

75/2019

6 de septiembre de 2019

*Gloria García **

Diplomacia cultural asiática.
¿Estrategia de invasión suave a
medio plazo? (II)

[Visitar la WEB](#)

[Recibir BOLETÍN ELECTRÓNICO](#)

Diplomacia cultural asiática. ¿Estrategia de invasión suave a medio plazo? (II)

Resumen:

El propósito de este trabajo es analizar los principales aspectos de la diplomacia cultural asiática en el siglo XXI y mostrar que, ciertos países de la región, están obteniendo poder de influir mediante diversas estrategias percibidas como amigables, pero que pueden implicar un tipo de invasión a medio plazo que refleja lo que representa la nueva diplomacia cultural.

El análisis se estructura en dos partes publicadas en dos artículos consecutivos. En la primera parte ya publicada, se trató de mostrar la actual relevancia de la diplomacia cultural —concepto que no ha sido demasiado apreciado en el siglo XX— su confusión con otros términos afines y su relación con la seguridad nacional en sentido amplio.

En este artículo, continuación del anterior, se analizará la nueva diplomacia cultural asiática aplicando los conceptos tratados en esta primera parte y se mostraran algunas ideas interesantes acerca del incremento de poder e influencia de países de la región asiática.

Palabras clave:

Diplomacia cultural del Japón, diplomacia cultural de la India, diplomacia cultural de la RPCh.

***NOTA:** Las ideas contenidas en los *Documentos de Opinión* son de responsabilidad de sus autores, sin que reflejen, necesariamente, el pensamiento del IEEE o del Ministerio de Defensa.

Asian Cultural Diplomacy. A mid-term strategy of penetration?

Abstract:

The purpose of this work is to examine the main aspects of the Asian cultural diplomacy in the 21st century and to show the increasing influential power of certain Asian countries. Even though these countries are using several strategies perceived as not aggressive, they can entail a kind of soft invasion of societies in the mid-term.

The analysis is structured in two parts and published in two consecutive articles. The previous first part, already published, showed the present relevance of the new cultural diplomacy, the confusion between this term and related ones, and its relation to national security in the broad sense of the term.

This second article will examine the Asian new culture diplomacy using the concepts presented in the first part and it will show some interesting assumptions about the increasing power and influence of the Asian region's countries.

Keywords:

Japan's Cultural Diplomacy, India's Cultural Diplomacy, China's Cultural Diplomacy.

Cómo citar este documento:

GARCÍA, Gloria. *Diplomacia cultural asiática. ¿Estrategia de invasión suave a medio plazo? (II)*. Documento de Opinión IEEE 75/2019. [enlace web IEEE](#) y/o [enlace bie](#)³ (consultado día/mes/año)

Nueva diplomacia cultural y *soft power* de Asia

En esta segunda parte del artículo¹, se analiza la nueva diplomacia cultural asiática aplicando los conceptos tratados en la primera parte y se muestran algunas ideas interesantes acerca del incremento de poder e influencia de países de la región asiática. El mundo está siendo testigo del creciente *soft power* asiático para tratar de influir en la percepción de sus sociedades. Para lo cual están utilizando la diplomacia cultural como una de sus principales áreas de actuación.

La notoria rivalidad entre los EE. UU. y China, entre la que se debe incluir su *soft power* para influir en la percepción de la región de Asia-Pacífico ha hecho surgir el interés por la diplomacia cultural en otros países de Asia.

En esta segunda parte, se aplicarán los conceptos presentados al caso de Asia. *Soft power* es un concepto tan amplio, difuso y con varios significados que da lugar a que cada país lo interprete, entienda e implemente de forma diferente. Si nos centramos en la diplomacia cultural, como ya se mostró en la primera parte, existen debates sobre la denominada «nueva diplomacia cultural», sobre su objeto, sus formas de implementación y quién debe hacerlo.

Así, para poder presentar de forma coherente la nueva diplomacia cultural de Asia, el análisis se centrará en tres elementos esenciales: la educación, las manifestaciones artísticas y culturales, y los megaeventos. Así mismo, este artículo se centrará en solo tres países: Japón, India y China, por considerar que son los más avanzados en desarrollar su nueva diplomacia cultural.

Educación como diplomacia cultural de Asia

Como diplomacia cultural, la educación y la formación en sus diversas modalidades puede resultar ser un medio de penetración e influencia a medio plazo, ya que los enfoques y temas de enseñanza de cada país llevan dentro su propia forma de pensar y de juzgar lo que es adecuado, importante y deseable. Por ejemplo, las diferencias entre las universidades de los EE. UU. y la mayoría de las europeas, ya sean públicas o

¹ GARCÍA, G., *Diplomacia cultural asiática. ¿Estrategia de invasión suave a medio plazo?*

privadas. Dado su propósito, la nueva diplomacia cultural apoya dos estrategias educativas: la atracción de estudiantes extranjeros al país y la expansión internacional de la formación en sentido amplio, no solo universitaria o técnica.

El *Times Higher Education*, elaborado por el *Asia University Ranking*², en su edición de 2019, clasificó las 350 mejores universidades para estudiar en 27 países asiáticos. En esta edición, Japón obtiene el mayor número con 103 universidades incorporadas en el ranking; China aparece con 72 instituciones; e India con 49 universidades. Tres universidades de Hong Kong están dentro de las diez mejores y las cinco superiores son: Tsinghua University (China), National University of Singapore (Singapore), Hong Kong University of Science and Technology (Hong Kong) y Peking University (China). Como curiosidad, El *Asia University Ranking* se basa en los mismos 13 criterios que el ranking mundial, pero han sido ajustados para reflejar las características de las universidades de Asia.

Manifestaciones artísticas y culturales como diplomacia cultural de Asia

Las manifestaciones culturales y artísticas son un medio percibido como cercano y amigable para mostrar lo que un país es, para captar la atención de sociedades extranjeras, así como para mantener la relación con los expatriados. Por lo tanto, esta forma de diplomacia cultural se ha ido utilizando de forma creciente por la mayoría de los países el mundo.

El arte y la cultura de los países asiáticos siempre han ejercido una misteriosa atracción en las personas de otros países externos a la región, pero también dentro de la misma. La proliferación de institutos de la cultura o de casas del país que acogen exposiciones artísticas y actos culturales son un buen ejemplo de ello.

Megaeventos como diplomacia cultural de Asia

Los megaeventos son una forma interesante de mostrar el poder nacional y causar respeto y admiración en la comunidad internacional. Sin embargo, es un concepto tan amplio que es difícil describirlo con una única definición, así existe una gran

² Disponible en: <https://www.timeshighereducation.com/student/best-universities/best-universities-asia>

ambigüedad en lo que es considerado un megaevento. Se puede considerar que las características que lo perfilan son: la gran escala, el alcance e intensidad de los medios de comunicación en su difusión, la atracción de numerosos visitantes internacionales y el enorme impacto para transformar el conocimiento internacional y la economía, sociedad y medio ambiente del país que lo desarrolla.

Algunos de los elementos que afectan al éxito o no de un megaevento son: la involucración de los medios de comunicación; el uso de las tecnologías para que la experiencia sea lo más cercana posible tanto si se asiste como si se sigue desde otro lugar; la seguridad, pues debido a la intensa atracción mundial durante un breve período de tiempo, se han convertido en un objetivo para las manifestaciones y para las actividades terroristas.

Los megaeventos pueden ser clasificados en tres categorías generales según su principal propósito: deportivos, culturales y de negocios, aunque el aspecto económico y de influencia internacional está presente en todos ellos.

Ejemplos de megaeventos deportivos son las Olimpiadas, en sus diversas versiones, o la Copa Mundial FIFA. En los culturales, las Expos siguen teniendo visitantes mundiales. Respecto a las relacionadas con los negocios es difícil decir cuáles son megaeventos, pues su tamaño depende del sector. Así, las de mayor tamaño en regalo y decoración son mucho más pequeñas que las más grandes en alimentación. Como ejemplos se pueden mencionar SIAL o ANUGA en alimentación, Gitex Technology Week en tecnología, SIMO en informática multimedia y comunicaciones, FITUR en turismo, MEDICA en equipos y productos médicos o China Canton Trade Fair en diversos sectores.

Centrándonos en los megaeventos deportivos de Asia, los primeros Juegos Olímpicos celebrados en Asia fueron los de 1964 en la ciudad de Tokio, a los que siguieron Seúl en 1988, Pekín en 2008 y, por segunda vez, Tokio en 2020.

Dos ediciones de los Juegos Olímpicos de Invierno, Sapporo (Japón) en 1972, Nagano (Japón) en 1998 y Pyeong Chang (Corea Sur) en 2018. Dos ediciones de los Juegos Olímpicos Juventud de Verano, en Singapur en 2010 y Nanjin (China) en 2014.

La importancia de la región asiática en el mundo del deporte está creciendo, aunque los expertos ponen en duda el motivo detrás de la competición entre los países para conseguir celebrar alguno de los principales eventos deportivos internacionales. A pesar de que el original espíritu y filosofía de la celebración de Juegos Olímpicos pudo ser noble, en la actualidad para los países que los celebran significan algo más relacionado con mostrar poder y aumentar la influencia a nivel mundial.

Diplomacia cultural de Japón

Con el cambio de siglo, Japón ha modificado su estilo de diplomacia cultural, quizá para reforzar el mensaje de país no anclado en el pasado que su primer ministro está consiguiendo con todas las reformas realizadas y en curso.

A mediados del siglo XX, después de la Segunda Guerra Mundial, Japón se desarrolló económicamente a un ritmo vertiginoso inundando todos los mercados con productos japoneses, acontecimiento conocido como «el milagro japonés». Esto inquietó a los occidentales que percibían a Japón como una posible amenaza. Para suavizar esta visión, Japón lanzó sus tradiciones culturales, filosóficas y artísticas a los países que consideraba relevantes en aquellos momentos. Ejemplos como el idioma japonés, la filosofía zen, la ceremonia del té (*Chadō*), la caligrafía (*Shodō*), el arreglo floral (*Ikebana*), la papiroflexia (*Origami*) o las artes marciales (*Judō*, *Kendō*) adaptados al pensamiento occidental para resultar atractivos, son conocidos por todos.

Sin embargo, en el siglo XXI el mensaje a transmitir es otro: el de país que ha dejado de estar lastrado por el pasado, que es avanzado tecnológicamente y que está realizando importantes reformas en las estructuras y sistemas del país para recuperar su liderazgo mundial.

Así, desde 2006, la diplomacia cultural japonesa ha empezado a promover en el exterior otros medios más novedosos que sus tradiciones culturales y artísticas y, de esta forma, se basa más en las artes populares como manga o anime, la cultura popular como *Cool Japan*, el sushi, sake, udon y ramen, los videojuegos o la cultura kawaii. Los embajadores kawaii, por supuesto, no son diplomáticos, sino personas «adorables y encantadoras» que transmiten las últimas tendencias en diseño, música y estilo de vida. De la misma forma que los megaeventos como los Juegos

Olímpicos de Tokio 2020 o los increíbles espectáculos audiovisuales de alta tecnología como *Hatsune Miku*³.

Cool Japan

Cool Japan combina la cultura tradicional japonesa con su cultural popular y los negocios, sin mencionar la influencia del país en los diversos foros internacionales. En el caso de Japón, se da una efectiva colaboración entre el sector privado y el público, uno creando y el otro ayudando a difundir internacionalmente, como es el caso del canal internacional de *NHK*. Sucede lo mismo mediante la concesión de premios y títulos honoríficos y económicos a artistas portadores de activos culturales intangibles.

El concepto de *Cool Japan* aparece en un artículo de 2002⁴, mencionado por el Gobierno japonés en un informe de 2003 y apoyado por el entonces primer ministro Koizumi Junichiro. La iniciativa comenzó en 2010 de la mano del METI⁵, en 2013 se estableció el Council for the Promotion of Cool Japan y también el MOFA⁶ ha incorporado este concepto en sus actividades adoptando oficialmente la diplomacia de la cultura popular.

En Tokio, se creó la Digital Hollywood University⁷, en la zona de Akihabara, que se centra en el aprendizaje de la plasmación digital de la cultura. Curiosamente, la industria musical japonesa es la segunda más grande del mundo y se centra en los «ídolos al estilo japonés», tales como el concepto del grupo musical AKB48 de Akihabara-Japón que ha sido replicado en otros países asiáticos, pero siempre manteniendo dos características: el número de 48 artistas femeninas y que son locales.

³ Hatsune Miku. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=T0O3tJBm7jA>; Hatsune Miku es una Vocaloid japonesa desarrollada y distribuida por Crypton Future Media, Inc. Una Vocaloid es una aplicación software desarrollada por Yamaha Corporation que sintetiza la voz y es capaz de cantar: https://volcaloids.fandom.com/wiki/Hatsune_Miku

⁴ MCGRAY, D., 2002. *Japan's gross national cool*. Foreign Policy , 130 (May/June), 44-54.

⁵ METI: Ministry of Economy, Trade and Industry, Japan

⁶ MOFA: Ministry of Foreign Affairs, Japan

⁷ DHU:. Disponible en: <https://www.dhw.ac.jp/en/about/>

Tokio 2020

La nueva diplomacia cultural japonesa relacionada con los Juegos Olímpicos de 2020⁸ se empezó a observar en 2016 en la ceremonia de clausura de la edición de 2016 en Río de Janeiro en la que se presentó la siguiente edición en Tokio.

El *Tokyo Show* que se exhibió mostró un amplio abanico de todos los activos que Japón posee para obtener *soft power*. Una combinación de tecnología láser impactante con los personajes mundialmente conocidos de los videojuegos y del manga aparecieron junto con otros elementos del *Cool Japan*, creando un espectáculo multimedia sorprendente e inesperado. El espectáculo también implicaba varios aspectos importantes como mostrar el nuevo Japón del siglo XXI o la diversidad que realmente existe en este país, siempre percibido desde el exterior como un bloque homogéneo. Sin duda, el primer ministro Shinzo Abe predicó con el ejemplo sobre el ejercicio de la diplomacia cultural cuando surgió al final con la gorra de *Super Mario* y un balón en la mano. Una interesante muestra de que Japón se está abriendo al exterior y está cambiando.

Los Juegos Olímpicos de Verano que se organizan en Tokio tendrán lugar en julio del próximo año 2020. Este tipo de megaeventos implica un gran número de aspectos para el país que lo organiza debe haber solucionado por anticipado para que los asistentes tengan una experiencia gratificante, haciendo que su estancia sea cómoda, fácil, inolvidable en sentido positivo; en una palabra *Omotenashi*, el estilo japonés de hospitalidad. Esta experiencia satisfactoria no solo incluye facilidad de acceso, sino transporte, hospedaje, alimentación, servicios médicos (altas temperaturas y humedad) y seguridad (resolución de situaciones de crisis).

Tokio es la mayor área metropolitana del mundo, según Naciones Unidas, y las multitudes son algo habitual. El nuevo estadio nacional albergará más de 60 000 personas, aunque se espera que los visitantes sean de varios millones. Parece que estas dificultades están resueltas y que el deporte mundial y la alta tecnología japonesa serán los protagonistas de este megaevento.

⁸ Disponible en: <https://tokyo2020.org/en/games/plan/>

En estos Juegos Olímpicos se aplicará el proyecto 5G-MiEdge⁹ basado en la tecnología 5G, fase 2 que supone un cambio de paradigma desde las redes centrales al diseño centrado en el usuario-aplicación que permitirá a cada usuario obtener y almacenar información sobre transportes, lugares donde comer, lugares que visitar, rutas y traducción a diferentes idiomas incluso de la carta de restaurantes, mediante conexiones inalámbricas de alta velocidad que permitan acceder a grandes cantidades de información cuando sea necesario.

El deporte es una forma de expresión humana y, como tal, hace que las personas interactúen respetando las reglas de los Juegos. De hecho en 2005, Naciones Unidas creó «el Año del Deporte y de la Educación Física», para mostrar la importancia del deporte como una herramienta que ayude a superar los retos y conflictos. A su vez, la investigación académica ha confirmado que el deporte promueve la interacción y la amistad, uno de los pilares de la nueva diplomacia cultural.

Formación japonesa en el mundo

En lo referente a la educación y, con el objeto de reflejar una vez más los diferentes enfoques de los tres países considerados, en el caso de Japón se desarrollarán dos ejemplos: la Japan Foundation y el Vietnam-Japan Institute for Human Resources Development.

La Japan Foundation¹⁰ fue establecida en 1972 y, en la actualidad, con visitar su página web japonesa —no la española—, uno se puede hacer una idea de todo lo que ofrece y de su gran interés en la región asiática. El Asia Center fue establecido en 2014 como una unidad especializada de la Japan Foundation cuyo objetivo es conectar personas, expandir redes y desarrollar programas culturales en todo Asia. Iniciativa que resulta muy interesante. Tan solo decir que la Japan Foundation sigue un enfoque occidental, similar al de sus homólogos europeos, se enfoca en los intercambios culturales y artísticos, en la participación de actos y en la enseñanza del idioma japonés.

⁹ 5G-MiEdge goes beyond this concept and proposes a new architecture as a scalable and distributed system, where radio access, computing, and contents are all considered parts of a unified pool of resources that need to be allocated jointly, and dynamically, depending on users/applications' requests, in a truly user/application centric vision

¹⁰ Japan Foundation. Disponible en <https://www.jpf.go.jp/e/>

El otro caso que se presenta a continuación es una muestra de la forma en que Japón trata de influir en la región asiática, complementando los aspectos económicos y de defensa. Se trata de la iniciativa pública de crear una Universidad en Vietnam bajo el tratado Japan-Vietnam. El Vietnam Japan Institute for Human Resources Development¹¹ (VJCC) está operativo en sus centros en Hanoi y en Ho Chi Minh.

El propósito compartido es mejorar el lenguaje japonés en la educación vietnamita y expandir el modelo educativo japonés promoviendo los intercambios interuniversitarios entre ambos países. Se enfoca en desarrollar recursos humanos de alta calidad en negocios, gestión y administración siguiendo el espíritu japonés y formar a los futuros líderes conectando conocimiento, tecnología y habilidades, tanto para empresas como para la sociedad. Desarrolla cursos de grado, así como intercambios para realizar cursos de master y doctorado en universidades japonesas y diversos cursos cortos en ambos países. También se desarrollan programas de entrenamiento a través de prácticas para transferir habilidades técnicas de Japón a Vietnam.

Diplomacia cultural de la India

El inherente *soft power* que irradia la India procede de la percepción generalizada de ser un país no amenazante, con un gran bagaje cultural, y con ancestrales tradiciones espirituales. Acorde a académicos indios¹² la diplomacia cultural y el *soft power* de la India no es solo una percepción del resto del mundo, sino que tiene una antigua tradición en el país.

Sin embargo, la India no ha sabido utilizar esta favorable percepción como medio de convertir su influencia tácita en explícita. Su primer ministro, Narendra Modi, está desarrollando de forma consciente la nueva diplomacia cultural india y podría decirse que, al igual que su homólogo japonés Abe, Modi es el primer ejemplo de diplomacia cultural de su país, fuera y dentro.

¹¹ Japan Institute for Human Resources Development. Disponible en: www.vjcc.org.vn

¹² Parama Shinha Palit

En este artículo se considera que entre los muchos elementos culturales que han permitido a la India ser parte de la vida de otras sociedades, quizá sin proponérselo, se podrían nombrar la diáspora india, las antiguas filosofías y prácticas espirituales y la democrática diversidad cultural, por no mencionar la cocina india.

Tradiciones filosóficas-espirituales y sabiduría ancestral

Algunas tradiciones indias relacionadas con el budismo permanecen asociadas al país en la mente de muchos extranjeros y, en la actualidad, son una fuente de *soft power* y de diplomacia cultural porque están apoyadas por el Gobierno y por su primer ministro.

Budismo

La filosofía budista se originó en la India, en Lumbini, actual Nepal. En la actualidad, está presente en todo el mundo a través de sus más de 3 000 escuelas o ramas budistas adaptadas a los países donde se establece. Aunque es una filosofía de pensamiento minoritaria en la India permanece en la vida diaria mezclada con el hinduismo.

Yoga

El término yoga agrupa diversas disciplinas mentales y físicas originadas en la India y que siguen practicándose tanto en el budismo como en el hinduismo. Sin embargo, su dispersión en Occidente lo ha convertido en ejercicios para estar en forma con una capa espiritual. La mayoría de los estilos de yoga en la actualidad son variaciones del hatha yoga y así, la Indian Yoga Association¹³ (IYA) formada por las más eminentes instituciones de yoga de la India trata de mantener las tradiciones del yoga indio, desarrollando nuevas aplicaciones basadas en los textos antiguos, así como la investigación, enseñanza y práctica del yoga. Un aspecto de gran relevancia en las sociedades del siglo XXI son los efectos del yoga sobre el bienestar mental y físico de las personas de edad más avanzada. A este conocimiento mundial, se une el logro del primer ministro, Narendra Modi, al conseguir que en 2014, Naciones Unidas proclamase el 21 de junio como el Día Internacional del Yoga¹⁴.

¹³ Indian Yoga Association. Disponible en: <http://www.yogaiya.in>

¹⁴ Disponible en: <https://www.un.org/en/events/yogaday/>

Ayurveda

Ayurveda o la ciencia de la longevidad es la forma de la medicina tradicional india y se basa en la naturaleza. El primer ministro Modi se involucra en los elementos de la India y los potencia como diplomacia cultural y así, en el Día Nacional de Ayurveda, inauguró el primer hospital de Ayurveda en Delhi denominado All India Institute of Medical Sciences (AIIMS) que integra las medicinas tradicional y moderna.

Diáspora india

En origen, «diáspora» significa «dispersión», pero el término ha evolucionado para referirse a las personas que residen en un país diferente al suyo de origen y que comparten ese origen y cultura. Para el Gobierno de la India, la diáspora engloba un grupo de personas cuyos orígenes son indios o que son ciudadanos indios aunque vivan temporal o permanentemente en otro país. En diciembre de 2018, había casi 31 millones de indios no residentes (NRIs, por sus siglas en inglés) y personas de origen indio (PIOs, por sus siglas en inglés) viviendo fuera de la India dispersos en 146 países, por lo que es una de las mayores diáspora del mundo.

La importancia de la diáspora india como elemento de diplomacia cultural reside en la promoción de sus costumbres, comida y películas en los países donde residen y permite crear redes a nivel mundial que atraen a los locales interesados por la cultura de la India sin salir de su propio país. Desde 1997, los NRIs tienen una plataforma online, NRIOL¹⁵, pero consideran que lo que más les vincula es Bollywood.

Manifestaciones artísticas y culturales como diplomacia cultural de la India

Aunque la música y danza tradicionales indias tienen una audiencia global reducida, la cultura popular tiene un gran número de seguidores internacionales, especialmente Bollywood que, aunque es un fenómeno relativamente reciente en Occidente, ha sido muy popular en Rusia y en China desde comienzos de los años cincuenta.

¹⁵ Non Residents Indians Online (NRIOL). Disponible en: <https://www.nriol.com/indiandiaspora/>

Desde luego Bollywood, al igual que hizo en el siglo XX Hollywood, es un medio de transmisión de la cultura y costumbres de la India ejerciendo una influencia tácita en las sociedades de todos los países.

Formación india en el mundo

La promoción del conocimiento de la India en el exterior es realizada por el Indian Council of Cultural Relations (ICCR) a través de sus 35 centros culturales en el exterior, a los que se sumarán otros 15 próximamente. Los servicios ofrecidos varían según las necesidades de cada país, abarcando desde clases con diplomas en algunos países hasta seminarios avanzados y debates intelectuales en otros.

La educación superior de la India está formada por 799 universidades, 39 071 escuelas superiores y 11 923 instituciones autónomas y como el resto del mundo también utiliza la doble vía de atraer estudiantes extranjeros y de internacionalizarse en otros países. Un tercio de los estudiantes que van a la India a realizar programas universitarios proceden del Nepal y de Afganistán y los principales acuerdos con universidades extranjeras son de Reino Unido y de los EE. UU.

El ICCR también ha establecido cátedras de estudios indios en diversas universidades extranjeras con el propósito de educar a estudiantes extranjeros sobre la India y crear un núcleo para desarrollar estudios sobre la política, economía, sociedad y cultura del país, llevando a cabo actividades académicas tales como investigación, seminarios, publicaciones, conferencias y la interacción con los académicos locales.

Megaeventos al estilo indio

India ha sido sede de megaeventos deportivos como la celebración en 2010 de los XIX Juegos de la Commonwealth de Delhi o los Juegos Asiáticos de 1982.

Sin embargo, en el caso de la India se puede considerar más interesante los elementos de diplomacia cultural de las diversas celebraciones mundiales anuales. Ejemplo de ello son el *Pravasi Bharatiya Divas* o Día de la Diáspora India que se celebró por primera vez en 2003 y es un tributo a las aportaciones de la comunidad india en el exterior al desarrollo de la India; el Día Mundial del Yoga; o la celebración

del *Diwali* que no solo es el Festival de las Luces, sino que marca el comienzo del año nuevo hindú y es una de las más importantes celebraciones nacionales de la India.

También eventos comerciales de ámbito mundial tales como la Vegan India Expo o la World Assembly on Ayurveda, Yoga & Naturopathy.

Dalai Lama como diplomacia cultural indirecta en India

Por último, no se puede obviar lo que se considera como un importante elemento indirecto de la diplomacia cultural relacionada con India. Se trata del Dalai Lama que reside en una ciudad del norte de la India llamada Upper Dharamsala.

Miles de viajeros acuden frecuentemente para participar en las diversas enseñanzas públicas que el Dalai Lama ofrece cada año, pero también para realizar cursos sobre cultura y arte del Tíbet, para retiros de yoga y meditación o sencillamente para sentirse cerca del Dalai Lama y estar en el lugar en el que reside junto con 15 000 tibetanos. Él siempre se refiere a la India como su segunda patria desde 1960 y dice que lleva la mayoría de su vida viviendo allí gracias a la comprensión de la India. Valora públicamente las tradiciones y antiguos textos indios y resalta la importancia de las enseñanzas recogidas de la Universidad de Nalanda. Buen ejemplo de diversidad y paz que el resto de países pretenden alcanzar.

Diplomacia cultural de China

Quizá los dos elementos más importantes de la nueva diplomacia cultural china sean los institutos Confucio y la *Belt Road Initiative* (BRI). Están dirigidos a diferentes ámbitos de influencia, educativo y económico y, en este artículo, se incluyen como elementos de nueva diplomacia cultural porque hay un gobierno detrás, proclaman conceptos amigables y están difundiendo conceptos que atraen a muchos países, ya sean cultura, idioma o negocios para todos, es decir, se basan en una astuta combinación de ayuda e influencia.

Institutos y aulas Confucio

El primer Instituto Confucio se fundó en 2004 en Seúl y actualmente hay unos 539 por todo el mundo, incluyendo institutos y aulas. Están supervisados por una institución pública, denominada Hanaban, adscrita al Ministerio de Educación de la República Popular de China.

También tratan de difundir el idioma y la cultura china, pero su estrategia es algo diferente a la de otros centros culturales, como la Japan Foundation, el Instituto Cervantes o el British Council, ya que se integran dentro de las universidades y colegios de cada ciudad a la que se dirigen, aportando profesores, libros de texto y fondos (importe de entrada y cantidad mensual). China sabe que el entorno educativo suele tener carencia de fondos y que está ávido de conocimientos sobre su país. Los institutos Confucio aportan conocimientos y dinero a Universidades y escuelas, de ahí que sean bien recibidos y aceptados, al menos en un primer momento. Este hecho ha levantado polémica, especialmente en los EE. UU. y Canadá alegando impedimentos a la libertad académica, falta de transparencia, censura y otros temas que difícilmente se pueden sintetizar en unas palabras¹⁶.

Las aulas son la versión de los institutos en los centros de secundaria y las partes locales involucradas expresan preocupaciones sobre lo que los niños pueden aprender, además de cultura tradicional china y el aprendizaje del mandarín, con profesores invitados de China.

Belt Road Initiative (BRI)

En 2013, Xi Jinping anunció un proyecto ambicioso para construir infraestructura de transporte desde China a Europa a través de Asia Central y del Sudeste Asiático. Conocida por sus siglas OBOR, *One Belt, One Road*, el Gobierno chino decidió que su nueva denominación sería *Belt Road Initiative (BRI)* a partir de 2016. Una curiosidad que sorprende a muchos es que la parte *Belt* se refiera a las rutas terrestres y la parte *Road* a las rutas marítimas.

¹⁶ Disponible en: <https://www.nas.org/reports/outsourced-to-china/full-report>, <https://inthenameofconfuciusmovie.com>

La BRI representa el 65 % de la población mundial y el 40 % del PIB mundial e incorpora a más de 60 países y 76 puertos localizados en las principales rutas marítimas.

La BRI no es un megaevento por tener un carácter más permanente, pero sí es un megaprograma que, además de ayuda financiera denominada «trampa-financiera» en algunos foros, trata de establecer relaciones pseudoamigables con los países vecinos y obtener la correspondiente influencia.

La financiación de los proyectos procede del Banco Asiático de Inversión de Infraestructuras (AIIB, por sus siglas en inglés), del Silk Road Fund y de los bancos nacionales chinos como el Export-Import Bank.

La pieza central de la BRI son sus seis corredores económicos, así como otros elementos complementarios que están surgiendo (Figura 1).

Figura 1. Belt Road Initiative

The Land Silk Belt: 6 corredores económicos como pieza central:

- Bangladesh – China - India – Myanmar (BCIM) = del Sur de China a Singapur
- China – Asia Central – Asia Occidental = del Oeste de China a Turquía
- China –Península Indochina = del Sur de China a Singapur
- China – Mongolia – Rusia = del Norte de China al este más distante de Rusia.
- China – Pakistán (CPEC) = proyectos de infraestructura por todo Pakistán, puerto de Gwada, vía marítima a África y Asia Occidental.
- New Euroasian Land Bridge = 39 rutas de trenes de carga uniendo China con 9 países Europa por ferrocarril: Xinjiang, Kazakstán, Rusia, Bielorrusia, Polonia, Alemania.

The Maritime Silk Road: Sudeste Asiático, Oceanía y África Oriental mediante la inversión en puertos al lo largo del Mar del Sur de China, Océano Índico y Océano Pacífico.

Ice Silk Road: Rusia y China, ruta del mar en el Ártico.

Digital Free Trade Zone: Alibaba y portales e-commerce del Sudeste Asiático.

Zonas Económicas Especiales siguiendo el modelo de la ZEC de Shenzan (1980).

Resulta de suma curiosidad ver los debates internacionales sobre si el BRI es la solución amistosa propuesta por China o si es una gran estrategia de poder e influencia mundial. Algunos expertos dicen que China tan solo está llevando a la práctica soluciones para sus problemas internos; y otros que está apropiándose del mundo poco a poco o que está posicionándose estratégicamente en las esferas económica, militar y relacional para cuando llegue el momento. Solo el tiempo lo dirá.

Lo que sí se puede decir en la actualidad es que la BRI aúna motivaciones estratégicas de China con formas de solucionar sus necesidades internas. Entre las primeras se pueden mencionar la estabilidad regional, el crecimiento económico de la región, la expansión de su área de influencia y cambiar el poder geopolítico mundial. Las segundas, se centran en continuar con su desarrollo económico de la forma más estable posible, es decir, conseguir garantizar sus fuentes de energía, unificar la nación mediante el desarrollo económico y evitar la trampa de la economía media serían logros importantes y el BRI podría ser el modo de conseguirlo.

Manifestaciones artísticas y culturales como diplomacia cultural de China

Cabe destacar la celebración del Año Nuevo Chino que se realiza en multitud de ciudades del mundo y que, como el caso de Madrid, parece más una fiesta local por la cantidad de promoción callejera que se da. Adicionalmente, en cualquier ciudad hay continuas exposiciones y exhibiciones de danza, música, kung-fu, caligrafía, pintura contemporánea y tradicional o de imágenes de papel cortado.

Los megaeventos como diplomacia cultural de China

Los Juegos Olímpicos celebrados en Pekín en 2008 serán recordados como la edición en la que se batieron 130 récords olímpicos con una fastuosa ceremonia de apertura y unas instalaciones impresionantes.

En el caso de Pekín, un elemento importante que afectaba a visitantes, deportistas y ciudadanos era la pésima calidad del aire y la polución en esta ciudad y en otras tres de alrededor. No es momento para describir las fuertes medidas que se implementaron para conseguirlo, prerrogativa de un gobierno autoritario, pero se debe decir que se consiguió reducir en gran medida antes y durante. La duda es si se mantendrá en el tiempo cuando aparezcan otras prioridades.

Conclusión

¿Es la diplomacia cultural una estrategia asiática a medio plazo?

1. Como se han ido desarrollando, la diplomacia cultural de los tres países considerados son diferentes no solo en el enfoque, sino en la forma de utilizar elementos generalizados para obtener *soft power* positivo.
2. Japón utilizó su cultura y artes tradicionales para cambiar percepciones en el siglo XX; y en el siglo XXI está promoviendo las artes populares y los eventos audiovisuales con tecnología de última generación.
3. Obtener percepciones positivas parece que tiene una larga tradición en India. Desde hace siglos, millones de personas han viajado hasta la India para encontrar lo que les faltaba en sus vidas y creían poder encontrar allí. Como se ha mostrado, el primer ministro Modi utiliza estas percepciones ya creadas en las sociedades extranjeras para desarrollar su nueva diplomacia cultural.
4. Esta forma de obtener influencia internacional es relativamente nueva en la RPCh. Como se ha presentado, uno de sus objetivos es común con el de Japón de mediados del siglo XX, es decir, como forma de suavizar la percepción de temor provocada por su auge económico.
5. La diplomacia cultural excesiva tiene implicaciones poco «suaves» tanto interna como externamente. El respeto por la diversidad cultural propia requiere no utilizar un significado homogéneo y único de la cultura nacional. El respeto por otras culturas diferentes a la propia requiere no tratar de imponer la forma de interpretar la realidad o pensamiento ni los valores de un país a otros.

6. La diplomacia cultural asiática del siglo XXI está relacionada con el concepto de seguridad nacional en sentido amplio¹⁷. La cultura puede utilizarse como invasión sutil de otros países, pero también autodefensa del propio. Desde este enfoque, podría entenderse que los EE. UU. colonizaron culturalmente una parte del mundo mediante la implantación de sus valores intangibles, tales como la libertad individual, la justicia, la democracia, entre otros, así como de su estilo de vida.
7. En diplomacia cultural es importante no ir en contra de lo que se percibe, sino aceptarlo y utilizarlo de una forma positiva. Ejemplo de ello fueron las actuaciones de Abe en Río de Janeiro y de Modi en el Día Mundial del Yoga. Pocos conseguirán imaginarse a Xi Jinping en un vídeo practicando kung-fu. Sin duda, «lo cortés no quita lo valiente».

*Gloria García**

Doctor en Economía – Japón y Asia

Director de Asia: Knowledge & Thinking – Innovación Estratégica Creativa

¹⁷ The Copenhagen School of Security Studies (CSSS), places particular emphasis on the non-military aspects of security, representing a shift away from traditional security studies.