

---

# RELACIONES INTERNACIONALES: EL PODER BLANDO EN LA POLÍTICA EXTERIOR Y SU APLICACIÓN POR PARTE DE CHINA

## ♦ RESUMEN ♦

El sistema internacional contemporáneo está marcado por una gran interdependencia entre los actores que lo componen, demostrando una configuración de equilibrio de poder clásico en ascenso. El uso de la fuerza, en todas sus expresiones, está cada vez más alejada de la realidad de las relaciones internacionales y política exterior de los Estados, fortaleciendo cada vez más el uso de una política enmarcada en el *Soft Power* (poder blando) para lograr los objetivos planteados. China, como potencia emergente, ha tomado esta forma de mostrarse al mundo, demostrando gran pragmatismo, pero no ha estado exenta de mostrar problemas en la ejecución y materialización de este tipo de política exterior.



**SEBASTIÁN GUTIÉRREZ SEPÚLVEDA**

Teniente 1º. Ingeniero en sistemas navales,  
mención Torpedos, Armas A/S y minaje.  
(sebastiangutierrez371@gmail.com)

Relaciones internacionales, poder blando, China, política exterior

Complementando conceptos del siglo pasado y el presente, es posible mencionar que las naciones basan su existencia actuando de manera racional y se encuentran constantemente en una competencia por la obtención del poder, enfatizando, principalmente, en las capacidades militares, aunque los poderes económico y cultural también son importantes (Morgenthau, 1948). Para Joseph Nye (2004) "el poder es como el clima, todo el mundo depende de ello y habla de ello, pero pocos lo entienden." Lo ven de manera limitada en términos de órdenes y coerción, pero no es tan simple, ya que el poder es la capacidad de influir en el comportamiento de los demás con el fin de obtener los resultados que se quiere.

Ya no basta con medir el poder de un actor internacional en base a sus elementos tangibles como sus fuerzas armadas, economía, territorio y población, entre otros, sino que, en este nuevo mundo globalizado, existen factores intangibles como la cultura, el liderazgo, la identidad, los valores y el idioma, que son igual de importantes a considerar en las relaciones internacionales y que logran seducir a otro a la hora de influir en sus decisiones en pro de los intereses propios. Para Barbé (1995) "la evaluación del poder en términos internacionales es un proceso complejo que difícilmente puede ser cuantificado."

El uso de estos elementos intangibles, a la hora de lograr influir en otros sin el uso de la fuerza o coerción, se ha denominado *Soft Power* (SP), concepto acuñado por el politólogo norteamericano Joseph Nye en el año 1990.

Retomando la idea de mundo globalizado, que conlleva relaciones complejas e interdependientes, en donde las acciones de algunos actores demandan consecuencias en otros en todo orden de aspectos, sumado a la ya conocida condición actual de la República Popular China como potencia en ascenso, surge la hipótesis de este trabajo para lograr identificar el empleo del SP por parte de esta última, como estrategia de política exterior para lograr una influencia global, logrando competir de igual a igual con su principal contendor, EE.UU.

## Soft power

Para definir el concepto de SP no hay nadie más apropiado que su creador. Para Nye (2002):

El poder militar y el poder económico son ejemplos de poder duro (*Hard Power*), del poder de mando que puede emplearse para inducir a terceros a cambiar de postura. El poder duro puede basarse en incentivos (zanahorias) o amenazas (garrotes). Pero también hay una forma indirecta de ejercer el poder. Un país puede obtener los resultados que desea en política mundial porque otros países quieran seguir su estela, admirando sus valores, emulando su ejemplo, aspirando a su nivel de prosperidad y apertura.

En este sentido, es tan importante tener la vista puesta en la política mundial y atraer a terceros, como obligar a otros a cambiar mediante amenazas o el uso de armas militares o económicas. Este aspecto del poder –lograr que otros ambicionen lo que uno ambiciona– es lo que yo llamo SP. Más que coaccionar, cooptar a terceros.

Cada vez es más importante, en este mundo globalizado e interdependiente, para las grandes potencias como EE.UU., Francia, Reino Unido, China, entre otros, lograr influir a nivel global no tan solo mediante el uso del *Hard Power* como herramienta principal, ya que al existir esta interdependencia económica y política a gran escala, los Estados no pueden darse el lujo arcaico de imponer sus intereses basados en acciones fundadas en el poderío militar y económico, territorio y población, materializándolos a través de la amenaza del uso de la fuerza militar o sanciones económicas, sino más bien, debe existir una tendencia al objetivo de atraer y seducir a otros actores mediante una adhesión voluntaria basada en el convencimiento que esa acción es la mejor de todas.

Nye también tiene sus críticos, uno de los cuales es Javier Noya (2005, p. 15), quien asegura que el SP es demasiado blando para ser considerado como tal, y, a la vez, menciona que se genera una dualidad al considerar que una capacidad del *Hard Power*, como el poder militar, puede ser considerado como blando en la medida que esté validado como tal por la sociedad, como lo es la ayuda humanitaria, por ejemplo. El mismo autor destaca el hecho que los elementos del SP son intangibles, en consecuencia, incontrolables por el Estado.

Para Nye (2004, p. 11), el SP de un país descansa fundamentalmente en tres áreas principales: su cultura, en la medida que sea atractiva para otros; en los valores presentes, tanto a nivel interno como externo; y en sus políticas exteriores, cuando son vistas como legítimas y con autoridad moral.

Comenzando por el primer aspecto fundamental para Nye (2004), la cultura es definida como el conjunto de valores y prácticas que crean un sentido para la sociedad. Si estos valores y prácticas llegan a formar una identidad reconocida, tanto por sus habitantes como por actores externos y a la vez ésta se hace atractiva para ellos, logran ser una herramienta poderosa de las relaciones internacionales. Llevándolo al objeto de estudio, China ha conducido la estrategia cultural denominada *Going Global*, basándose en el rápido desarrollo económico, el gobierno central ha propuesto trabajar hacia la construcción de una "comunidad de destino común para toda la humanidad" (McClory, 2018).

Para el país asiático no todo ha sido color de rosas. En la década del 70 del siglo XX, y debido a su auge económico gracias a las reformas establecidas, el mundo vio con temor un ascenso similar al de la Alemania nazi, el Japón imperial y la U.R.S.S., desarrollándose varias teorías como la de la amenaza China que proponía el auge de la nación como motivo de posibles conflictos mundiales o regionales, bloques militares o carreras armamentistas (Rodríguez; Leiva, 2013). Parte de estas teorías se enmarcan en una mirada dentro del paradigma del

realismo en las relaciones internacionales, donde se esperaba que China buscara establecer una hegemonía o control exclusivo de Asia (Niu, 2011). Todos estos antecedentes fueron cimentando las bases para que China convergiera hacia una política orientada al SP al inicio del siglo XXI, presentándose como una nación responsable, cooperativa y sin pretensiones hegemónicas (Rodríguez; Leiva, 2013).

Para China, el concepto de SP comienza a ser utilizado de manera paulatina en el mundo académico desde principios de la década de 1990, con la traducción al chino del libro de Joseph Nye *Bound to Lead. The Changing Nature of American Power*. En 1993 Wang Huning, asesor del presidente Jiang Zemin, publicó un artículo en el que llama a fortalecer el SP del país (Cho y Jeong 2008: p. 456). Sin embargo, todo comienza de manera explícita con las palabras del líder del Partido Comunista chino, Hu Jintao, quien dijo en el 17° Congreso Nacional del Partido Comunista, en el año 2017:

El gran rejuvenecimiento de la nación china estará definitivamente acompañado por el florecimiento de la cultura china. Debemos (refiriéndose a los delegados del partido) mejorar la cultura como parte del SP de nuestro país, seguiremos publicitando las buenas tradiciones y fortaleceremos los intercambios culturales internacionales para mejorar la influencia de la cultura china en todo el mundo.

Luego del anuncio de Hu Jintao, esta nueva visión china del mundo fue corroborada por su sucesor Xi Jinping, quien continúa con la promesa de "promover el SP cultural de China al diseminar los valores chino-modernos y demostrando el encanto de la cultura china al mundo" (McClory, 2017). Todo esto, reflejado durante la última década con la inversión de la nación asiática en áreas como la educación, con unos 400.000 estudiantes extranjeros realizando estudios en instituciones chinas, estableciendo una red global de más de 500 institutos Confucio, promoviendo y enseñando su cultura e idioma en 142 países.

Según datos del *Soft Power Report 30* del año 2017 y 2018, algunos aspectos donde China ha puesto énfasis con el propósito de contribuir a su SP son:

- Promoción mediante programas y eventos culturales, a través de sus embajadas, durante el periodo cercano a la celebración del año nuevo chino.

- Radiodifusión global de su canal CGTN *China Global Television Network* a través de internet y Youtube, difundiendo programas, documentales, noticias y concursos en idioma inglés, español, ruso y árabe, permitiendo, a través de esta plataforma, acercar su cultura y quehacer nacional a todas partes del mundo.

- Organización de grandes eventos deportivos como los juegos olímpicos del año 2008 y los juegos de invierno en el año 2022, potenciamiento de su súper liga de fútbol, incluyendo contrataciones de estrellas de renombre en el mundo del balompié con contratos millonarios que buscan acercar audiencias hacia su marca país.

- En el ámbito comercial, destaca el posicionamiento de marcas globales como Alibaba, Xiaomi y Huawei, que buscan marcar tendencia y competir con las tradicionales marcas norteamericanas del mismo rubro como Amazon y Apple. Existe una percepción global de que China es la fábrica del mundo considerando el etiquetado made in china presente en un porcentaje elevado de artículos de todo tipo, lo cual aporta a la implementación del SP.

Otra herramienta de difusión cultural china recae en la condición propia de su población migrante a través del mundo, estimada en una cifra no menor de 55 millones de ciudadanos repartidos en la mayoría de los países del orbe. Lo que permite, solo por ese hecho, transmitir su cultura hasta los rincones más recónditos; cultura que, por ser milenaria, por sí sola atrae y seduce a occidente, desde Marco Polo hasta la actualidad. Ejemplo de lo anterior es el aumento de ventas en arte chino contemporáneo en galerías del Reino Unido, de 13,5 a 90 millones de euros entre

2004 y 2006, el auge de la danza, literatura y la producción cinematográfica que busca emular la industria occidental liderada por Hollywood (Villamizar, 2011).

Según el *Soft Power Report 30* del año 2018, China debe poner más énfasis en una promoción de su cultura Pop, dejando en menor grado la cultura clásica y de élite que está enfocada en un público sofisticado y de menor cantidad en comparación a la audiencia que podrían lograr al orientarse en aspectos culturales menos clásicos y más eficientes según los tiempos modernos, promocionando grupos musicales, deporte, cine, celebridades y programas de televisión que pueden captar jóvenes provenientes de países y economías emergentes, principalmente en Asia, África y América Latina.

Otra área importante de la aplicación del SP, es la acción de promover la cultura y valores mediante la recepción de estudiantes extranjeros en las universidades. Lo anterior, se convierte en una manera de exportar, hacia los países de origen de aquellos estudiantes, la idea país que se quiere mostrar al mundo. Para Nye (2004, p.13), esta estrategia es muy bien aprovechada por EE.UU., teniendo más de medio millón de estudiantes extranjeros al año que exportan, desde su formación, los valores que quieren representar al mundo, todo gracias al prestigio de sus universidades que se convierten en un anhelo para los estudiantes extranjeros (según el prestigioso *QS World University Ranking 2019*, 11 de las mejores 20 universidades del mundo son estadounidenses, sólo una de este rango pertenece a China). Más de algún hijo o hija de un líder chino realiza estudios en EE.UU., lo que puede proveer una visión realista que se contrapone a la caricaturizada en el sentir del pueblo chino.

El segundo y tercer concepto base del SP, son los valores y políticas representadas, tanto a nivel interno como externo. La difusión de estos, por parte de los gobiernos, ONG's, organismos internacionales y los medios, son una fuente del SP orientada a buscar la adhesión e influencia sobre otros actores que ven en esos valores la representación de los intereses propios.

Un ejemplo de esta situación es el uso de la industria cinematográfica de EE.UU., para promover valores de liderazgo, democracia y el sueño americano en muchas de sus producciones, las que son vistas por millones de personas en el mundo (Vedrine; Moisi, 2011), generando en el colectivo mundial el deseo y aspiración de ese modelo a seguir, lo cual se puede relacionar con lo mencionado anteriormente respecto al destino de gran cantidad de estudiantes extranjeros. Estos valores también pueden jugar en contra de la imagen de un país, como en el caso de EE.UU. y su invasión a Irak en el año 2003, donde para muchos se debilitó la imagen del país, aunque más para la figura de Bush como líder, que para EE.UU. como país (Nye, 2004).

Para China, lo anterior es su fuente de SP menos fructífera, debido fundamentalmente a sus políticas internas, las que, a ratos, son contraproducentes con la imagen exterior que quieren comunicar. La forma de gobierno autoritario, con un sistema político de un partido único sin elecciones libres, las restricciones a las libertades individuales y el control de la información (acceso a internet y redes sociales controlados por el gobierno), hacen de China, a los ojos del mundo, una nación poco atractiva e indecisa. Si bien, en las últimas décadas se ha visto una intención de cambiar esta imagen, con las políticas y acciones ya descritas, los hechos domésticos quitan valor a ese esfuerzo y hacen mantener vivo el recuerdo de lo sucedido durante las manifestaciones en la conocida plaza de Tiananmen de 1989. Dentro del análisis del *SP Report 2017* se destaca qué:

...existen razones para justificar la debilidad relativa de China a pesar de su gran inversión. La primera de éstas es la brecha existente de cómo China quiere ser vista, y su crecimiento ambicioso en poder coercitivo y su a veces posición muy represiva en casa.

En la figura 1 se pueden ver los resultados de los últimos años en el ranking de medición del SP en el mundo, medidos desde un punto de vista objetivo con data obtenida de parámetros como: cultura, empresa, gobierno, acuerdos (diplomacia), educación y área digital; por otro lado, se extraen datos subjetivos a través de encuestas efectuadas en 25 países con una muestra de más de 11.000 personas.

Si bien es difícil cuantificar el SP de un país, esta herramienta ayuda a tener una idea de cómo podría ser un ranking basado en los datos mencionados. Para el caso de China, se encuentra dentro de los primeros 30 lugares, teniendo una pequeña alza desde el lugar 30° al 27° en 2018. Lo interesante de este reporte, es que permite visualizar que, en áreas como cultura y acuerdos,

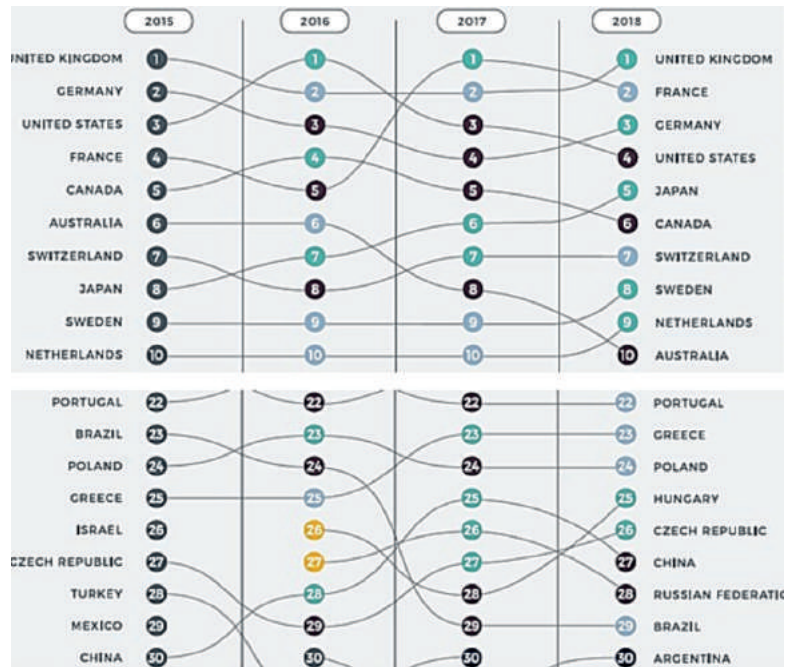


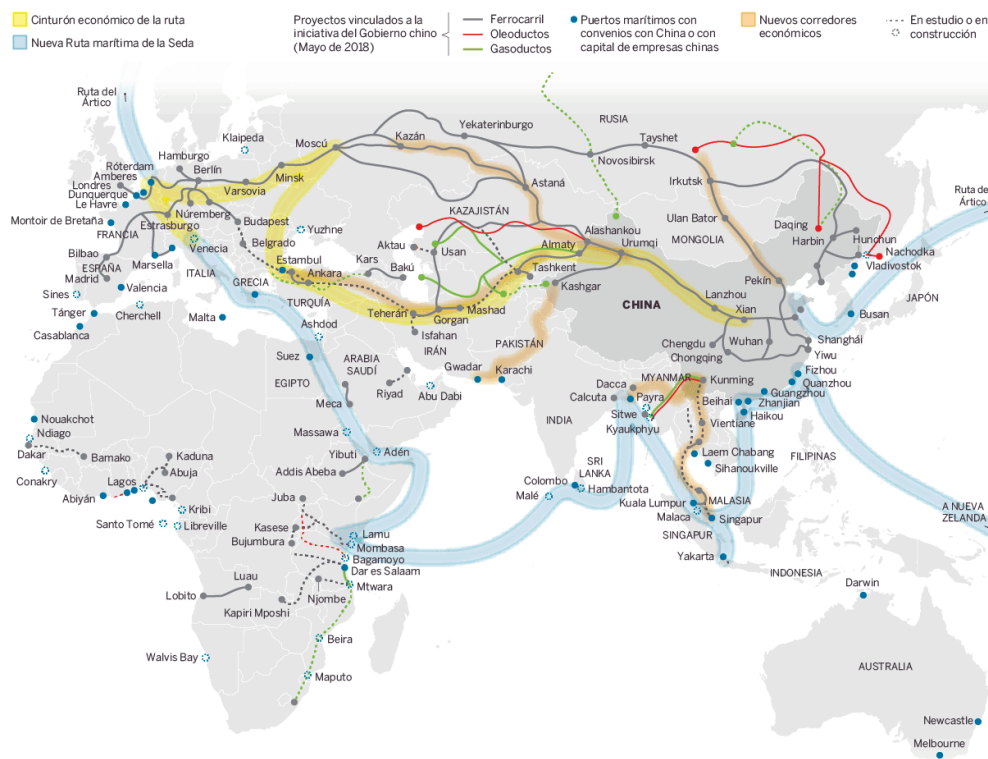
Figura 1: Ranking Soft Power 2018 (Fuente: The Soft Power Report 2018)

China se encuentra dentro del *top ten*, caso contrario en las áreas de gobierno y área digital (conectividad), donde ocupa el último lugar, concordante con lo expuesto anteriormente, relacionado con el tipo de gobierno y las restricciones de acceso a internet.

Como muestra de la intención de China de reforzar su política exterior e inclusión al sistema internacional, destacan su participación activa en el Consejo de Seguridad de la ONU, su incorporación a la OMC en el año 2001, y la actual iniciativa económica denominada la nueva ruta de la seda o *Belt and Road* (Figura 2), propuesta por Xi Jinping, que busca reconstruir la infraestructura de transporte y logística, así como sus fuentes de energía, conectividad y recursos humanos para el área sur y oeste de Eurasia. Para China, los beneficios

de esta iniciativa le permiten aumentar su influencia y presencia internacional, estimulando economías más débiles, exportando sus tecnologías donde aún no han llegado. Como se ve en la figura 3, se puede dimensionar la presencia china en el mundo.

Si bien con el auge en la economía del país, su esfuerzo por aumentar su presencia e influencia a nivel mundial y su discurso de potencia cooperadora y contribuyente al equilibrio en el sistema internacional, China resta validez a sus intenciones a la hora de materializar acciones como la del presidente Xi Jinping al anunciar la eliminación del límite de dos mandatos en la presidencia o el apoyo al cuestionado régimen de Nicolás Maduro en Venezuela.



**Figura 2. La nueva ruta de la seda o Belt and Road**  
(Fuente: [www.elpais.com](http://www.elpais.com))

Relaciones internacionales: el poder blando...

S. Gutiérrez

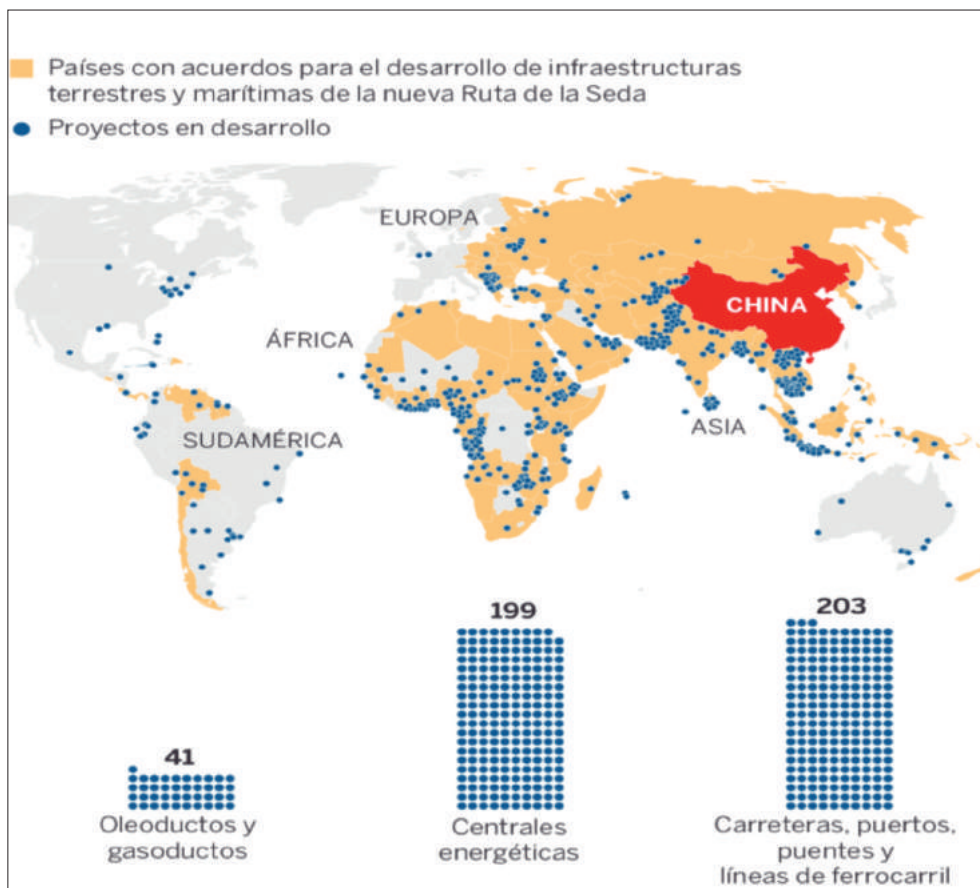


Figura 3. Proyectos financiados por China en el mundo (Fuente: [www.elpais.com](http://www.elpais.com))

## Conclusiones

Con la configuración actual del mundo globalizado e interdependiente, la aplicación de políticas y acciones enmarcadas en el SP, viene a ser la estrategia adecuada a implementar por parte de los actores internacionales, ya que el uso del *Hard Power* viene a ser una tendencia a la baja, debido a los cuestionamientos sociales y de la comunidad internacional, que busca, cada vez más, un ambiente de cooperación y equilibrio. Dentro de los recursos del SP el que tiene mayor relevancia es el aspecto cultural, que según su explotación puede lograr un aporte exponencial a la aplicación del SP por parte de un actor.

Si bien el SP es un concepto intangible, existen medios actuales que se encuentran desarrollando maneras de lograr cuantificar el empleo del SP por parte de países en el mundo, permitiendo identificar fortalezas y debilidades que pueden ser usadas por los Estados para mejorar en pos de sus intereses.

El auge económico de China, y su participación en el sistema internacional, han logrado que el mundo ponga los ojos sobre sus políticas internas y externas. Si bien, el país asiático ha mostrado un cambio respecto a cómo era hace 30 años, en palabras propias de los líderes del Partido Comunista, poniendo el uso del SP como prioridad a futuro, el aspecto que más ha logrado explotar para bien ha sido potenciar el aspecto cultural y de acuerdos,

con los antecedentes ya descritos, que le han permitido exportar su cultura al mundo y lograr acuerdos comerciales y más participación en el sistema internacional. Cabe aún poner énfasis en aspectos como la imagen país en relación a sus políticas internas, relacionadas con libertades individuales, respeto a los DD.HH. y a la democracia, aspectos que, sin duda, se contrastan con los esfuerzos demostrados.

El SP es un concepto muy amplio, difícil de medir y corroborar, depende del contexto en el cual se mide, la época, geografía, aspectos culturales, etc. Lo que sí se puede inferir, es que todos los cambios que generaría el buen o mal uso del SP, no pueden ser esperables a corto plazo, por lo que el hecho de que China ocupe los últimos lugares de los reportes *Soft Power 30* puede ser una señal de partida, pero no un resultado final.



### BIBLIOGRAFÍA

1. Barbé, Esther (1995). *Relaciones Internacionales. Segunda Edición*. Madrid: Editorial Tecnos.
2. Cho, Young y Jeong, Jong (2008). "China's Soft Power: Discussions, Resources, and Prospects", en *Asian Survey*, vol. 48, núm. 3. Estados Unidos: University of California Press.
3. McClory, Jonathan (2017). *The Soft Power 30, a Global Ranking of Soft Power 2018*. USC Center on Public Diplomacy.
4. McClory, Jonathan (2018). *The Soft Power 30, a Global Ranking of Soft Power 2018*. USC Center on Public Diplomacy.
5. Morgenthau H. J. (1948). *Politics Among Nations: The Struggle For Power And Peace*.
6. Niu, Xinchun (2011). "Eight Myths about Sino-U.S. Relations", en *Contemporary International Relations*, núm. 21, China.
7. Noya, Javier (2005). *El Poder Simbólico de las Naciones*. Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, N° 35.
8. Nye, Joseph (2002). *The Paradox of American Power. Why the World's Only Superpower Can't Go it Alone*. New York: Oxford University Press.
9. Nye, Joseph (2004). *Soft Power. The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
10. Rodríguez, Isabel; Leiva, Diego (2013). *El Soft Power en la Política Exterior China: consecuencias para América Latina*. Polis, Revista Latino Americana.
11. Védrine, H., Moisi, D. (2001) *France in an Age of Globalization*.
12. Villamizar, Fernando (2011). *El Soft Power Chino, un acercamiento*. Santiago: USACH.