo, creencia de un mundo de contrastes y diferencias, que a pesar de todo es equilibrado por los humanos para conseguir la armonía (Villamizar, 2011). Así, la cosmovisión de China en el mundo acepta una diversidad de sistemas y modelos en los actores que interactúan, por lo cual su margen de maniobra en comparación a otras visiones es superior. Con esto, se refiere a que la cosmovisión confuciana, también llamada armonía sin uniformidad ha sido extrapolada a las relaciones internacionales chinas como una estrategia de soft power que reafirma su imagen como potencia cosmopolita y la posiciona ventajosamente al contraponerse a las estrategias históricamente universalistas y hegemónicas de occidente en regiones como Latinoamérica o África (Villamizar, 2011).

Al igual que la estrategia anterior el Mundo Armonioso cuenta con postulados que revelan la influencia cada vez mayor del soft power en la política exterior china y sus intenciones de construir un conocimiento compartido basado en una imagen positiva de este actor. Youming (2010) detalla los cinco principios de está: Primero, una mentalidad gana-gana en las relaciones exteriores. Segundo, la continuación del desarrollo pacífico. Tercero, el respeto por la diversidad en el sistema internacional. Cuarto, profundizar la cooperación con otros actores. Quinto, ampliar al sistema internacional los cinco principios de coexistencia pacífica utilizados anteriormente para la región del Sudeste Asiático.

Analizando lo anterior, tanto de la estrategia del Ascenso Pacífico como del Mundo Armonioso, podemos ver la ratificación de China como un Estado que busca su posición en la jerarquía de forma pacífica y su intención de construir una la imagen positiva sobre sí misma al mostrarse como una fuente de beneficios para los actores que interactúan consigo en el sistema. También, profundiza su avance en disipar la herencia negativa que acarrea por los vestigios de la Guerra Fría, su naturaleza comunista y cuestionamientos alrededor de las libertades y los derechos humanos. Por lo cual, a la larga se puede esperar un fortalecimiento de la imagen de China que produciría como consecuencia una atracción mayor sobre otros Estados y un aumento en su soft power.

Por otro lado, aún se debe analizar una herramienta que ha sido utilizada por China como pivote para aumentar su soft power. Esta es la cooperación y ayuda externa que ha desplegado en diferentes regiones del mundo en forma de proyectos de alto impacto. Aún cuando la cooperación y la ayuda externa no cuentan con una arquitectura tan compleja como el Ascenso Pacífico o el Mundo Armonioso, su proyección hacia países en vía de desarrollo ha sido de gran utilidad para reforzar el rol de potencia benigna y cooperante que China busca (Aranda & Leiva, 2013).

No obstante, antes de continuar el análisis es importante recordar las fronteras entre el soft power y el hard power. Esto, debido a que la cooperación y ayuda externa involucra la inyección de recursos, en gran medida económicos, lo que puede generar la confusión entre

ambas caras de la moneda del poder. Sin embargo, lo primero que se debe recalcar es la complementariedad de ambas formas de poder como se estableció anteriormente. Nuevamente Nye (2004) plasma la necesidad de diferenciar pero no separar el soft power del hard power debido a su constante accionar en conjunto, donde el incremento o descenso de uno de los dos puede influir al otro. Sobre esta aclaración, el mismo autor planteó que el uso de recursos del hard power para proyectar el soft power es recurrente, así como el uso de estrategias de soft power para legitimar el hard power también es repetitivo (Nye, 2004). No obstante, esta complementariedad no debe confundirse con igualdad.

Siguiendo esto, aún cuando las acciones tomadas reposan sobre los recursos económicos y las inversiones en diferentes regiones, se hacen bajo la lógica de mejorar la imagen del país y aumentar la percepción positiva. Pirzkall (2016) demuestra que precisamente esta es la finalidad de la cooperación china al analizar varios objetivos específicos plasmados en la Conferencia Nacional de Ayuda Externa del 2010. Así, la motivación de estas inversiones tiene una diferencia enorme a otro tipo de transacciones que pueda hacer el Estado de China en escenarios como el financiero o comercial. De esta manera, el soft power se apoya en el hard power con el interés de provocar un impacto en la distribución de conocimiento y en la creación de constructos sociales a su favor, teniendo este como principal objetivo. Por último, se deben tratar nuevamente las características chinas del soft power, donde el ámbito económico es una fuente importante de la imagen que buscan construir. Como afirmó Gómez (2011) para China el soft power tiene una concepción amplia, donde a grandes rasgos todo lo que no esté bajo el ámbito de seguridad puede incluirse como un factor o herramienta a usar. Sobre todo, el recurso económico cobra especial relevancia al construirse una idea o imagen respecto a ello, donde su proyección en la política exterior busca crear atracción en cuanto a los valores políticos de desarrollo y prosperidad. A su vez, el uso de estos recursos bajo la finalidad de incrementar esta imagen ha sido asumido por el gobierno en su repertorio de herramientas como se verá a continuación.

De esta manera, se puede evidenciar la forma en que tras años de otorgar ayuda externa e iniciar proyectos de naturaleza altruista en diferentes países, China identificó una posibilidad

de concretar el soft power en productos tangibles. Por lo cual, decidió volcar esta ayuda externa de forma coordinada para maximizar resultados y lograr un impacto mayor en la imagen construida sobre sí. Como se dijo anteriormente, Pirzkall (2016) demuestra la plasmación de esta idea en la Conferencia Nacional sobre Ayuda Externa del 2010 donde uno de los objetivos específicos es mejorar su imagen a través de la participación cada vez mayor en foros y organizaciones multilaterales, como también en los procesos de integración regional. A su vez, se menciona en esta conferencia una motivación creciente por aumentar la cooperación sur-sur y profundizar su participación en países en vía de desarrollo.

Para ejemplificar este aumento de la cooperación internacional y la ayuda externa de China, Kitano & Harada (2014) hicieron un análisis en este aspecto de 1950 a 2009, que dió como resultado 41.1 billones de dólares. Sin embargo, los mismos autores afirman que solo en 2012 hubo una inversión de 7.81 billones de dólares en el mismo aspecto. Por lo cual, se ve que en 2012 (dos años después de la conferencia comentada) hubo una inversión equivalente al 18% aproximadamente del total hecho en 59 años. Esto, comprueba una motivación creciente de forma exponencial bajo la lógica de mejorar su imagen e involucrarse en relaciones regionales al instrumentalizar los recursos económicos, cooperación y ayuda externa desde una perspectiva del soft power.

No obstante, el contexto alrededor del crecimiento exponencial en la ayuda externa debe ser contemplado. A pesar del incremento del interés chino en esta herramienta, la capacidad de llevar a cabo su utilización es reciente. Esto, debido a que las verdaderas capacidades económicas de China se empiezan a visibilizar a finales de la década de los 90 e inicios del siglo, lo que explica un crecimiento tan marcado que no podía ser abordado anteriormente debido a la falta de recursos. Así, se reconoce la relevancia que está tomando la herramienta de cooperación y ayuda externa, como también se entiende su gestación en años recientes a raíz de un músculo económico que puede sustentar estas acciones.

Sin embargo, tras analizar la política exterior china únicamente se ha comprobado la institucionalización del concepto de Nye con características chinas en las estrategias de

relaciones exteriores del país. Ahora hace falta continuar con dos aristas que funcionan como fuente para la diplomacia pública y cultural que se analizará posteriormente.

Cultura: La mina de oro del soft power chino

Continuando con la segunda arista del soft power, la cultura tiene una relevancia enorme para la estrategia china de relaciones internacionales. Esto, debido a que el capital cultural de la civilización china es inconmensurable a raíz de su existencia milenaria y captación de atención que ha logrado a lo largo de los siglos en Occidente. Por esto, instituciones como el China Reform Forum bajo Zheng Bijian (2015) han abogado desde los inicios de la inclusión del soft power en China por la creación de un eje central sobre cultura como herramienta de proyección internacional. Incluso, artífices del soft power en las relaciones exteriores de este país como el expresidente Jiang Zemin han apoyado vehementemente esta idea (Glaser & Murphy 2008).

Así, en los últimos 15 años China ha hecho esfuerzos monumentales para lograr proyectar su cultura en el imaginario colectivo de la sociedad mundial. No obstante, en primer lugar se debe retomar la conceptualización de cultura para este proceso y en segundo lugar entender las principales fuentes de la cultura, o al menos de la cultura exportada, que nutren la estrategia china del soft power.

Siguiendo este orden, la cultura es entendida en este escenario como las costumbres y tradiciones propias de una nación, las cuales constituyen una forma de vivir, con una visión y percepción única del mundo, y sobre todo de la posición de esta nación en el (Saddiki, 2009). También, la importancia cultural en las relaciones internacionales radica en su eficacia al construir puentes de entendimiento entre distintas civilizaciones, dando a conocer sus puntos de vista, creando lazos de amistad y sentando las bases de un intercambio duradero (Unesco, 2005).

Por esto, diversas instituciones y personajes clave en la toma de decisión han impulsado maniobras para construir esta arista del soft power chino. Así, las fuentes que nutren este factor parten de múltiples orígenes, siendo importante resaltar los siguientes.

La base principal es la propia historia milenaria de la civilización china. De esta, surgen concepciones importantes como el Zhong Guo, o Imperio del Centro, situando a China como centro del mundo y especificando su rol natural de líder en el sistema (Villamizar, 2011). Precisamente, gran parte del producto cultural acoplado a las estrategias de soft power acarrea la llamada pompa imperial, lo que no es un factor único de la estrategia china; por el contrario ha sido utilizado desde tiempos del Imperio Romano, pasando por casos como el Imperio Napoleónico o el Imperio Británico, como herramienta para crear en las unidades políticas y sociedades receptoras de la cultura una imagen clara de líder y destinado al mando (Brisset, 2012).

Como adición a esta fuente se encuentra el confucianismo, el cual se ha demostrado múltiples veces a lo largo de esta investigación como materia prima de estrategias. Además, en este aspecto de la cultura ha definido profundamente las concepciones del pueblo chino frente a temas como la familia, la sociedad o el trabajo (Cho & Jeong, 2008). Los mismos autores, refuerzan la importancia de esta al plasmar el confucianismo como el pilar sociopolítico de China, y esto se proyecta ampliamente en su política exterior.

Por otro lado, las costumbres y tradiciones de la población son esenciales para la proyección de China en el mundo. La comida, vestuarios, arte y muchos otros factores cotidianos de la sociedad china han demostrado ser importantes para la proyección cultural (Martinez, 2020). Incluso, se puede considerar que una coordinación mayor de estos factores podría producir un impacto aún mayor.

Teniendo en cuenta las fuentes culturales del soft power chino se podrá entender las tres estrategias más importantes de China para generar atracciones en las sociedades de otros Estados.

La primera de estas parte del objetivo de generar interés sobre la cultura e idioma chino en las sociedades extranjeras. Por lo cual, dentro de esta estrategia de soft power cultural pueden haber multiplicidad de programas que apunten a esto. Sin embargo, evitando adelantar hechos específicos que se abordarán en el capítulo siguiente de la investigación, se limitará a mencionar dos de las apuestas más ambiciosas llevadas a cabo. Con esto, se refiere por un

lado a los 500 centros de difusión Institutos Confucio fundados en más de 142 países a 2017 (Spanish People Daily, 2017). Esto, teniendo en cuenta que su finalidad oficial es promover el idioma y la cultura china, y agilizar el intercambio entre China y el mundo, es claro el alcance que puede tener su aplicación a esa escala. Por otro lado, se refiere a los eventos masivos deportivos que ha llevado a cabo Pekín como lo fueron los Juegos Olímpicos de 2008. Estos, de acuerdo a Delgado (2010) funcionaron como una ventana al mundo para crear una nueva imagen de China y su cultura. Por lo cual, el gobierno de Pekín no desperdició la oportunidad de presentarse a sí mismo como el nuevo líder natural del mundo y proyectar su cultura de forma visual y tangible para generar atracciones más fuertes en el enorme público del evento.

La segunda estrategia es más concreta, mas ha demostrado resultados positivos y crecientes en los últimos años. Esta estrategia, parte de las exposiciones e intercambios culturales en diversos museos, teatros y espacios de propaganda para las sociedades extranjeras. Según Turzi (2020) se ha fortalecido de forma considerable en el periodo 2016-2020 con el llamado Plan de Acción para el Desarrollo Cultural de la Franja y la Ruta con el objetivo específico de impulsar el interés, intercambio e incluso exportación del patrimonio histórico cultural de China en países de importancia estratégica. Con esto se lanzaron iniciativas que van desde ferias de libros hasta exposiciones cinematográficas. Por lo cual Roth (2007) incluso afirmaba que la presencia de nuevos tipos de arte y cultura china, distintos a los tradicionales, empezaban a construir números importantes en las exposiciones de otros países.

Por último, la tercera estrategia que se debe recalcar en el ámbito cultural son los intercambios académicos y becas estudiantiles. Nuevamente, sin el objetivo de entrar en detalles concretos para evitar obstruir con la temática del capítulo siguiente, se limitará a exponer a grandes rasgos los motivos de esta estrategia. Así, Portador & Solorzano (2019) afirman que se han hecho esfuerzos constantes para involucrar la cultura en el ámbito académico a través de intercambios estudiantiles, estancias de investigación y becas académicas. Estas, con el fin de convertir a potenciales agentes de cambio del futuro en polos de propagación del interés sobre la cultura china. Por lo cual, a pesar de que la estrategia está

basada en el área académica, se espera un impacto con mayor interés en el aspecto cultural del soft power.

Teniendo en cuenta lo anterior se entiende el gran capital cultural chino que se ha analizado de forma concreta y será profundizado más adelante. Este, clarifica la importancia de esta arista en la estrategia de soft power chino en el mundo y cómo las diferentes acciones se ven entrelazadas a este factor. No obstante, aún queda una arista más por investigar y es la que representa mayores retos para la proyección exterior de China bajo esta lógica.

Valores políticos: Un tema espinoso

La última arista por analizar es la de valores políticos. Esta debe ser estudiada con especial atención por ser el área al que más debilidades se le asigna por parte de los críticos de la estrategia de soft power chino. La razón de esto, es la naturaleza autoritaria y las falencias en libertades civiles que conciernen al país asiático, las cuales van en contravía directa con la hegemonía de valores políticos que ha existido en el sistema durante las últimas décadas (Villamizar, 2011).

Nye (2004) expone cómo en esta hegemonía creada desde Occidente priman los valores de democracia, libertad y derechos humanos, los cuales fueron apropiados y han sido defendidos a ultranza, al menos en términos retóricos, por parte de Estados Unidos, la Unión Europea y otros países que comparten su cultura y pasado histórico común. Además, esta construcción social de los valores políticos dichos ha distribuido el conocimiento de tal forma que la democracia, libertad y derechos humanos se han consolidado en un conocimiento compartido de legitimidad. Esto se refiere a que organizaciones y foros multilaterales alrededor del globo abanderan la necesidad de consolidarlos en el sistema internacional.

No obstante, Estados como Corea del Norte, Myanmar u otros del mundo árabe por mencionar algunos, han intentado combatir esta hegemonía sin mucho éxito, cayendo incluso bajo la etiqueta de Estados paria (Cerdeña, 2014). Entre este grupo también estuvo China durante el largo periplo del dogma comunista, por lo que sufrió un retroceso en su reconocimiento a nivel internacional con tal profundidad que al día de hoy carga con este

lastre en el avance a mejorar su imagen en el sistema (Rocha, 2006). Por esto, los Estados y las sociedades del mundo occidental, así como los ubicados en las regiones en disputa por la influencia de las potencias se han encontrado reacios a virar de forma definitiva su opinión a una perspectiva positiva sobre el nuevo rol de China en el mundo. De esta manera se podría considerar que los valores políticos como fuente del soft power son un factor contraproducente para China.

Pese a esto, China ha encontrado una ventana de oportunidad para cambiar la situación de los valores políticos. Esto a través de la pérdida de legitimidad que el mundo occidental, sobre todo Estados Unidos y la Unión Europea, han sufrido a través de eventos concretos que han ocurrido en el Siglo XXI (Ferguson, 2011). Ciertos ejemplos son las recesiones y pérdidas sociales sufridas por estos países tras la Crisis Financiera del 2008 que significaron retrocesos en los estándares de calidad de vida y una destrucción a los avances hechos por las regiones en vías de desarrollo en comparación a una aparente inmunidad China frente a la misma crisis (Dabat, 2009). Otro de estos según Moïsi (2009) es la sobreexplotación que se le dio a estos valores políticos para justificar la interferencia militar en regiones como Medio Oriente que han sido inefectivas y causa de conflictos que se han precarizado a la fecha actual. Las crisis de gobernabilidad provocadas por el Brexit de la Unión Europea también vislumbraron matices que afectaron la legitimidad de los modelos de integración europeo frente al mundo (Rodríguez, 2019). Sin embargo, el hecho más reciente que ha volcado la balanza es el bajo desempeño que ha tenido la Unión Europea en el manejo de la crisis del covid y por el contrario la efectividad de China para recuperar su economía y población (García, 2020). No obstante, el factor covid ha probado ser un arma de doble filo para China como se verá más adelante en la investigación.

Ahora, teniendo en cuenta la pérdida de legitimidad y liderazgo ocurrida en Occidente a raíz de estos eventos y muchos otros no mencionados, se entiende el impulso chino por incrementar su soft power en valores políticos que anteriormente tanta dificultad había representado. Esto, es llevado a cabo mediante una estrategia que no busca negar la importancia de valores hegemónicos como democracia, libertad o derechos humanos, lo cual fue intentado anteriormente desde diversos Estados dando como resultados su catalogación

en parias internacionales; por el contrario, este se da a través de la predicación de su visión de Mundo Armonioso, con diversas perspectivas y posturas en paz (Villamizar, 2011). Sin embargo, la verdadera apuesta fue la apropiación de dos valores políticos de forma extraordinaria: el desarrollo y la prosperidad.

La tremenda riqueza lograda por China y su ascenso vertiginoso en las jerarquías mundiales lo ha posicionado indiscutiblemente como una potencia en todo sentido (Rosales, 2020). Esto contrasta enormemente con las condiciones en las cuales se encontraba el país unas décadas atrás, lo que ha demostrado que su modelo de desarrollo es efectivo y abre la posibilidad de acceder a una prosperidad cuantiosa. De esta manera, Fanjul (2009) afirma que China logró plantear una alternativa real a los modelos tradicionales occidentales de democracia liberal y capitalismo de mercado. Por lo cual, en un futuro podría plantear una hoja de ruta que rivalizará con los pilares aceptados como regla en el sistema; sobre todo teniendo en cuenta la ventana de oportunidad comentada anteriormente tras la pérdida de legitimidad y liderazgo por parte de los contrincantes de China.

A razón de esto, y tras la transformación de la estrategia de Ascenso Pacífico en Desarrollo Pacífico, el valor político de desarrollo y prosperidad ha aumentado su atracción en otras partes del mundo (Lee, 2011). Además, estos dos constructos sociales se han empezado a distribuir como conocimiento en el sistema y poco a poco se ha consolidado como conocimiento compartido, donde estos dos conceptos se asocian inseparablemente a China. También, la cooperación y ayuda internacional efectuada desde 2010 ha profundizado esta imagen y percepción de China como la fuente del desarrollo y la prosperidad en los países en vía de desarrollo.

Por lo cual, se puede considerar que aun cuando resta un largo camino por recorrer para lograr un soft power hegemónico en cuanto a los valores políticos, los avances chinos en asociarse indisolublemente al desarrollo y la prosperidad son claros. Esto fortalece la efectividad total del soft power al ser sumados a la política exterior y la cultura. Así, y manteniendo la perspectiva general y transversal de los tres componentes del soft power podemos evidenciar

a grandes rasgos que China ha hecho una apuesta visionaria al aumentar esta cara de la moneda del poder.

Segundo capítulo: De la teoría a la aplicación, el caso colombiano y las diplomacias pública y cultural de China

Tras un repaso sobre la estrategia de soft power chino a nivel general se puede avanzar a la cristalización de esta en diplomacia pública y diplomacia cultural. Esto permitirá observar la materialización de la estrategia en acciones concretas llevadas a cabo principalmente en el periodo de tiempo del 2007-2020 en Colombia por parte del gobierno chino, sin embargo en ocasiones será necesario referirse a hechos ocurridos con anterioridad que amplíen el

contexto del análisis. Con esto, se identificará de forma puntual las herramientas utilizadas desde el Gigante Asiático para aumentar de forma positiva la imagen de China y el interés cultural en la población colombiana.

Teniendo en cuenta lo anterior, la estructura para análisis de este capítulo se dividirá en dos partes: diplomacia pública y diplomacia cultural. En estas etapas se hará nuevamente un repaso breve sobre lo entendido por estos conceptos para luego proceder a describir las principales acciones llevadas a cabo por China en Colombia que se ubiquen bajo estos términos.

De forma previa se aclara la selección de un número concreto de acciones para mantener los parámetros establecidos de la investigación. Estas acciones escogidas para el análisis se fundamentan en dos variables: planeación e impacto. La primera, se refiere a acciones premeditadas a conciencia con objetivos y públicos claros. La segunda, hace referencia a la cantidad de personas e instituciones que son influenciadas a través de las acciones hechas por el gobierno chino y los actores no estatales instrumentalizados por este. De esta manera, se descartan numerosas acciones que a pesar de poder ser incluidas y catalogadas como alguna de las dos diplomacias, no han significado un hecho de mayor relevancia en cuanto a planeación e impacto. La finalidad de este filtro es encontrar las acciones de mayor preponderancia en el caso de estudio y utilizar estas como plataforma para comparar la estrategia de soft power chino presentada en el capítulo anterior con el caso colombiano, como también lograr traspolar a nivel general conclusiones de estas al resto de acciones de menor importancia llevadas a cabo en el mismo periodo. Por lo cual, este filtro sirve como herramienta de síntesis, comparación y estandarización, justificando la elección de un número selecto, representativo y característico de las acciones de soft power chino en términos de diplomacia pública y cultural en Colombia.

Diplomacia pública: El gran *stand* chino y un poco de filantropía

Como primer paso en el análisis de las acciones de diplomacia pública se debe recalcar las características propias y únicas de esta. Recordando lo afirmado por autores como Dubinsky (2018), esta diplomacia es considerada como la formación de opiniones positivas en públicos

extranjeros mediante la política exterior. También, se recalca el esfuerzo declarado por parte del Estado emisor con el fin de fomentar y promover los valores, intereses y objetivos en otras sociedades (Tuch, 1990). A su vez, Rodríguez (2015) especifica la instrumentalización de actores no estatales por parte del Estado como emisores de la diplomacia pública, su planeación a corto plazo, respuesta a las circunstancias coyunturales y énfasis en la visibilización a través de factores como la propaganda, los medios de comunicación, las relaciones públicas y la marca país.

Ahora, refiriéndose a la definición del concepto se puede identificar claramente las principales acciones de China en Colombia desde la perspectiva de diplomacia pública. Frente a esto analizaremos diversas acciones que cumplen una mezcla de métodos y objetivos esenciales de la diplomacia pública: propaganda, reacción y marca país.

Siguiendo este orden de ideas, una de las actividades iniciales de importancia realizadas por China en Colombia bajo el marco de diplomacia pública es la Cumbre Empresarial China y AL 2009. Este evento, que contó con 700 inversionistas y 300 visitantes asiáticos, fue realizado como parte de cumbres anuales con el fin de fomentar el interés de intercambios a ambos lados del Pacífico. A pesar de centrarse en temas comerciales, el gobierno chino utiliza esta plataforma para desplegar su propaganda, comunicación y relaciones públicas en favor de mejorar su imagen. Esto se evidencia en la gran cobertura que tienen del evento distintos medios de comunicación, publicidad hecha especialmente para atraer al público de la ciudad sede y la transmisión de ideas simples que creen el constructo social de la imagen positiva china. Además, su realización se puede ligar al surgimiento de diferentes iniciativas dirigidas a aumentar el interés colombiano en este país a raíz de la cumbre en cuestión, como lo fue la organización del foro Inserción de América Latina en el Asia Pacífico por parte de la Cancillería y Academia Diplomática (Portafolio, 2009). Así, el gobierno colombiano y chino aprovecharon para lanzar otras iniciativas de diplomacia pública y cultural en sus territorios, recordando que ambas diplomacias son recíprocas y complementarias. Una prueba de esto, fue la gira organizada por la Orquesta Filarmónica de Bogotá en China.

La importancia de esta acción radica en que fue la primera realización de un evento de esta magnitud por China en Colombia. Retomando las dos variables de planeación e impacto, la cumbre en cuestión hace parte de una estrategia de política exterior mayor, lo que la convierte en un eslabón de la cadena que China construye en la región para incrementar su poder blando y duro. Por lo cual, el nivel de planeación es claro e incluso estandarizado, lo que puede comprobarse en la modalidad de implementación de la cumbre en cualquier otra de sus numerosas ediciones en demás países. Por otro lado, en cuanto a impacto se puede evidenciar de forma concisa su influencia. De manera cuantitativa, la cantidad de participantes en personas y empresas en comparación a cualquier otro evento anteriormente relacionado a China es altamente superior, y además las repercusiones de este evento dieron pie a la realización de múltiples eventos apalancados en la nueva imagen que se está forjando en Colombia alrededor del país asiático.

Continuando esta afirmación, desde la realización del evento se han desarrollado muchos otros a lo largo de los años demostrando una inversión mayor por parte de China en relación con mejorar su imagen desde la diplomacia pública en Colombia. Otro ejemplo significativo fue la realización del China Brand Show 2019. Así, 10 años después del evento anteriormente mencionado se preparó una feria mayor en cuanto a impacto comercial que a su vez cargó consigo una proyección pública y cultural de gran valor, las cuales han venido acompañadas de una presencia cada vez mayor de China en los escenarios de medios de comunicación (Paz, 2019). Por otro lado, a pesar de que la participación de medios masivos como Xinhua es reducida en comparación a otros países como Venezuela, Brasil, Nicaragua o Ecuador, Colombia ha iniciado a percibir cientos de sitios web, revistas, prensa e incluso filmografía por parte de fuentes chinas (Rodríguez, 2013).

De esta manera, esta acción por parte del gobierno chino ha sido escogida por diversas razones. Utilizando las dos variables de planeación e impacto como base, el China Brand Show se ha consolidado como un espacio de promoción china en Colombia, con plazos, objetivos y públicos claros. Esto es evidenciado en la segunda realización del evento en 2021 y la proyección establecida de su organización cada dos años; además de contar con dos valores agregados en comparación a la cumbre anterior. La primera, es la inclusión de nuevas

temáticas de interés, entre las cuales se encuentra la publicidad y creación de imágenes positivas mutuas; jugando un rol clave el sector turístico (Departamento de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio de la República Popular China, 2021). También, este evento está adecuado específicamente a la relación colombo-china, a diferencia de lo ocurrido con la cumbre empresarial que se amplía a la región, por lo que de continuar el China Brand Show se podrá generar dinámicas efectivas para la integración de ambos países en todos los aspectos, lo que aumentará su impacto en relación a la cantidad de personas e instituciones interesadas, como también en el establecimiento de la agenda sobre temas de China.

Por otro lado, se debe recalcar la labor de la Cámara Colombo China en relación a las dos acciones comentadas anteriormente. A pesar de que esta institución tiene como finalidad aumentar el comercio y la inversión ha jugado un rol importante en la creación de una imagen positiva alrededor de China en Colombia. Recordando el concepto de diplomacia pública como la creación de opiniones positivas y la instrumentalización de actores no estatales para la consecución de estos objetivos, la embajada de China ha trabajado estrechamente con esta cámara para lograr su cometido. Los eventos mencionados anteriormente como la Cumbre Empresarial China y AL, el Foro de Inserción de América Latina en Asia Pacifico o el China Brand Show son canalizados y exponenciados mediante esta institución, sumando además iniciativas propias como el Diálogo China - Colombia. Estas actividades tienen efectos colaterales y en muchos casos adrede que provocan un incremento en la imagen positiva de los participantes colombianos sobre China. Esto, se ha afirmado al plasmar la idea de confianza como requisito previo para el objetivo de aumentar el comercio y la inversión; el cual se desarrolla a través de técnicas que aumenten la imagen positiva que se tiene del país (El Tiempo, 2021).

De igual manera se debe entender que la suma de estas actividades significan un aumento en la marca país de China. No obstante, la medición de este factor de forma bimodal y limitada a la percepción de un país sobre otro es de gran complejidad. Sin embargo, las aplicaciones de este tipo de estrategias a nivel global, siendo Colombia un eslabón más de la cadena, ha

garantizado una mejora estable de la percepción del mundo sobre China como lo puede demostrar el Bloom Consulting Brand Ranking 2019-2020.

Por último, es relevante el reciente inicio de uno de los métodos de soft power explicado a través del factor de política exterior que ha comenzado a ser implementado por China en el caso colombiano: la ayuda externa. Esta, se reconoce en una fase embrionaria y muy disminuida en comparación a otros posibles actores que se relacionan bajo esta perspectiva con Colombia. Sin embargo, Erthal & Souza (2013) han podido evidenciar cómo las primeras ayudas externas ofrecidas por parte de China pueden ser en montos modestos, mas estos tienen un crecimiento vertiginoso en cortos periodos. Por lo cual, el desastre en las islas de San Andrés y Providencia por parte del huracán Iota abrió una ventana para el país asiático, la cual fue aprovechada a través de una donación de 500.000 dólares sin condiciones. Así, podría esperarse un incremento de China en cuanto a cooperación ofrecida a través de recursos como este con gran carga de atracción detrás como sucede con otros países de la región que ya están virando a la gravedad china. Por lo cual, se comprueba nuevamente la instrumentalización de los cuantiosos recursos económicos chinos a merced de estrategias del soft power general como se evidenció en el capítulo anterior.

No obstante, el principal marco dentro del cual se vio la ayuda externa de China a Colombia fue la crisis del Covid-19. Tras la temprana gestión dada al virus por parte del país asiático, este se volcó al mundo en busca de apoyar y cooperar para lograr controlar la crisis, como también perseguir el objetivo de aminorar la mala imagen que le dio su asociación al virus. Por lo cual Colombia fue uno de los beneficiarios del plan que se propuso China, recibiendo 1.5 millones de dólares para financiar material de bioseguridad, respiradores y pruebas de detección (Ministerio de Salud de Colombia, 2020). También, la geopolítica de las vacunas tuvo un peso importante en estas dinámicas, donde Colombia hizo uso extensivo por parte de dosis chinas para paliar la crisis del coronavirus en su territorio. Incluso, medios como Portafolio (2021) han empezado a plantear que la utilización masiva de sinovac como vacuna anti-covid, su llegada ante la inmovilidad inicial de Estados Unidos y la diplomacia generada alrededor de los envíos de cargamentos por parte del gobierno chino, ha creado una táctica de soft power y diplomacia pública que ha mejorado enormemente la imagen del país asiático

en comparación al punto del inicio de la crisis. A pesar de que en ganancias totales la imagen china todavía se ve afectada, la diplomacia pública ejercida desde aproximadamente mediados de la crisis ha ayudado a paliar y en casos específicos aumentar la percepción colombiana sobre si.

De esta manera, se pueden identificar diversas actividades realizadas por el gobierno chino en Colombia que responden a la lógica de diplomacia pública, siendo estas principalmente exposiciones y ferias, y recientemente la ayuda externa. No obstante, estas son respuestas coyunturales o mecanismos de relaciones y comunicaciones públicas que propicien una propaganda positiva y a favor de la imagen china, lo que ha tejido una estrategia reactiva propia de la diplomacia pública china en la región. Sin embargo, se reconoce que aun cuando el alcance y la profundidad de estas se encuentran en niveles bajos en comparación a otros actores del sistema internacional, estas han tenido un auge y crecimiento. Por otro lado, en contraposición a la diplomacia pública, la diplomacia cultural y su aplicación en cuanto a acciones se ha venido consolidando con mayor fuerza.

Diplomacia cultural: Ganando mentes y corazones

Por otro lado, la diplomacia cultural tiene características diferentes como se ha explicado anteriormente. Esta es entendida como el intercambio entre pueblos a través de su historia, costumbres, tradiciones y formas de ver el mundo, lo que a la larga crea un entendimiento e interés mutuo (Cummings, 2003). A esto, la Unesco (2005) le suma la importancia que radica en su función de puentes de entendimiento y base de relaciones duraderas entre naciones. Sin embargo, se debe diferenciar de la diplomacia anterior por su aplicación de forma única por parte del Estado, su concepción a largo plazo y su cristalización en acciones como exposiciones, eventos culturales, intercambios estudiantiles, fomento de idiomas y muchas más de naturaleza similar (Rodríguez, 2015).

Teniendo claro esto se puede proceder a identificar las acciones de diplomacia cultural llevadas a cabo por el gobierno chino en Colombia durante el periodo 2007-2020. No obstante y al igual que el estudio hecho en la diplomacia pública, se debe traer a colación ciertos aspectos sucedidos de forma previa que aportan al análisis.

La primera acción que se debe resaltar, garantizando ser la más prometedora, es el establecimiento de los Institutos y Aulas Confucio en Colombia. De acuerdo a Blanco (2019) la negociación y apertura de los primeros institutos por la Universidad EAFIT de Medellín y la Universidad de los Andes en Bogotá en el periodo 2006-2007 marca el inicio del proceso que continúa con la apertura del tercer instituto en la Universidad Jorge Tadeo Lozano en 2013. Además, a estos institutos universitarios se suma la formación de aulas Confucio en otras universidades y colegios del país, los cuales tienen como objetivo profundizar los conocimientos de la lengua y cultura china a través del intercambio y la cooperación en aspectos tanto estudiantiles como culturales que finalicen con el refuerzo de los lazos de amistad en un *mundo armonioso* (Hanban, 2017). Esto comprueba cómo las acciones encauzadas desde la perspectiva de una diplomacia cultural contribuyen a desplegar el soft power presentado en el capítulo anterior desde la cultura y los valores políticos, como también desde la política exterior bajo el nombre de mundo armonioso, desarrollo pacífico y muchos otros.

De acuerdo con Cornejo (2018) los estudiantes matriculados en los institutos en 2016 rondaba de forma total los 900 en la Universidad de los Andes, los 700 aproximadamente por semestre en la Universidad EAFIT y los 425 por semestre en la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Además, resalta el crecimiento de las matrículas en cada una de las tres universidades, demostrando su demanda por parte de los estudiantes, la cual ha continuado ampliándose hasta la actualidad. A su vez, Cornejo (2018) confirma también como la importancia del rol de los Salones de Clase Confucio ha aumentado en los últimos años, y proyectado un flujo mayor de estudiantes de educación primaria interesados en la cultura y lengua china, garantizando de esta manera la sustentabilidad del proyecto.

Por otro lado, se evidencia que estos institutos no tienen como servicio únicamente el ofrecimiento de cursos de idioma mandarín. Además de esto, invierten recursos y energía en la realización de presentaciones teatrales, musicales, declamaciones e incluso conferencias sobre historia e ideología. Blanco (2019) también se ha atrevido a afirmar que estas

actividades culturales buscan legitimar de forma implícita y explícita la cultura y los valores políticos que China ha planteado en su política exterior, sobre todo los relativos al mundo armonioso y al desarrollo pacífico. Debido a esto, la estrategia de los institutos es considerada como una de las apuestas de promoción cultural más ambiciosas hechas en el mundo (Ibañez & Davila, 2010, p. 36).

Además, estos institutos tienen un antecedente en Colombia que puede ser un factor de facilitación para su asimilación. La Asociación de Amistad Colombo-China, la cual estaba ligada a la Asociación de Amistad del Pueblo Chino con Países Extranjeros, promovió durante varias décadas el interés por China en la sociedad colombiana, dejando de lado la ideología y centrándose mayoritariamente en su valor cultural y civilización milenaria (Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, 2010). Esto puede ser una fuente de aprendizajes para la implementación de las actividades de los Institutos Confucio, los cuales han demostrado ampliamente su capacidad efectiva.

La segunda acción de impacto realizada viene relacionada a los Institutos Confucio, y es la creación de becas estudiantiles de intercambio. Como se mencionó en el capítulo anterior, el soft power chino busca posicionarse a través de la creación de experiencias personales que provoquen una impresión más profunda en las personas que sean receptoras. Ejemplo de esto es el aumento a más de 400.000 estudiantes extranjeros desarrollando actividades educativas en instituciones chinas (Gutierrez, 2020). Diversos autores como Cardenal (2018), han resaltado la importancia de las becas estudiantiles y otro tipo de acciones experienciales personales como herramientas de la diplomacia cultural y el soft power; las cuales también son conocidas como el *people-to-people diplomacy*. En esto, la cultura pasa de ser un mensaje transmisible para convertirse en una experiencia vivible y cada estudiante que accede a estos intercambios funciona como un potencial transmisor de la cultura china al regresar a su país.

El paso más importante dado en el contexto colombiano se dio en 2015 con la creación de 200 becas estudiantiles para jóvenes de este país en universidades chinas (Posada Cano, 2016). Además, los Institutos Confucio otorgan oportunidades similares a estas becas de

intercambios pero en periodos más reducidos, más accesibles y con un impacto similar al de un intercambio completo. Por lo cual, se argumenta que el interés chino no radica de forma esencial en el aspecto educativo, por otro lado el principal objetivo reside en atraer estudiantes para lograr impregnar en ellos una imagen positiva a través de una experiencia personal que luego será propagada a su retorno.

No obstante, una tercera y última acción bajo el marco de la diplomacia cultural son las exposiciones culturales, las cuales no se limitan a las realizadas a través de los institutos. Ejemplo de esto, es la presentación hecha en el 2006 en el Museo Nacional de los Guerreros de Terracota, mundialmente conocidos y asociados a la cultura milenaria china. Además, la exposición adquiere una importancia mayor al analizarse el planteamiento comparativo hecho por parte del Museo Nacional entre estas reliquias y los monumentos fúnebres desarrollados por la cultura San Agustín de Colombia con el fin de crear una reflexión a partir de la concepción de la muerte y la conservación de la memoria en distintos pueblos (Ministerio de cultura, 2006). Esto responde directamente al planteamiento de la Unesco mencionado múltiples veces a lo largo del estudio sobre la función de la cultura como puente de entendimiento entre distintos pueblos.

Este tipo de exposiciones ha continuado a lo largo del periodo de 2007-2020, con diversos temas como arte, cocina, música e incluso una exposición de fotografía, cultura y artesanía en la Catedral de Zipaquirá (Paz, 2017). El último evento similar en ser realizado durante este espacio temporal que acarrea consigo una importancia reconocible es la Semana Colombo China 2020. Este evento realizado por la Asociación de la Amistad Colombo China desde hace varios años ha incrementado su influencia e impacto, demostrando un aumento en el interés de la sociedad colombiana; también reflejado en el ámbito académico al participar 11 universidades prestigiosas del país.

Habiendo analizado lo anterior, se pueden identificar las principales acciones de diplomacia cultural hechas por China bajo la estrategia del soft power en Colombia: Institutos Confucio, becas estudiantiles y exposiciones culturales. Como se puede apreciar, estas acciones buscan

fomentar el interés en la sociedad colombiana respecto al país asiático a través de diversos métodos y procesos. Algunos, varían su público objetivo desde la comunidad estudiantil hasta la sociedad en general; sin embargo, todos tienen en común la creación de puentes de entendimiento, largos y duraderos, entre ambos pueblos sustentados en la transmisión cultural.

Tercer capítulo: ¿Una apuesta por Colombia o una apuesta por América Latina?

El presente capítulo tiene la finalidad de establecer una comparación concreta entre la aplicación de la estrategia de soft power chino, en términos de diplomacia pública y cultural, en Colombia y la aplicación de esta en la región de Latinoamérica. Así, mediante la utilización de casos específicos se podrá afirmar que hay grandes similitudes entre la relación colombo-china y el resto de América Latina en este ámbito; aunque Colombia se encuentra a nivel general rezagada con respecto a otros países a pesar del crecimiento relevante que ha tenido en los últimos años como se pudo evidenciar en el capítulo anterior.

De esta manera, la estructura que será utilizada en el capítulo será la siguiente. Primero, un contraste de la aplicación de la diplomacia pública china en Colombia frente al resto de la región. Segundo, una equiparación entre la aplicación de la diplomacia cultural en Colombia y los demás países de Latinoamérica. Tercero, una apreciación concreta sobre la estrategia de soft power chino en Colombia de cara a lo hecho en el resto de países de Latinoamérica.

Tras haber hecho el estudio de las acciones específicas llevadas a cabo por China en Colombia y analizar la aplicación de su estrategia de soft power en este caso en concreto se puede establecer que en comparación a otros casos de la región no posee diferencias radicales. Esto debido a que las acciones de diplomacia pública y cultural aplicadas en el país no tienen diferencias amplias con aquellas llevadas a cabo en otros lugares más allá de la profundidad con la que fueron aplicadas como se podrá evidenciar a continuación.

La diplomacia pública en comparación

Lo anteriormente dicho se puede afirmar al analizar las acciones de diplomacia pública en otros países de Latinoamérica. Teniendo como base lo sucedido en Colombia, la utilización de exposiciones y eventos como la Cumbre Empresarial China y AL, el China Brand Show o el foro de Inserción de América Latina en Asia Pacifico, fueron apuestas de gran importancia para generar opiniones positivas y construir una buena percepción de China en la sociedad colombiana. No obstante, esta misma dinámica fue aplicada a lo largo y ancho de América Latina. El ejemplo más emblemático, es el de la cumbre debido a que en un periodo temporal de cada dos años está rota su sede entre las capitales latinoamericanas, como fue el caso de Bogotá en 2009 pero también de otras como Lima o Ciudad de Panamá. Sumado a esto, el caso del China Brand Show en Colombia no es especialmente único, por el contrario es similar a eventos bilaterales en otros países que también están hechos a la medida para las necesidades específicas de las dinámicas de China y el país en concreto de Latinoamérica que se escoja. Esto, demuestra la modalidad estandarizada del soft power chino en Latinoamérica, planteando un primer acercamiento a nivel general dado principalmente en eventos con temáticas regionales y luego, tras la maduración de la relación y con el crecimiento de confianza mutua, se despliegan nuevos espacios bilaterales que puedan responder a las necesidades específicas de intercambio entre China y cada país en concreto.

En cuanto al ámbito de la ayuda externa y la AOD también tiene grandes similitudes al contrastarse con otros casos de la región. A pesar del crecimiento demostrado en este intercambio entre China y Colombia, otros países se encuentran a una distancia considerable

de avances. Maggiorelli (2019) detalla como solo entre 2010 y 2012 China ofreció donaciones económicas, préstamos sin interés y préstamos de condiciones favorables a 19 países de la región; además, demuestra que Colombia no hace parte de los 13 países con más préstamos de China en el periodo 2006-2016, en comparación a otros que han recibido cuantiosos recursos como Venezuela, Brasil o Ecuador. Por el contrario, la ayuda externa ofrecida por China a Colombia, que debe ser totalmente diferenciada de otros intercambios económicos del sector comercial o financiero y ser entendidos únicamente bajo la lógica del soft power y la diplomacia pública, tuvieron sus inicios con el desastre provocado por el huracán Iota en las islas de San Andrés y Providencia.

Por otro lado, el contexto de la crisis sanitaria no ha sido diferente en las preferencias ya establecidas entre China y la región. De acuerdo a Bernal (2021) China había destinado 665 millones de dólares a julio de 2020 para ayudar a enfrentar la crisis en América Latina, destinados principalmente a Chile, México y Argentina. Teniendo en cuenta que las donaciones recibidas por Colombia en esta conocida diplomacia sanitaria fueron de 1.5 millones de dólares, se puede entender la diferencia en relación con otro tipo de intercambios de China con la región. No obstante, se debe considerar el rol de Estados Unidos con Colombia y la disminución de influencia de este en los tres países anteriores, lo que puede dar un bagaje de entendimiento a la mayor recepción de ayuda estadounidense en Colombia y China en el resto.

La diplomacia cultural en comparación

En segunda instancia, en la diplomacia cultural se evidencia un modus operandi aún más estandarizado a través del Libro Blanco publicado en el 2008, siendo este documento la primera muestra concreta y articulada del interés chino sobre la región en materia de política exterior. En el tercer punto de este documento se establece el interés de China por “emprender activamente los intercambios en lo cultural y humano con los países latinoamericanos y caribeños, con el propósito de aprenderse mutuamente las experiencias provechosas en promoción conjunta del desarrollo y progreso de la civilización humana” (Ministerio de Relaciones Exteriores de China, 2008). Esto, es materializado en una estrategia similar

caracterizada por la fundación de Institutos Confucio en toda la región, el incremento de intercambios estudiantiles y exposiciones culturales.

Tomando como primera comparación los Institutos Confucio, estos han sido fundados por toda la región superando la considerable cifra de más de 40 institutos en América Latina. Teniendo en cuenta la existencia de tres de estos en territorio colombiano, países como Brasil o México tienen cinco o más institutos y aulas, y otros con poblaciones más similares como Perú tienen incluso cuatro (Fundación CLEC, s.f). Sin embargo, se debe reconocer que en esta área en específico, Colombia ha recibido especial atención por parte del gobierno chino, lo cual puede ser evidenciado en una brecha mucho menor e incluso inexistente frente a otros países de la región en comparación a otras áreas estudiadas a lo largo de esta investigación. Así, el tema referente a los Institutos Confucio puede ser de los únicos donde Colombia se encuentra en una situación de atención ventajosa por parte de China en comparación a otros Estados de la región, que sin encontrarse por encima de la mayoría de países si está por encima del promedio.

En cuanto al tema de becas estudiantiles y exposiciones culturales la comparación es más ambigua pero nuevamente se repite la aplicación de una estrategia de soft power común en términos de diplomacia cultural y el rezago de la relación colombo-china frente a la de China con otros países de la región. Esto se afirma al analizar que en el caso colombiano la muestra de estudiantes que acceden a la educación china a través de becas estudiantiles o el número de exposiciones culturales llevadas a cabo en el territorio nacional del país son mucho menores en comparación a otros países de la región como Brasil, México, Perú o Chile.

En lo referente a las becas e intercambios estudiantiles se puede identificar la intención china por aplicar una estrategia común a la región. Como lo establece Aróstica (2014) el libro blanco, anteriormente mencionado, dedica una sección específica a la educación, donde se encuentran dos afirmaciones de alto impacto, como lo son el aprovechamiento de mecanismos bilaterales y multilaterales para potenciar los intercambios estudiantiles, como también elevar el número de becas de acceso a estudiantes latinoamericanos en universidades chinas. Por otro lado y de forma más específica, Cardenal (2018) confirma la vigencia de este

interés al describir la propuesta hecha por el presidente Xi Jinping en su visita a Perú en 2016 de capacitar a 10000 latinoamericanos en los próximos tres años.

No obstante, la situación de Colombia en comparación es rezagada frente al resto de la región. Esto, debido a que la mayoría de muestras de interés en el área educativa y la realización de intercambios y becas hasta la fecha actual es superior, y con mucha ventaja en algunos casos, en otros países. Sin embargo, Colombia puede tener oportunidades de mejora a través de las nuevas propuestas que están surgiendo desde el gobierno chino, como la ya mencionada por Xi Jinping o la hecha por el Consejero de Estado chino Wang Yi sobre la creación de 5000 nuevas becas y 3000 puestos para formación de latinoamericanos (El Peruano, 2021).

Por otro lado, tras diversas acciones culturales a lo largo del continente el gobierno chino hizo una muestra de estandarización en las exposiciones culturales con la apuesta hecha en el 2016 al declarar este periodo como el año del intercambio cultural entre China y Latinoamérica (Xinhua, 2016). Con esto, se buscó fomentar la participación de más de 30 países de la región en exposiciones de arte, cine, literatura y muchos otros a través de dos estrategias bautizadas como “introducir al interior” y “salir al exterior”. Además, en palabras del presidente del Grupo de Artes y Entretenimiento de China Zhang Yu, el entendimiento de la cultura no se debe limitar a la experiencia sino que debe penetrar en la vida y el día a día de los latinoamericanos.

Así, se puede identificar una estrategia general por parte del gobierno chino para aumentar su diplomacia cultural con la región de Latinoamérica. No obstante, los resultados de estos han sido superiores en algunos países en específico, superando lo sucedido en la relación de este ámbito con Colombia. Ejemplo de uno de los resultados más importantes pero más discretos bajo la estrategia de soft power chino es la consolidación de oficinas de cultura en numerosas embajadas de la región como Brasil o Perú, lo que contrasta con la falta de resultados de este tipo en Colombia a pesar de la aplicación de estrategias similares, demostrando su diferencia en profundidad. Por lo cual se deben reconocer los avances al analizarse de forma singular pero reconocer sus limitaciones al ubicarse en un estudio comparativo.

Entre similitudes y diferencias

De esta manera, se puede comprobar que la aplicación del soft power chino en Colombia tiene similitudes enormes con otros casos de la región, siendo la mayor y en muchos casos, única diferencia la profundidad con la que se ha llevado a cabo estas acciones por parte del gobierno chino en las sociedades y los resultados que estas han causado, estando rezagada a nivel general la relación colombo-china en comparación a otros casos latinoamericanos. No obstante, las dinámicas colombo-chinas han demostrado un auge importante en varios aspectos, una tendencia a la profundización y gran relevancia para el porvenir de Colombia.

Conclusiones

La pregunta rectora de esta investigación ha sido: ¿de qué manera se ha llevado a cabo la estrategia de soft power de China, en términos de diplomacia pública y diplomacia cultural en Colombia durante el periodo 2007-2020?.

En respuesta, se afirma que la estrategia llevada a cabo por China ha sido la traspolación de su estrategia global al contexto colombiano de forma transversal a su aplicación sobre la región latinoamericana. Esto se refiere a la utilización de la estrategia de soft power global de China como base para la implementación en Latinoamérica como región, hecho soportado en los documentos oficiales revisados que han demostrado una coordinación y programas regionales. Así, el caso colombiano, al igual que otros, ha sido caracterizado por la realización de ferias, exposiciones y vistazos de ayuda externa bajo el marco de diplomacia pública; mientras el caso de diplomacia cultural ha sido característico por el rol de los Institutos Confucio, las becas e intercambios estudiantiles y las exposiciones culturales. No obstante, los resultados obtenidos de esta dinámica en Colombia están rezagados con respecto a otros ejemplos de la región que han tenido mayor profundidad, pero debe recalcarse el crecimiento y auge sostenido que se ha desarrollado recientemente.

Con referencia al primer capítulo la estrategia global de soft power chino está estructurada a través de su política exterior de Desarrollo Pacifico y Mundo Armonioso. Además, la arista del soft power de cultura tiene una importancia enorme, siendo la principal fuente que nutre

el material utilizado por China para desplegar una imagen positiva. Por otro lado, la arista de valores políticos continúa siendo un tema espinoso para China aunque la apertura de una ventana de oportunidad tras la crisis de legitimidad y liderazgo de occidente está siendo enormemente aprovechada mediante la asociación indisoluble a los valores políticos de desarrollo y prosperidad.

Así, lo analizado en el segundo capítulo permite identificar las acciones específicas llevadas a cabo en términos de diplomacia pública y cultural por China en Colombia durante el periodo 2007-2020. De esta manera, frente a la primera diplomacia se identificó una apuesta por las exposiciones y ferias que fomenten una imagen positiva del país, y recientemente la cooperación y ayuda externa bajo el marco del huracán Iota y la crisis sanitaria. Por otro lado, en lo referente a la diplomacia cultural se debe precisar a los Institutos Confucio, las becas e intercambios estudiantiles y las exposiciones culturales como las tres principales acciones chinas. Sobre todo, se debe resaltar el papel de los Institutos Confucio como motores culturales chinos en el país.

Tras esto, se permite un contraste que revela similitudes grandes en la aplicación de la estrategia de soft power chino en Colombia y el resto de la región al identificar acciones paralelas en gran cantidad de países. No obstante, las diferencias se encuentran en la profundidad de aplicación de estas y los resultados logrados en cada contexto. Esto se debe a que China ha preparado estrategias y programas regionales como se pudo comprobar que permiten replicar tácticas en cada país, las cuales al crecer la relación bilateral evolucionan para especificar la respuesta a las necesidades de cada país latinoamericano. El caso colombiano en comparación al resto demuestra un rezago considerable en la mayoría de acciones analizadas, teniendo como excepción el caso de los institutos, más ha de reconocerse un crecimiento y tendencia a la maduración de las relaciones colombo-chinas.

Ahora, el estudio del soft power chino en Colombia sigue cobrando relevancia. Esto, debido a la importancia creciente de China en todos los aspectos para Colombia y las proyecciones de su influencia en la región. Por lo cual, es menester continuar los análisis en este reino que ha sido poco explorado en la academia. Las dinámicas bilaterales del soft power traen consigo

un potencial explicativo preponderante para el porvenir del país, lo que permitiría un mejor entendimiento de la situación y preparación para los retos del futuro.

Referencias

Acosta, A. (2006). La diplomacia mexicana: entre políticos y servidores de carrera. *El Cotidiano*, 21(140), 67-75. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32514007>

Allison, G. (24/09/2015). The Thucydides Trap: Are the U.S. and China Headed for War? *The Atlantic*.

Aróstica, F. P. (2014). *China en transición a la sociedad del conocimiento: implicaciones para América Latina*. Editorial CEPAL, https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/36638/S2014148_es.pdf

Bernal-Meza, R. (2021). Covid-19, tensiones entre China y Estados Unidos, y crisis del multilateralismo: repercusiones para AL. *Foro internacional*, 61(2), 259-297. <https://doi.org/10.24201/fi.v61i2.2831>

Blanco Rubiano, Y. M. (2019). Institutos Confucio en Colombia: un análisis desde la teoría de Nye (Confucius Institutes in Colombia: An Analysis from Nye's Theory). *Razón Crítica*, 7, 209-232. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3455496

Brisset Martin, D. E. (2012). Los símbolos del poder. *Gazeta de antropología*. 28 (2). <http://www.gazeta-antropologia.es/wp-content/uploads/G28-2-01-DemetrioEBrissetMartin.pdf>

Bustelo, P. (2005) “El Auge de China: ¿amenaza o “ascenso pacífico?””, en *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, núm. 135, Madrid.

Cardenal, J.P. (2018) *El poder incisivo de China en América Latina y el caso de Argentina*. Editorial CADAL.
https://www.cadal.org/libros/pdf/El_Poder_Incisivo_de_China.pdf

Cerda Dueñas, C. (2014). Coyunturas y recelos de la reinserción internacional de Myanmar. *México y la Cuenca del Pacífico*, (9), 19-46. ISSN: 1665-0174.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=433747299003>

Cho, Y. & Jeong, J. (2008), “China’s Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects”, en *Asian Survey*, 48(3) Estados Unidos: University of California Press.

Cornejo Bustamante, R. (2018). *La política cultural de China en América Latina: Vol. Primera edición*. El Colegio de México.

Cummings, M. (2003) *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington DC.

Dabat, A. (2009). La crisis financiera en Estados Unidos y sus consecuencias internacionales. *Problemas del desarrollo*, 40(157), 39-74.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362009000200003&lng=es&tlng=es.

Delgado, D. L. (2010). La construcción de la nueva imagen china a través de los medios: análisis de la ceremonia de inauguración de los Juegos Olímpicos de Beijing y el desfile del 60 aniversario de la República Popular China. *CONfines de relaciones internacionales y ciencia política*, 51-76.

Departamento de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio de la República Popular China. (20 de abril - 20 de mayo de 2021). [acerca de la feria]. China Brand Show Colombia. <https://chinabrandshowcolombia.com/acerca-de-la-feria/>

Dubinsky, Y. (2018). From Soft Power to Public Diplomacy: A Theoretical and Conceptual Discussion. *Place Branding and Public Diplomacy*. <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00116-8>

Embajada de China en Uruguay (2011). *Libro blanco: desarrollo pácifico de China*, Editorial, Embajada de China en Uruguay. <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceuy//esp/zggxs/t862982.htm>

Erthal Abdenur, A. & Marcondes de Souza Neto, D. (2013). Cooperación china en América Latina. Las implicaciones de la asistencia para el desarrollo. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, (47),69-85. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50928911005>

Fanjul, E. (2009) Ocho claves para comprender la República Popular China. *Ari, Real instituto el Cano*, No 132/2009. http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/842ac3804f9f41509fa2ff8bf7fc5c91/ARI132-2009_Fanjul_ochoclaves_China.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=842ac3804f9f41509fa2ff8bf7fc5c91

Ferguson, N. (2011) *Civilización: Occidente y el resto*. El debate.

Fundación CLEC (s.f). *Directorio*. https://fundacionclec.org/?page_id=7

García, A. (2020) La unión europea ante China en la era Covid-19. *Dialnet*, N(23), 2020, pg. 1- 7. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7568265>

Glaser, B.S., & Murphy, M.E. (2008). *Soft Power With Chinese Characteristics*.

Gómez, D. A (2011). El soft power “con características Chinas”, observatorio de política de China. <http://iepri.unal.edu.co/2/biografia/diana-andrea-gomez-diaz/>

Gutierrez, S., S. (2020) Relaciones internacionales: el poder blando en la política exterior y su aplicación por parte de china. *Revista de Marina* N(976), pg 23-30. <https://revistamarina.cl/revistas/2020/3/sgutierrezs.pdf>

Hanban. (15 de febrero de 2017). *Institutos Confucio*. http://spanish.hanban.org/confuciousinstitutes/node_8173.htm

Ibáñez, L. M., & Dávila, D. C. (2010). *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación*. Bogotá: Ministerio de Relaciones Exteriores.

Kalathil, S. (2011). “China’s Soft Power in the Information Age: Think Again”, en *Institute for the Study of Diplomacy*, Estados Unidos: Georgetown University.

Kitano, N. & Harada, Y. (2014). *Estimating China’s Foreign Aid, 2001-2013*. Tokyo: JICA Research Institute.

Lee, Y. (2011). Obstáculos y desafíos al surgimiento del soft power de China en América Latina. *Chile y China, Cuarenta años de Política Exterior*, Santiago: RIL Editores.

Maggiorelli, L. (2019). Ayuda china y otros flujos oficiales hacia América Latina y el Caribe. *Papel Político*, 24(2).

Martinez, M., M. (2020) Diplomacia cultural y gastrodiplomacia: las relaciones exteriores chinas con américa latina (2002-2017) [Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia de la Universidad Federal de Integración Latino-Americana].

<https://dspace.unila.edu.br/handle/123456789/5595;jsessionid=E603F3009FDC60E084C22D5DE958279A>

Ministerio de cultura (16 de junio-17 de septiembre 2006) Los guerreros de Terracota, un ejército inmortal [Discurso principal]. Exposición en el museo nacional de Colombia. <https://www.museonacional.gov.co/sitio/guerreros/guerreros1.html>

Ministerio de Relaciones Exteriores de China. (2008). *Documento sobre la política china hacia América Latina y el Caribe*. Pekín: Ministerio de Relaciones Exteriores.

Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia (2010). *Colombia y China: treinta años de amistad y cooperación*. Editorial Comité Editorial Ministerio de Relaciones Exteriores. https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/chinacolombia_web.pdf

Ministerio de Salud de Colombia (2021). Gobierno recibe donaciones chinas por \$1.5 millones de dólares para enfrentar covid-19. Editorial MinSalud. <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Gobierno-recibe-donaciones-chinas-por-1,5-millones-de-dolares-para-enfrentar-covid-19-.aspx>

Moisi, D. (2009). *La geopolítica de las emociones*. Colombia: Editorial Norma.

Montiel, E. (2010). *Diplomacia cultural: Un enfoque estratégico de política exterior para la era intercultural*. Guatemala: Unesco.

Montoya, S. (2012). La redefinición de la diplomacia cultural en el mundo contemporáneo. *Observatorio De Análisis De Los Sistemas Internacionales* N(17) 165–202. <https://www.redalyc.org/pdf/531/53130269009.pdf>

Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in the World Politics*, New York: Public Affairs.

Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. En *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. (Pg 94-109).

Otero, J. (2007), “Diplomacia Cultural en España”, en *Encuentro Andino sobre diplomacia cultural*, Colombia, Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, septiembre, pp.51-65.

Paz, J. (2017). Exposición del grupo artístico Chengdu en Colombia. *Xinhua*. http://spanish.xinhuanet.com/principales/2017-01/22/c_136004359_10.htm

Paz, J. (2019). Inicia en Bogotá primera versión de la feria comercial China Brand Show. *Xinhua*. http://spanish.xinhuanet.com/2019-11/21/c_138572207_2.htm

Pirzkall, H. P. (2016). Geopolítica del desarrollo: La cooperación china en América Latina. *Revista Intellector*. 12(24), 61–75. <http://www.revistaintellector.cenegri.org.br/index.php/intellector/article/view/39>

Portador, T. & Solorzano, O, A. (2019) Soft power y nueva diplomacia china en el siglo XXI con países del sur global: el caso latinoamericano. *Revista mundo Asia pacifico* 8(14). <https://publicaciones.eafit.edu.co › map › download>

Portafolio. (2021). Vacunas sinovac, nueva apuesta del ‘soft power’ de China. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/internacional/vacunas-sinovac-nueva-apuesta-del-soft-power-de-china-550334>

Posada Cano, E. y Berger, P, M. (14 de enero de 2016). Las relaciones entre Colombia y China entran en la edad adulta. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16481293>

Rocha, M. (2006), “China en transformación: la doctrina del desarrollo pacífico”, en *Foro Internacional*, 46(4), México: El Colegio de México.

Rodríguez, A. I. y Leiva Van de Maele, D. (2013). El *soft power* en la política exterior de China: consecuencias para América Latina. *Polis*, 35. <http://journals.openedition.org/polis/9179>

Rodríguez Aranda, I. & Van de Maele, D, L. (2013). El soft power en la política exterior de China: consecuencias para América Latina. *Polis (Santiago)*, 12(35), 497-517.

Rodriguez, F. (2015). Diplomacia cultural ¿que es y que no es?. *Espacios Públicos*, 18(43), 33–49.

Rodriguez Suarez, P. M. (2019). La Unión Europea: amenazas, retos y perspectivas en el marco del siglo XXI. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 17(31) págs. 1-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7499131>

Rosales, O. (2020). El sueño Chino: Cómo se ve China a sí misma y como nos equivocamos los occidentales al interpretarla. Editorial Siglo XXI, Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45114/1/elsuenochino_es.pdf

Roth, J. O. (2007). La nueva diplomacia cultural china: China descubre la diplomacia pública. *Anuario Asia Pacifico*.

Rueda, M. S (22 de junio de 2021). China y Colombia: ¿Noviazgo o matrimonio?. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/maria-isabel-rueda-entrevista-a-carlos-ronderos-de-la-camara-colombo-china-597447>

Saddiki, S. (2009). El papel de la diplomacia cultural en las relaciones internacionales. *CIDOB d`Afers Internacionals*, 107-118.

Shambaugh, D. (2013) *China Goes Global: The Partial Power*. New York: Oxford University Press.

Spanish People Daily. (2017). Ya existen 500 Institutos Confucio en 142 países y regiones. *Spanish People Daily*. <http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2017/1009/c92122-9277496.html>

Snow, N. (2009). Rethink Public Diplomacy. En P. M. Taylor, *Routledge handbook of Public Diplomacy*. Nueva York: Routledge.

Tuch, H. (1990). *Communicating With The World: US Public Diplomacy Overseas*. New York, St Martin's Press.

Turzi, M. (2020). ¿CONSTRUYENDO SOFT POWER?. CHINA EN LOS MERCADOS GLOBALES DE LA CULTURA. *Postdata*, 25(1), 31-40. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012020000100031&lng=es&tlng=es.

UNESCO (2005) *Convención sobre la protección y promoción de las expresiones culturales* 2005. Paris.

Velosa, E. (10 de junio de 2020). China: Atrapada en la Política Exterior de Colombia. <https://co.boell.org/es/2020/06/10/china-atrapada-en-la-politica-exterior-de-colombia>

Villamizar Lamus, F. (2011). El Soft Power chino. Un acercamiento. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 9(14),75-88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96019001004>

Wendt, A. (1992). *Anarchy is What States Makes of it: The Social Construction of Power Politics*. International Organization.

Wendt, A. (1999). *Social Theory of International Politics*. Cambridge University Press.

Xinhua (2016) Año de intercambio cultural China-América Latina y Caribe fomentará entendimiento mutuo y amistad. *Xinhuanet* http://spanish.xinhuanet.com/2016-01/26/c_135047755.htm

Youming, W. (2010), "The EU's Global Governance Versus China's Harmonious World", en *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, N(133), Madrid

Yu, L. (10 de diciembre de 2021). China, América Latina y el Caribe. *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/135103-china-america-latina-y-el-caribe>

Zheng, B. (2015). "China's Path of Peaceful Development in the Second Decade of the 21st Century". In *China under Xi Jinping*. Leiden, The Netherlands: Brill.