



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Filosofia i Lletres

Memòria del Treball de Fi de Grau

El *soft power* i l'interès per la llengua xinesa a Mallorca

Pau Noguera Sánchez

Grau de Geografia

Any acadèmic 2021-2022

Treball tutelat per Hugo Capellà i Miternique

Departament de Geografia

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Soft power, influència, interès, atracció, coerció.

Mentre que la Xina vol seduir al món amb medalles olímpiques, Rússia el vol impressionar amb les armes (Nye,2008)

Índex

1. Introducció.....	6
2. Objectius i metodologia.....	7
3. La geografia política i el poder.....	8
3.1. Geografia política.....	8
3.2 El poder a la geografia política	9
4. El soft power.....	10
4.1. Què és el <i>soft power</i> ?	10
4.2. Diferències entre <i>soft power</i> i <i>hard power</i>	11
4.3. Les fonts de poder	12
4.4 Altres usuaris del <i>soft power</i>	14
4.4.1. Europa	14
4.4.2. Àsia.....	15
4.4.3. Els actors no governamentals	17
5. Estratègies a la política exterior de la República Popular de la Xina	18
5.1. Etapes de la RPX	18
5.2. Política confucianista	21
6. La tasca de l'Institut Confuci i <i>Hanban</i>	21
6.1. Definició	21
6.2. Objectius	23
6.3. Certificats oficials	24
7. Principals centres d'ensenyament a Mallorca	25
7.1. ABAC	25
7.2. EOI Palma.....	27
7.3. Discussió dels resultats	30
8. Conclusions	31
9. Agraïments.....	33
10. Recursos bibliogràfics	34
11. Annex.....	37

Índex de Taules i Figures

Taula 1. Tipus de Poder.....	9
Taula 2. Equivalència entre l'HSK i el MECR	25
Figura 1. Fases de la política exterior de la Xina	19
Figura 2. Creixement dels Instituts Confuci des de la seva fundació.....	22
Figura 3. Seus de l'Institut Confuci al món.....	22
Figura 4. Motius per els quals els estudiants de l'ABAC decideixen estudiar.....	26
Figura 5. Evolució dels alumnes matriculats a xinès a l'EOI Palma.....	28
Figura 6. Mapa d' inversió xinesa a l'Àfrica.....	37

Resum

Aquest treball analitza la incorporació del *soft power* com a element de la política exterior Xina. Aquest país ha desenvolupat una estratègia de diplomàcia exterior que es basa en una cultura ancestral, en la cooperació internacional i la promoció de nous plans de desenvolupament.

El concepte del *soft power* es defineix com la capacitat de "seducció" que té un estat sempre que es consideri que l'atracció que realitza es faci de manera legítima (Nye,1990). Bàsicament el *soft power* d'un país es basa en tres fonts: la cultura, els seus valors polítics i la seva política exterior.

Les Illes Balears no són una excepció; l'esfera d'influència de la Xina també ha arribat a aquesta regió a través de l'economia, la cultura i la immigració. S'ha analitzat com ha influït el poder suau al perfil dels alumnes de la llengua xinesa a Mallorca durant els darrers 10 anys. En ocasions, es considera que quan una persona decideix aprendre una llengua estrangera és en base a una decisió arbitrària o única de cada individu, però en la majoria de casos aquest motius coincideixen amb el àmbit d'actuació del *soft power* i no és cap casualitat.

Abstract

This work analyzes the incorporation of soft power as an element of China's foreign policy. This country has developed a foreign diplomacy strategy based on an ancestral culture, international cooperation and the promotion of new development plans.

The concept of soft power is defined as the capacity of "seduction" of a state if it is done in a legitimate way. Basically, the soft power of a country is based on three sources: its culture, its political values and its foreign policy.

The Balearic Islands are no exception. China's sphere of influence has also arrived to this region through economy, culture and immigration. It has been analyzed how soft power has influenced the profile of Chinese language students in Mallorca over the last 10 years. Sometimes it is considered that when a person decides to learn a foreign language it is based on an arbitrary or unique decision, but most cases coincide with the scope of soft power and it is not a coincidence.

1. Introducció

Encara que la paraula “guerra” hagi tornat a aparèixer en tots els rotatius de la premsa internacional, la veritat és que vivim en el període de la humanitat amb menys conflictes armats de la història. L’assoliment polític i moral més important de la civilització humana a les darreres dècades és haver aconseguit una pau generalitzada (Harari,2022).

L’absència d’un conflicte armat - entre les principals potències -, no implica que no hi hagi xocs entre elles. Els “camps de batalla” ja no són les praderies d’Europa o les platges del Pacífic. Per paradoxal que pugui parèixer, avui dia, els espais on es pugnen els estats moderns s’estenen exponencialment. La política exterior ha virat cap a estratègies menys visibles i no tan contundents com ens té acostumada la geopolítica tradicional.

El poder suau¹ o *soft power* és un terme utilitzat en la política internacional que fa referència a la capacitat de convicció i d’influència que té un actor, en el cas que ocupa aquesta recerca, un estat, pot incidir en les accions o interessos d’altres actors per mitjans ideològics o culturals.

Després de l’aïllament del segle XX i centrar-se en el *hard power* (o poder dur), la Xina ha començat la incorporació d’estratègies de *soft power* per assolir els seus objectius de desenvolupament (Rodríguez Aranda i Leiva, 2013). La política exterior xinesa es fonamenta en quatre pilars: el manteniment de la integritat territorial, el reconeixement com únic govern xinès, assolir el desenvolupament del país i incrementar el seu prestigi en l’àmbit internacional.

L’anglès és l’exemple que explica com va lligada la capacitat d’influència que té un estat i una cultura (en el seu cas a l’Occidental-capitalista) amb la seva extensió en el món i l’adaptació o substitució d’altres nacions envers de la cultura hegemònica. A més, l’anglès és el primer idioma del món amb més parlants no nadius. Cal esmentar – i no és casualitat – que les potències mundials dels dos darrers segles, han estat i són l’Imperi Britànic i els Estats Units.

¹ El Consorci del Centre de Terminología (TERMCAT) va definir poder suau(o transversal) -de l’anglès *soft power*- i poder dur -de l’anglès *hard power*-. <https://www.termcat.cat/ca/actualitat/apunts/poder-dels-estats-com-diu-hard-power-i-soft-power-catala>

Pel que fa al xinès mandarí, o simplement xinès, ha demostrat un increment en el seu interès a la resta del món molt significatiu. A partir del segle XXI, s'ha posicionat a les primeres posicions entre els idiomes estrangers més demandats amb una clara tendència a l'alça. Als EUA és la llengua estrangera que genera més interès entre les persones amb estudis universitaris i, els Institut Confuci, proliferen arreu del món.

Es sap que, a l'era de la globalització, es genera l'efecte papallona més sovint que de costum. ¿Aquests processos que sacsegen el panorama internacional són extensibles a Mallorca? ¿Es queda fora o n'hi és particip? Aquest treball analitza com les noves estratègies d'influència o *soft power* es poden materialitzar a través de la difusió de la llengua i de quina manera pot motivar a la gent a interessar-s'hi.

2. Objectius i metodologia

L'objecte d'aquest treball és conèixer com, a través del *soft power*, la Xina cerca incrementar el seu prestigi internacional i, de quina forma afecta l'illa de Mallorca. S'han establert tres objectius específics:

- Identificar el nombre d'estudiants de mandarí a les acadèmies de Mallorca dels darrers deu anys.
- Analitzar les dades sociodemogràfiques dels alumnes i establir un perfil d'alumne.
- Conèixer els motius perquè decideixen aprendre xinès, tant els nadius com els no nadius.

Per la realització d'aquest estudi s'ha utilitzat una metodologia mixta. Les fonts que s'han emprat han estat primàries (entrevistes) i secundàries (fonts bibliogràfiques). Com que no es sotmeten variables a prova i s'analitza la situació actual de la qüestió, ens trobem en front d'un treball no experimental i de disseny seccional.

La mostra prové de l'Escola Oficial d'Idiomes de Palma (EOI) i l'*Asociación Balear Amistad China* (ABAC). La tècnica utilitzada han estat les entrevistes que s'han realitzat al cap d'estudis de llengües orientals de l'EOI i al vicepresident de l'ABAC. S'han seleccionat aquests dos centres perquè són les dues institucions oficials de Mallorca (àmbit d'estudi) en l'ensenyament de xinès mandarí i presenten un grau de fiabilitat elevat, degut a la seva trajectòria acadèmica. Cal apuntar que, es té en compte

l'existència d'una oferta d'ensenyament paral·lela a l'oficial, de professors particulars, però s'han descartat degut a que presenta massa dificultats fer un mostreig precís de la classe d'alumnat i de les seves dimensions.

3. La geografia política i el poder

3.1. Geografia política

L'antiguitat clàssica elabora la geografia política com a l'estudi dels mecanismes a través dels quals es construeix i es manté el sentit polític d'un territori (Turco, 2015). Durant l'edat mitjana es recuperen les tradicions clàssiques, però adaptades a les orientacions i les preocupacions dels temps. Més tard, la geografia política cau en decadència a l'època del renaixement fins a la pràctica dissolució durant l'edat moderna, sent el preludi d'una nova era en la que es produeix un canvi significatiu.

Al segle XIX, època en la qual es segueixen manifestant senyals de fragilitat, es produeix una re fundació de la disciplina gràcies a autors com: Ratzel, Mackinder o Vidal de la Blache. El primer d'aquests, Ratzel, és considerat com el principal fundador de la geografia política moderna gràcies a la seva publicació "*Politische Geographie*" al 1897.

En el seu context, l'alemanya de finals del segle XIX, la corrent predominant entre els cercles intel·lectuals es basava en la cultura hegeliana, entroncant això amb la idea de la geografia política de Ratzel basada en el determinisme. Per l'autor existia una relació estreta entre el sòl i l'Estat que desembocava en una geografia d'Estat que, implícitament, conté una concepció totalitària de l'Estat totpoderós. Segons l'autor, l'Estat es pot "llegir geogràficament" i va aportar els instruments per desxifrar-ho: centre versus perifèria, interior versus exterior, superior versus inferior, etc. Totes les escoles de geografia política posteriors a l'alemanya (l'anglesa, la italiana, la francesa i la nord americana) begueren de la influència de Ratzel.

Arran d'aquest autor apareix la vella i injuriada *Geopolitik*, nascuda del nazisme. La geopolítica, que, es traduïa com la geografia de l'Estat autoritari (Alemanya, Itàlia o la URSS) varen reforçar les idees ratzelianes. En els anys posterior al nazisme, el concepte de *Geopolitik* fou tabú en els ambients acadèmics. En l'actualitat, el seu significat s'ha reparat.

Actualment, la geografia política parla més de poders, de domini, d'actors, els agents que prenen les decisions o les teories associades a les decisions, d'estratègies i fins i tot de guerra (Villagómez,2011)

3.2 El poder a la geografia política

La geografia política pot ser considerada la geografia del o dels poders. El francès Henri Lefebvre (1980) indicà que no hi ha més poder que el polític.

La temàtica que gira entorn al poder ha estat molt present en les ciències socials. Actualment, s'ha superat la visió simplement política d'aquesta categoria per donar pas a un concepte més ampli que expliqui les dinàmiques socials.

Segons Max Weber a la seva obra *Economia i Societat* (1922) ,tradicionalment, el concepte del poder s'ha entès com a la forma d'imposar la voluntat dins la dicotomia d'ordenar-obeir.

Dins el ventall de naturaleses en les que es pot emmarcar el concepte de poder, en el cas que ocupa, parlarem del poder polític que s'exerceix en la política exterior. Existeixen dos tipus: *hard power* i *soft power*.

Nye(2004) indica que hi ha 3 tipus de poder: el poder militar, el poder econòmic i el *soft power*. Els dos primers s'emmarquen dins el *hard power*.

	Carcterístiques	Recursos	Polítiques de Govern
<i>Military Power</i>	Coerció Dissuasió Protecció	Amenaces Força	Diplomàcia coercitiva Guerra Aliances
<i>Economic Power</i>	Incentius Coerció	Pagaments Sancions	Ajudes Suborns Sancions
<i>Soft Power</i>	Atracció Establiment d'una agenda	Valors Cultura Polítiques Institucions	Diplomàcia pública Diplomàcia bilateral i multilateral

Taula 1. Tipus de Poder Font: Nye (2004), *Soft power: the means to success in world politics*.

4. El soft power

4.1. Què és el *soft power*?

Anteriorment s'ha indicat que el poder suau és l'habilitat d'un estat de persuadir els altres evitant la l'ús de la força o coerció, i que utilitza la capacitat d'atracció² mitjançant recursos intangibles com la cultura, la llengua o valors polítics per fer-ho. Prové de la capacitat d'interès que té una cultura d'un país, les ideologies o les polítiques. Quan la voluntat "no coercitiva" d'un país es veuen legitimada per la resta, significa que el *soft power* fa el seu efecte. Aquest terme fou publicat per primera vegada pel professor de la Universitat de Harvard Joseph Nye al seu llibre "*Bound to Lead: Changing Nature of American Power*" (1990) y que hi profunditzaria a la seva publicació de 2004 "*Soft Power: The means to Success in World Politics*".

Segons Nye el poder és com el temps. Tothom depèn d'ell i en parla però pocs l'entenen realment. Bàsicament, es pot definir el poder com la capacitat per fer coses. O dit amb més detall, és l'habilitat per aconseguir els objectius que es volen tan per part d'un mateix o influint en el comportament dels altres perquè ho facin. Evidentment existeixen diferents formes per afectar al comportament del altres: obligar-los mitjançant amenaces, amb pressions econòmiques o a través de la cooperació. És necessari apuntar que, el *soft power* no és només el mateix que la influència. El *hard power* també exerceix influència, però d'altres maneres com les amenaces. En canvi el *soft power* és mot més que persuadir o l'habilitat de convèncer amb arguments.

L'augment del *soft power* està directament relacionat amb l'augment de la legitimitat de la comunitat internacional .La regla sembla ser simple: si creus que els meus objectius són legítims, soc capaç de persuadir-te per fer alguna cosa per mi, sense utilitzar amenaces o pressions més subtils. Les institucions públiques d'affers exteriors intenten que les agendes multinacionals pareixin legítimes als ulls de la resta d'actors internacionals(Nye,2004).

En aquest estudi es dona per entès el paper del *hard power*, principalment perquè es considera que la influència de la llengua es relaciona directament amb el poder suau, o com una de les estratègies de poder que és més comuna. La manera d'aconseguir el que es vol de manera indirecta es coneix com "la segona cara del poder", però no és del tot

² En aquest cas ens referim a l'atracció com l'efecte o acció d'atreure. Exemple(DIEC2):"L'atracció que ell exerceix sobre tots els qui els tracten".

just que tingui aquesta consideració. Un estat pot aconseguir els seus objectius geopolítics quan els altres països desitgen seguir-lo de diferents maneres: amb l'admiració per els seus valors (la llibertat als EUA); seguint el seu exemple (l'estat del benestar a Europa); o aspirant al seu nivell de prosperitat (la bonança econòmica de la Xina).

El poder suau es recolza sobre tres pilars principalment: la cultura, els valors polítics i la política exterior. Aquests elements faciliten que l'actor en qüestió sigui més atractiu per a la resta de països i que el considerin legítim i amb autoritat moral. Si l'actor té èxit i obté els resultats esperats, pot aconseguir que la resta de països admirin els seus valors; desitgin seguir el seu exemple i aconseguir els seus nivells de prosperitat. Per posar un exemple, el dia dels atemptats de les Torres Bessones de Nova York Colin Powell va definir la diplomàcia estatunidenca d'aquesta manera³: “*estem venent un producte. El producte que venem és la democràcia*”. A dia d'avui els EUA han demostrat ser un dels grans agents del panorama mundial en l'aplicació d'aquestes estratègies.

4.2. Diferències entre *soft power* i *hard power*

Bàsicament, la diferència entre el *hard power* i el *soft power* és que una es basa en la coerció i l'altre en la coacció, són diferents maneres que es tenen per aconseguir els objectius proposats. En primer lloc es podria obligar a un estat a prendre una decisió mitjançant la força o les sancions econòmiques -ambdues formes s'observen a la Guerra d'Ucraïna-. Però d'altra banda, existeix l'opció d'induir als altres estats dins una mena d'atracció que pot acabar desembocant en la creació d'un deure de relacionar-se amb el país que exerceix la coerció. Fruit d'aquesta relació, apareix la sensació de pertinença a uns valors i propòsits compartits. Si una país està convençut d'acompanyar les propostes d'un tercer sense que aquest demostrï cap mena d'amenaça o cap canvi explícit en la nostra relació, es pot entendre que el *soft power* és efectiu. Es pot afirmar que el poder suau que el poder suau utilitza un altres eines (sense força o diners) per generar cooperació. Una atracció pels valors compartits, la justícia i el deure de contribuir a l'assoliment d'aquests valors (com el cas entre Europa i els Estats Units).

Un cop definit el *soft power* alguns poden arribar a pensar que, històricament, el poder suau depenia del *hard power* perquè la primera presa de contacte o la més habitual en geopolítica ha estat lligada al poder dur. De totes maneres, no és, ni ha estat així sempre.

³ Dia 11 de setembre de 2001 el Secretari d'Estat dels Estats Units, Colin Power feia aquesta afirmació: <https://capitaldemarca.wordpress.com/2012/07/09/el-poder-politico-de-la-marca-pais/>

Quantes divisions cuirassades té el Vaticà? Cap. Però ningú dubta del poder que exerceix enfront de països que els superen àmpliament a molts nivells i diversos: militar, demogràfic, superfície, econòmic, etc. A l'Europa de la Guerra Freda, la Unió Soviètica va patir un greu retrocés en la seva imatge quan va envair Hongria (1956) i Txecoslovàquia (1968). En canvi el poder econòmic i militar es varen veure clarament beneficiats en favor del *hard power*. A l'altra banda de l'Atlàntic les relacions entre els Estats Units i l'Amèrica Llatina foren una mescla entre ambdues estratègies, des de l'anomenada Política de Bons Veïnats (Good Neighbour Policy) als anys trenta a les intervencions militars a Cuba o a Nicaragua.

Joseph Nye indica que, el *soft power* és més que el simple fet de tenir capacitat d'influència. *El hard power* també exerceix influència, però d'altres maneres que s'han esmentat anteriorment: amb amenaces, demostració de força, actes directes i poc subtils. En canvi, el *soft power* es basa en la persuasió, fer que un altre s'adhereixi a una agenda per voluntat pròpia, sempre a partir de la convicció mitjançant els arguments i vies pacífiques.

Cal esmentar que el *hard power* i el *soft power* també estan relacionats perquè, per definició, ambdós tenen la capacitat d'afectar al comportament dels altres. Però, en definitiva, la via per assolir-ho és el que marca les principals diferències entre ells.

4.3. Les fonts de poder

Com s'ha exposat, el *soft power* d'un país es basa en tres fonts: la cultura, els valors polítics i la seva política exterior.

En primer lloc, la cultura implica el conjunt de valors i pràctiques que li donen sentit a una societat. Si la cultura d'un país inclou i fomenta valors universals o les seves polítiques promouen valors que la resta d'estat també comparteixen, les probabilitats d'obtenir els objectius que es desitgen, mitjançant l'atracció, s'incrementen. És menys probable que les cultures aïllacionistes o gregàries produeixin un *soft power* més efectiu.

Però no totes les fonts tenen el mateix efecte sobre els països "receptors" o influenciats. Tot depèn del context en que es troben. Hollywood és un exemple de com una mateixa eina de poder es pot adaptar al context. Els valors polítics relacionats amb la llibertat no afecten de la mateixa manera a Amèrica Llatina com a la Xina. Mentre que a Colòmbia el poder atractiu de la indústria d'entreteniment nord-americana és difosa amb èxit a

tota la població; al país oriental es censuren les produccions de Hollywood de manera generalitzada per por de que puguin influir en la població i, per extensió, “seduir-la” amb idees relacionades amb la democràcia liberal.

A més, la cultura representada a través de les seves pel·lícules reflecteix la típica vida dels americans: els seus hàbits diaris, experiències personals, sistema educatiu, relacions familiars o els temors comuns dels ciutadans. Una prolongada exposició a aquests productes pot generar, a la llarga, una connexió entre els espectadors i el producte.

En aquest punt es vol apuntar que, el comerç és una via per transmetre la cultura però també es pot donar a través dels contactes personals, vistes i intercanvis. Cada any arriben 1 milió d'estudiants⁴ d'arreu del món als EUA on s'impregnen dels valors i les idees americanes. Molts líders i personalitats xineses envien als seus fills a acabar els seus estudis a universitats nord-americanes. Degut a això els joves poden viure de primera mà la Nord-Amèrica real - consumint els seus productes culturals (atracció, *soft power*) -, en front de la propaganda del govern xinès que emet una idea distorsionada a la població sobre l'exterior (intimidació o *hard power*).

En tercer lloc però no menys important, Hollywood té un paper molt rellevant alhora de justificar la política exterior dels EUA. Si els espectadors tenen una mirada crítica, per norma general, els Estats Units es representen com els salvadors del món davant les amenaces internacionals. Més enllà de ser un simple context per a les pel·lícules bèl·liques o d'acció, és una eina que va incorporant a l'imaginari col·lectiu la idea de que els nord-americans són una mena de “guardians de la humanitat”. Sorpren també l'alta productivitat d'aquesta indústria. Estem parlant que Hollywood té un ritme de pràcticament una estrena setmanal als cinemes de tot el món, i que ocupen més de la meitat de totes les cartelleres dels cinemes comercials durant tot l'any. Qui diria que els germans Luimère contribuirien a la geopolítica al segle XXI d'aquesta manera.

La política exterior també forma part de les estratègies vinculades al *soft power*. Es pot exercir pressió a altres països tan a mig com a llarg termini. Els detractors del poder suau solen argumentar que, al contrari, el *hard power* pot obtenir els objectius en menys

⁴ Al curs 2019-2020 es van registrar 1.077.496 estudiants estrangers als EEUU de 200 països diferents encara que els indis i els xinesos suposaren més de la meitat. <https://www.fwd.us/news/international-students/>

temps. Els governs poden aconseguir els resultats desitjats en una cimera promocionant la pau; els drets humans mitjançant l'exemple o compromisos davant l'opinió internacional. Les institucions supranacionals serveixen per la posta d'escena d'aquestes estratègies.

4.4 Altres usuaris del *soft power*

4.4.1. Europa

Els Estats Units són el principal agent de *soft power* actual i el seu cas ha permès definir-lo a l'apartat anterior. En aquest apartat, s'esmenten altres casos que mereixen especial atenció.

Molts països Europeus també compten amb un *soft power* molt efectiu. En el seu conjunt, la Unió Europea s'ha convertit en un símbol mundial de la concòrdia i la unitat. Aquest fet incrementa el seu atractiu davant l'opinió internacional i, com s'ha esmentat anteriorment, si es predica amb l'exemple i una societat es converteix en un símbol o el màxim exponent en una matèria, els seu poder de convicció és major.

Hi ha 50 països francòfons que organitzen cimeres periòdicament pel fet de tenir la llengua francesa en comú. França és una potència en matèria de poder suau però París ha deixat de ser la capital cultural i intel·lectual del món que va arribar a ser. De totes maneres, en l'àmbit cultural el vell continent s'ha guanyat el nom del bessó de la civilització occidental i l'oferta de l'anomenada "alta cultura" segueix essent reconeguda arreu del món.

Si els Estats Units són líders en l'àmbit del *soft power*, Europa es trobaria en el segon lloc. Coincidint amb les fonts que Joseph Nye apunta sobre el poder suau com la cultura i els valors polítics, – àmbits en els que els països membres són molt influents- Europa també obté bons nivells de *soft power* amb la seva política exterior. En molts de casos, centrada en el desenvolupament humanitari, la lluita contra el canvi climàtic i la defensa dels drets humans. Aquesta ajuda es canalitza a través de constants aportacions, o la inclusió dins els propis pressupostos⁵ de la UE, de partides directes a ajudes al desenvolupament de països extracomunitaris.

⁵ La Unió Europea és la principal donant d'ajuda internacional amb un pressupost de més de 50 mil milions d'euros anuals destinats a tasques de desenvolupament humanitari. A la web de la Comissió Europea hi ha disponible un cercador per consultar les ajudes: https://ec.europa.eu/info/aid-development-cooperation-fundamental-rights/human-rights-non-eu-countries/recipients-and-results-eu-aid_en

4.4.2. Àsia

S'estima que, al segle XIX l'economia asiàtica suposava tres cinquenes parts del PIB mundial i esdevenia com el motor del món. Però, durant el segle passat va retrocedir dràsticament fins a un cinquena part encara que s'hi concentrés el 60% de la població de la Terra. Les dades dels darrers anys reflecteixen un nou canvi en el conjunt asiàtic amb una clara tendència a recuperar la importància del passat. A partir de l'any 2000, el continent, ha anat recuperant pes econòmic de tal manera que s'estima que l'Àsia suposarà el 52% del PIB mundial al 2040 i recuperarà l'hegemonia de fa dos segles. A més, cal apuntar que, la imatge actual lligada a expressions com que la Xina és "la fàbrica del món" pot veure's refutada ja que al mateix any arribarà al 39% del consum global. Ja no només és una àrea productora sinó que també té el potencial per estar al capdavant del consum. En aquest ball de xifres sembla que occident és el principal perjudicat i pot ser determinant alhora de cedir l'hegemonia que exerceix actualment. Si les estimacions són correctes i es segueixen complint les tendències actuals en la pèrdua de pes en el PIB global per part dels Estats Units i la Unió Europea, els hi pot suposar una disminució en els nivells de prosperitat, que són un element important en el *soft power* i el poder d'atracció.

Que la Xina esdevingui en una nova potència de "seducció" ha estat una estratègia deliberada del Partit Comunista Xinès. Porten més de 20 anys intentant influir en el panorama internacional de diferents maneres. L'efectivitat en la planificació del país asiàtic no només ha donat fruits en el seu desenvolupament intern sinó que també s'ha traduït en una sèrie d'èxits que els ha col·locat en els esdeveniments més importants a nivell internacional. Per exemple, moltes estrelles del futbol europees són l'objectiu a fitxar pels clubs més adinerats de la Xina amb la intenció de guanyar prestigi i donar-li valor a la seva lliga nacional. Cal dir que, fora de les seves fronteres també han aconseguit introduir esportistes a les lligues de la elit occidental. És el cas de Yao Ming ex jugador de la NBA (la lliga de bàsquet nord-americana). Per sobre d'aquests exemples, però, queda la fita de l'any 2008 quan van ser la seu del Jocs Olímpics de Beijing. Aquest fet cobra rellevància si la comparem amb els seus precedents. Aleshores només s'havien celebrat dos jocs olímpics al continent (Tòquio, 1964 i Seül, 1988) a dues seus clarament lligades o "apadrinades" per occident. Que la Xina, pogués organitzar fa 14 anys unes Olimpíades fora l'auspici dels EUA i la UE era una demostració de poder difícil de negar. Posteriorment han seguit amb la mateixa fulla de

ruta, celebrant tota mena d'esdeveniments esportius internacionals: els Jocs Asiàtics del 2010, la Supercopa d'Itàlia al 2015 o les finals de la WTA (sigles en anglès de l'Associació de Tennis Femení) de 2019.

Mentre que la cultura és una font profitosa de poder suau per la Xina, la política exterior i els valors polítics presenten certs inconvenients. El govern és molt estricte en el control de les idees dins les seves fronteres i en concret amb la idea de la llibertat de l'individu o intel·lectual. A diferència d'occident, no es veuen especialment preocupats per això perquè saben que és una fórmula que els funciona i, a part d'algun moment de tensió puntuals amb la comunitat internacional, ningú els pressiona perquè canviï.

Si s'ha d'assenyalar un conflicte que passi factura a la Xina en l'àmbit de la política exterior seria el cas de Taiwan. Les constants intencions de reunificació de l'illa amb la Xina continental reviu periòdicament sota el típic discurs a la premsa global de David contra Goliat on el petit que lluita per la seva llibertat pot ser devorat pel gegant afamegat. A les societats Europees, EUA i als enemics de la regió els hi provoca un rebuig considerable. Qui tingui raó a aquest conflicte no és una qüestió per a aquest treball. El que sí es pot esmentar, és que mentre la disputa continuï, el gegant asiàtic pagarà les conseqüències de ser el malvat davant la comunitat internacional.

Encara que el Japó hagi perdut influència en les darreres dècades segueix essent present en els indicadors de *soft power* actuals⁶. Es pot afirmar que el Japó conegut d'avui dia són les restes de la potència que va ser a partir dels anys 80. Fins passats els 2000 era el país amb el registre més alt de patents⁷ (per davant dels EUA) i la cultura japonesa es va estendre ràpidament per tots els països occidentals (arquitectura, art, música comercial, gastronomia, etc.) A més, des dels anys 40 ha estat un exemple pel seus valors polítics com la principal democràcia de la regió i una de les més importants del món, títol que manté a dia d'avui. Però hi ha una característica comú que comparteixen la majoria de les potències respecte al poder suau, de la qual el Japó es desmarca. La majoria de vegades el creixement en l'atractiu d'una societat va lligat a una economia forta o en expansió però, en aquesta darrera dècada, el país del sol naixent ha entrat en una profunda crisi estructural que, almenys en el curt o mig termini,

⁶ Al 2019 es trobava a la vuitena posició al rànquing de TheSoftPower30 de la Portland Communications. <https://softpower30.com/>

⁷ Al 2020 la Xina va ser el país amb més patents registrades, seguida pels Estats Units i en tercer lloc el Japó. Dades de l'OMPI: https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2021/article_0011.html

no es veu que pugui superar. En tot cas, ¿on es pot observar la diferència amb la resta de casos? Doncs que a la vegada que el país perd poder econòmic, en l'aspecte cultural gaudeix d'un bon nivell de popularitat fora de les seves fronteres, fins i tot es pot parlar d'una cultura pop o *mainstream*⁸ que està àmpliament acceptada arreu del món i no pareix que hagi de canviar en un temps. Així es pot, concloure que la cultura popular japonesa i els valors polítics segueixen essent una font potencial de *soft power* encara que la seva economia no.

4.4.3. Els actors no governamentals

Els estats no tenen l'exclusivitat en la gestió de les capacitats del *soft power*. Gràcies a l'era de la informació, els canals de difusió s'han democratitzat i el paper de les ONG (organitzacions no governamentals) s'ha intensificat. Si bé els països segueixen sent els actors principals del joc, les ONG han adquirit tal nivell d'influència que poden canviar lleis pressionant a determinats governs o que les empreses abandonin inversions i activitats que no considerin acceptables. A part, de manera indirecta són capaces de condicionar l'ideari públic i ser agents desestabilitzadors. O, tot el contrari, que ajudin a desenvolupar iniciatives pel bé comú.

Les organitzacions no governamentals no són recents. Històricament les organitzacions de caràcter burocràtic o les que es relacionen sota el paraigua de les religions han estat les més comunes. Però la facilitat que atorga la tecnologia actual ha ajudat a que proliferin tota classe d'institucions que es poden organitzar amb una infraestructura mínima i amb una capacitat de comunicació global.

Les organitzacions intergovernamentals com les Nacions Unides o l'Organització Mundial de la Salut també poden desenvolupar *soft power*. La seva independència acaba generant la seva cultura pròpia com a organització i enriqueix els seu poder d'atracció. L'ONU s'ha convertit en una institució de referència en la política internacional, responsable del seu marc legal i galant dels valors universals com la pau. Com exposat anteriorment la percepció de la legitimitat d'un actor és un factor que es valora en el *soft power*, i la ONU, amb el seu grau de responsabilitat s'ha convertit en una institució de referència.

La nova era de la informació ha provocat que els governs es tornin més sensibles. Els estats no només s'han de defensar o racionar-se entre ells. S'ha afegit una nova capa de

⁸ Anglisme que fa referència a la tendència majoritària i a la cultura de les masses.

dificultat en la diplomàcia i les relacions internacionals, degut a que, les ONG exerceixen el seu propi poder suau i influenciar a governs i de manera indirecta a la seva població.

5. Estratègies a la política exterior de la República Popular de la Xina

5.1. Etapes de la RPX

El contacte de la Xina amb l'exterior s'ha construït baix la postura del Partit Comunista Xinès, els "aliats" a cada una de les seves fases i la persona de té el càrrec de president (León de la Rosa, 2015). S'identifiquen 5 moments molt significatius en la relació de la Xina i la resta del món:

La primera etapa es veu motivada per motius ideològics i geoestratègics⁹. La relació entre la Xina i la Unió Soviètica fou inaugurada amb el tractat d'Amistat i Cooperació¹⁰ al febrer de 1950 que varen signar Stalin i Mao personalment. Amb aquesta aliança, el país oriental intentava guanyar força amb sobre l'assumpte de Taiwan , reforçar les seves fronteres al nord (sobretot amb la península de Corea¹¹) i incrementar la seva presència al Mar de l'est de la Xina. Per qüestions polítiques i ideològiques, l'empatia entre el model maoista i el marxista-leninista permetia la cooperació per generar estabilitat ambdós països.

La segona etapa denominada *fandi di xiu fan* va comprendre la dècada dels anys 60 als 70. Recuperant els fantasmes del passat, amb l'arribada de Krushev al poder, es va trencar l'aliança xina-soviètica degut al no suport de la URSS als bombardejos a Taiwan i amb moviment separatista del Tibet. A causa d'això, la Xina es va centrar en un nou període d'aïllament internacional, en el que el radicalisme maoista es va reforçar i va impulsar la Revolució Cultural (Mesa Bedoya i González Parias,2016).

⁹Neologisme reconegut per l'Observatori de Neologismes de la Universitat Pompeu Fabra. https://taller.iec.cat/neologismes/cerca_fitxes_terme.asp?lletra=geoestrat%E8gia.

¹⁰ D'aquesta unió en contra del bloc occidental i aliats s'origina l'anomenada doctrina *liangge zhenying*.

¹¹ El 25 de juny de 1950 les trobes de Corea del Nord , amb el suport de la Xina i la URSS, envaeixen Corea del Sud que comptava amb el suport dels Estats Units. Fruit d'aquest succés s'inicia el primer conflicte armat de la Guerra Freda. Després de moltes dècades, la Xina torna a l'escenari internacional.

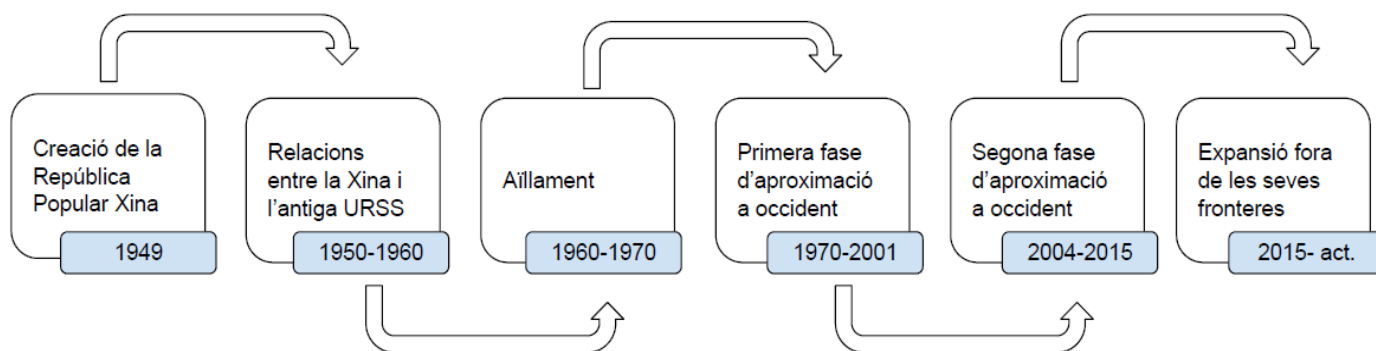


Figura 1. Fases de la política exterior de la Xina. Font: Elaboració pròpia a partir de León de la Rosa(2015).

El radicalisme de Mao i els fracassos en les polítiques públiques van obligar al país establir vies de negociació amb els Estats Units. Gràcies a aquestes negociacions la Xina va millorar la seva posició en el panorama internacional que segons León de la Rosa (2015), van aconseguir dues coses: la retirada del suport de l' EUA a Taiwan (per tant reconeixement de la RPX com únic govern xinès) i, per altra banda, la possessió d'una cadira al Consell de Seguretat de la ONU.

Amb la mort de Mao Zedong i el relleu per part de Deng Xiaoping es comencen a forjar els fonaments de la política exterior xinesa moderna amb una bateria de reformes que institucionalitzen i estructuren la política exterior del país. Al propi Deng se li atribueix una frase molt famosa que reflecteix aquest paradigma: “Lo xinès per l'escènica, lo occidental per lo pràctic¹²”.

La modernització del nostre país s'ha de realitzar a partir de la nostra pròpia realitat. Tant en la revolució com en la construcció, és necessari concedir importància a l'aprenentatge de les experiències estrangeres i a l'ús de les mateixes com a punt de referència. Però copiar les experiències i trasplantar els models d'altres països de forma mecànica mai ens conduirà a l'èxit.
(Deng Xiapong,1989)

L'etapa “denguista” fou un període d'estabilitat i d'obertura. Les estratègies plantejades per Deng continuen presents en la política exterior xinesa fins l'inici del president Hu Jintao al 2004. Aquest, diversifica les relacions internacionals del país amb la resta del

¹² Doctrina coneguda com: *zhingxue weiti, xixue weiyong*. En aquest nou període el país s'integra amb més força a l'esfera internacional amb l'entrada a l'Organització Mundial del Comerç al 2001.

món en “dos sentits: en lo polític, a través de la tesis dels tres mons i, en lo econòmic, per l’emergència de la Xina com a demandant de matèries primeres i com exportador de productes manufacturats”. (León de la Rosa,2015).

Quan Xi Jinping arriba a la presidència al 2013, la Xina ja és la segona potència mundial i participa en la majoria d’organismes internacionals. És el resultat d’una planificació precisa, duta a terme per Deng Xiaoping, basada en el “desenvolupament pacífic” i que ha desembocat en l’ascens del gegant asiàtic al més alt del panorama internacional.

Xi és conscient del potencial del seu país i que parteix d’unes bases sòlides que li permeten enfocar-se en noves estratègies en la política exterior. Si bé els anteriors dirigents xinesos s’havien caracteritzat per mantenir un perfil baix fora de les seves fronteres, a l’etapa actual les coses han canviat. Es sap que la Xina esdevindrà un dels principals consumidors de recursos del món tant en manufactures com matèries primeres. El seu volum d’activitat ha augmentant tant que no és capaç de produir amb els seus propis recursos. A diferència del que proclama Xi Jinping amb afirmacions com: “ treballem per l’estalvi energètic” o “ volem contribuir en la seguretat ecològica global” els seus actes diuen el contrari. El seu consum energètic s’ha disparat i les matèries primeres escassegen. La necessitat imperiosa abastir-se ha convertit al país amb la antítesis de l’ecologisme o el respecte del medi ambient, aquesta classe de declaracions no són més que maneres de construir un ideari (seducció) encara que no sigui cert.

Per aquest motiu han iniciat una bateria d’inversions a l’Àfrica (Figura 6, Annex) per satisfer la demanada interna i comercial. Amb un resultats positius de cara a la població local que agraeixen que les inversions es centrin en proveir serveis i la construcció d’infraestructures abans que pagar diners a la classe governant que es veu afectada per una corrupció generalitzada. La imatge de la Xina al continent del sud ha millorat gràcies a un exercici intel·ligent del *soft power*. Xi Jinping està decidit a aprofitar el llegat que se li ha deixat i va encaminat a convertir el país d’orient en la principal potència mundial.

5.2 Política confucianista

El confucianisme he tingut una profunda influència a la política exterior de la Xina. El Partit Comunista Xinès ha utilitzat el confucianisme per exaltar el nacionalisme de la seva població. Aquesta estratègia ha servit al PCX com a ideologia codificadora per a reforçar encara més el seu dret a governar a nivell nacional i per reforçar la diplomàcia exterior.

Per calmar els ànims de les potències occidentals, el govern xinès declara la seva intenció d'assolir un "desenvolupament pacífic" mitjançant la doctrina del món harmoniós. Aquesta idea prové de la filosofia confucianista, la qual considera que malgrat les diferències que hi ha al món, l'home exitós ha d'aconseguir l'harmonia i la pau.

Si analitzem la tendència que han demostrat les classes governants del país asiàtic, veiem que el confucianisme continuarà essent la font principal d'idees per a la Xina en el desenvolupament intern com en les relacions exteriors.

6. La tasca de l'Institut Confuci i *Hanban*

6.1. Definició

Com a resposta al creixent interès per aprendre la llengua xinesa a tot el món, la Xina ha realitzat un dels seus esforços més importants per augmentar el seu *soft power* cultural creant els Instituts Confuci¹³ (Lai, H i Lu Y., 2012). Són una organització no governamental i sense ànim de lucre que col·laboren amb les universitats i centres d'estudi autoritzats de la resta del món a través de les seves seus. Es troba regit per l'Oficina del Consell Internacional de la Llengua Xinesa (o *Hanban*) que a la vegada depèn del Ministeri d'Educació de la República Popular de la Xina. És la màxima representació encarregada de la difusió de la llengua i de la cultura xinesa, mitjançant la promoció dels serveis recursos didàctics necessaris per al seu ensenyament.

¹³ Fou fundat a l'any 2004 a Beijing. Molt tard si el comparem amb les institucions equivalents a Europa com: El British Council(1934) al Regne Unit o l'Institut Goethe(1951) en el cas Alemany.

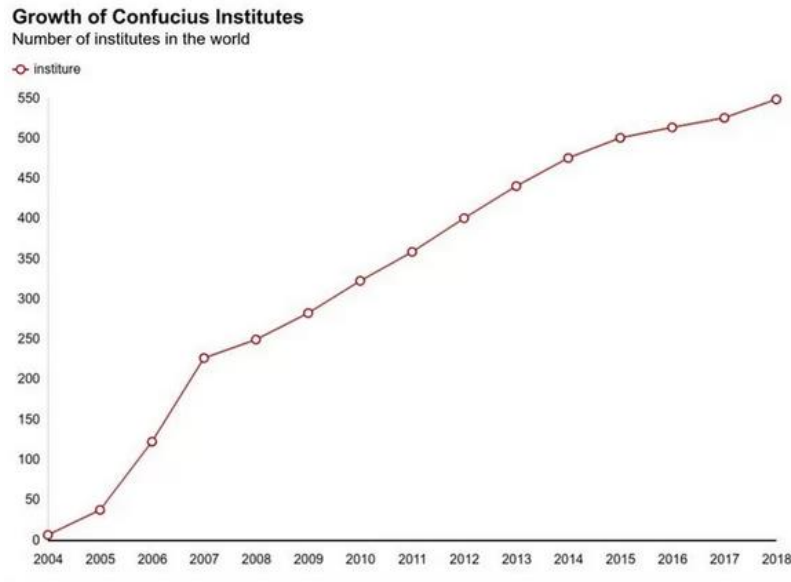


Figura 2. Creixement dels Instituts Confuci des de la seva fundació. Font: BBC.

A partir d'aquest gràfic es pot observar el creixement espectacular del nombre d'Instituts Confuci. La primera seu a l'estranger va ser a Corea del Sud a l'any 2004. Apuntar que, durant els tres primers anys es varen obrir quasi 250 seus. De les 550 seus que hi havia operatives al 2019¹⁴, més del 40% s'havien inaugurat en el període del 2004 al 2007. Cert que la corba de creixement s'ha suavitzat als últims anys, però segueix una clara tendència a l'alça i no presenta símptomes de que canviï, almenys a curt termini.

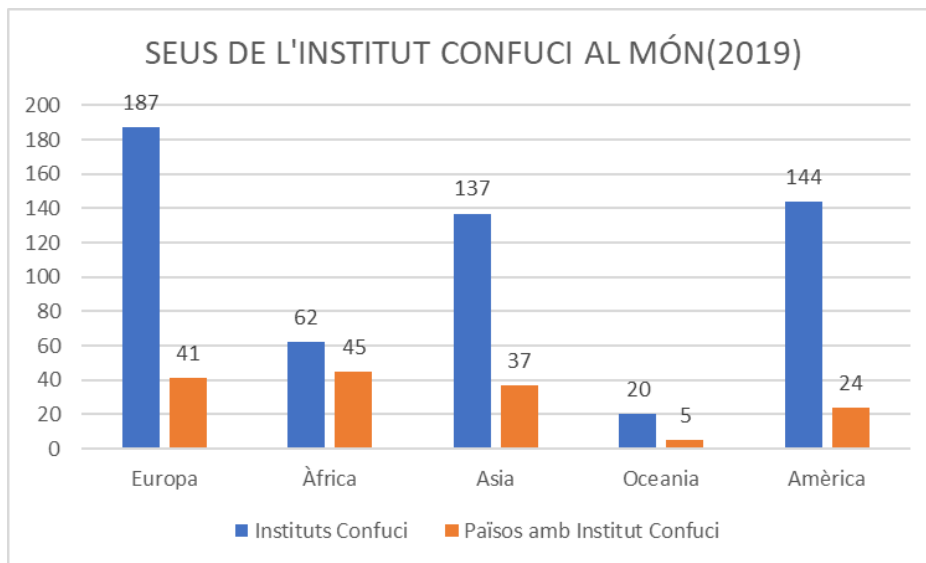


Figura 3. Seus de l'Institut Confuci al món. Font: elaboració pròpia a partir de la Chinese International Education Foundation

¹⁴ Dades de la Chinese International Education Foundation.

L'Institut Confuci(IC) s'ha estès per tot el món. Té presència a gairebé la meitat dels països de cada regió. Al gràfic de sobre -columna taronja- s'observa la quantitat de IC que hi ha dividits per continents. Crida especial atenció el cas europeu perquè hi ha IC al 95% dels països i és on hi ha més seus establertes.

A Amèrica ocorre una cosa diferent. Mentre que és el segon lloc on hi ha més seus de IC amb 144, la seva presència es troba entorn al 42% dels països. Això es deu a que hi ha 103 de les 144 seus d'Institut Confuci a un sol país, pel que concentra el 71% de l'oferta educativa oficial de tot un continent. La relació entre els EEUU i *Hanban* va començar al 2005, un any després de la seva fundació. La primera col·laboració va ser amb la Universitat de Maryland¹⁵ i s'ha estès per tot el sistema universitari nord-americà de manera generalitzada. La majoria d'institucions d'educació superior tenen un vincle amb l'IC, d'aquí ve que als Estats Units hi hagi la majoria de seus del continent americà.

El següent cas seria el d'Àsia, on hi ha la seva seu original a Beijing i la primera seu a l'estranger, com exposat anteriorment, a Corea del Sud. Amb 137 instituts repartits per 37 països, és el tercer continent del món per nombre de seus.

Europa, Estats Units i Àsia concentren el 85% dels Instituts Confuci del món, Oceania i Àfrica suposen el 15%. Les condicions geogràfiques d'Oceania presenten un certa dificultat per establir-se degut al les petites dimensions dels seus estats i l'alta disseminació. D'altra banda, l'Àfrica és un continent amb una implantació territorial complicada -fonamental en l'estratègia de Hanban- degut a la inestabilitat que presenta derivada de les condicions socioeconòmiques i culturals de la regió.

6.2. Objectius

L'Institut Confuci és el braç executor de la seva matriu, *Hanban*, que es centra en els següents objectius:

- Promoure els programes de cultura i llengua xinesa a altres països.
- Assessorar i orientar a la Seu Central dels Instituts Confuci en l'establiment de d'Aules i Instituts Confuci.

¹⁵ El govern dels Estats Units va ordenar cessar la col·laboració entre la Universitat de Maryland i l'Institut Confuci al 2020. Als darrers anys l'executiu americà ha començat a preocupar-se per la influència de la Xina al seu sistema educatiu. També, al·leguen que el CI és una sort d'aparell censor que contamina a la comunitat educativa estatunidenca i que no és compatible amb la seva regulació. Amb més detall a: <https://www.axios.com/2020/01/18/oldest-confucius-institute-us-close>

- Definir i establir els criteris per a l'educació de l'idioma xinès com a llengua estrangera i proporcionar les eines adients.
- Fomentar i establir les certificacions per al professorat així com els cursos de formació.
- Afavorir la incorporació de professorat i voluntariat xinès a l'exterior.
- Proporcionar exàmens de certificació per l'ensenyament del xinès com a llengua estrangera.

L'Institut Confuci no deixa de ser l'eina del Ministeri d'Educació de la Xina per assolir les metes del govern en matèria de *soft power*; invertir en la promoció i educació en la seva llengua i cultura amb la finalitat de millorar la imatge del país. *Hanban* té un paper "subministrador o "facilitador" de recursos per l'operativitat dels Institut Confuci i s'han adaptat a les circumstàncies actuals fent us de les noves tecnologies per arribar a més alumnes. Definit els criteris per la creació de portals electrònics i educació en línia.

6.3. Certificats oficials

Els exàmens oficials que organitza l'Institut Confuci són el YCT, HSK i el HSKK.

El YCT (Young Learners Chinese Test) es destina als estudiants de Primària i Secundària el quals la seva primera llengua no és el xinès. Consta de 4 nivells escrits i 2 d'orals (elemental i intermedi).

HSK és l'examen de llengua xinesa per a estrangers estàndard i consta de 6 nivells. L'HSKK és la part oral del mateix sistema d'avaluació i es divideix en 3 parts (bàsic, intermedi i avançat). És un títol especialment important perquè permet als estrangers rebre beques i feina a la Xina. Des del 2012 és un document obligatori.

La següent taula és un comparació entre l'HSK/HSKK i el Marc europeu comú de referència per a les llengües(MECR):

NIVELL	EXAMEN HSK	MECR	PARAULES
BÀSIC	HSK-1	A1	150
	HSK-2	A2	300
INTERMEDI	HSK-3	B1	600
	HSK-4	B2	1200
AVANÇAT	HSK-5	C1	2500
	HSK-6	C2	Més de 5000

Taula 2. Equivalència entre l'HSK i el MECR. Font: elaboració pròpia a partir de l'entrevista a l'ABAC.

7. Principals centres d'ensenyament a Mallorca

A continuació s'exposa la informació quantitativa recollida i els continguts tractats en les entrevistes (qualitativa). Dibuixant resultats que permeten respondre als objectius plantejats a la recerca. Les persones que hi participaren són: Ramon Rotger, vicepresident de l'ABAC i Ignacio Pérez, cap de departament de llengües orientals a l'EOI.

7.1. ABAC

L'*Asociación Balear Amistad China* (ABAC) és una associació cultural sense ànim de lucre, amb seu a Palma, fundada per ciutadans xinesos i de les Illes Balears amb l'objecte de promoure i defensar els interessos socioculturals dels ciutadans de les Balears fomentant les relacions amb la Xina. Encara que la seva creació és posterior, no és fins al 2011 que comencen a donar classes de xinès mandarí i al 2013 quan esdevenen en un centre examinador autoritzat¹⁶ (*Hanban*).

Rotger indica que, a les seves aules hi han estudiat més de 400 alumnes durant 11 anys d'activitat. El seu mètode d'ensenyament es basa en l'oferta de classes reduïdes, amb un màxim de 10 estudiants amb una edat mínima de 5 anys (no hi ha límit màxim d'edat).

¹⁶ L'ABAC és una aula Confuci i està subordinada a una seu oficial de l'Institut Confuci. En el seu cas, el de Madrid.

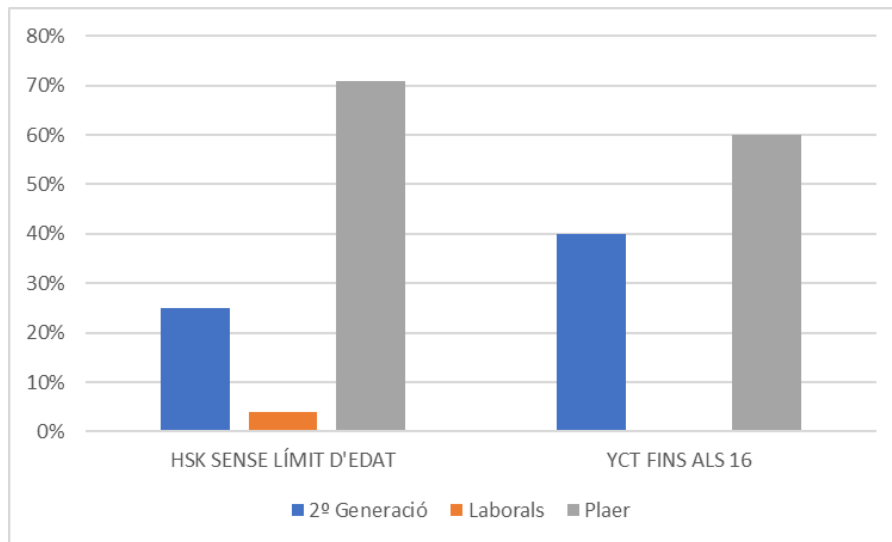


Figura 4. Motius per els quals els estudiants de l'ABAC decideixen estudiar (enquesta sobre 100 alumnes). Font: ABAC.

Al gràfic superior observem dos grups de columnes. Fan referència a les motivacions dels alumnes del centre per aprendre xinès mandarí. En primer lloc els que es preparen per l'HSK¹⁷ es poden classificar en tres perfils: mallorquins majors d'edat que estudien per plaer. És el grupo més nombros ja que suposa fins al 71% dels alumnes que cursen l'HSK. Són persones mallorquines i de mitjana edat que senten una gran curiositat per la Xina, i la llengua és la primera passa per aproximar-se a la seva cultura. Rotger declara que, també tenen motivacions religioses perquè la cultura popular xinesa és molt tradicionalista i multidisciplinar. Es centra en diverses branques de la societat com: l'espiritualitat, la medicina, la disciplina,... Darrerament, amb el descens de la popularitat per les religions occidentals, l'interès per les creences orientals s'ha incrementat.

Hi ha un petit grup que suposa el 4% i representa a les persones originàries de Mallorca que veuen l'idioma com una eina de feina. Arrel de l'explosió econòmica de la Xina a les darrers dècades, moltes persones ho veuen com a una oportunitat professional i decideixen aprendre xinès com a llengua estrangera.

El tercer perfil és el d'els alumnes de 2ª generació. Són fills d'immigrants xinesos que arribaren a partir dels anys 90 i suposen una quarta part de l'alumnat a l'HSK. A una enquesta interna que va relitzar l'ABAC durant els mesos de juny i juliol de 2022 sobre 50 alumnes xinesos aprofunditza més en aquest perfil d'alumne. 10 eren xinesos que han vingut a l'illa però amb intenció de retorn, suposen un 20% dels enquestats; 12 eren

¹⁷ S'hi imparteixen els 6 nivells de HSK però l'HSKK(prova oral) no. Per examinar-se s'han de desplaçar a la península a una seu oficial de l'Institut Confuci.

xinesos que s'han establert definitivament a Mallorca i són el 24 %; en darrer lloc i com a grup més nombrós són els nascuts a Balears que representen a més de la meitat (56%), 28 alumnes. Amb aquestes dades a la mà, resulta destacable el poder d'influència del soft power xinès sobre la diàspora¹⁸ de la Xina. El vicepresident de l'organització comenta, que els emigrants del país asiàtic ho fan per motius econòmics¹⁹ i no ideològics (hi ha excepcions). Per això segueixen tenint un vincle amb la seva terra d'origen, amb un sentiment d'anyorança, a part de no voler perdre la comunicació amb la seva família.

Com exposat abans a l'ABAC imparteix classes a partir dels 5 anys. Des d'edats primerenques fins als 16 els alumnes que volen aprendre xinès han de cursar el YCT. Es descarten els motius laborals, per motius legals d'edat i moment vital. Però veim que la balança es decanta amb un 60% dels representat que recau sobre el nens i adolescent (origen mallorquí) que aprenen la llengua estrangera per plaer. Es veuen motivats pels mateixos motius que els alumnes del HSK que professen una admiració cap a la cultura oriental i, en aquest cas, el plaer d'aprendre una llengua estrangera alternativa a l'anglès. Amb el 40%, hi ha les 2^o generacions motivades per els seus pares de que no perdin el vincle amb el seu país d'origen i aprofitar per perfeccionar la seva llengua des d'un punt de vista més acadèmic.

7.2. EOI Palma

L'Escola Oficial d'Idiomes de Palma (EOI) és un centre públic d'ensenyament que depèn de la Conselleria d'Educació, Universitat i Recerca del Govern de les Illes Balears i la seva finalitat és l'ensenyament de llengües modernes.

El departament de xinès de l'EOI és un dels més recents del centre. Va ser fundat al 2010 i al mateix any va començar el primer curs, 2010/2011. El nivell màxim que s'imparteix és l'HSK 4 (consultar la figura d'equivalències a la Taula 2).

¹⁸ La diàspora és el conjunt de comunitats d'un mateix origen que s'estableixen a països estrangers cercant la millora de les seves condicions materials o religioses. La diàspora xinesa és una de les més importants del segle XXI.

¹⁹ S'estima que el 70% del migrants xinesos provenen de les províncies meridionals, les zones menys industrialitzades i amb els índex de pobresa més alts. Zhejiang n'és una d'elles.

El cap d'estudis declara que, existeixen diferents grups d'alumnes de totes les edats. Els que comencen a partir dels 14 anys solen ser "obligats" per els seus pares, perquè hi veuen un potencial laboral. Aquest és el motiu del 90% dels infants.

A partir del 16 anys hi ha un punt d'inflexió, es depuren els alumnes que no presenten cap interès per l'idioma i es queden els que ja comencen a veure el xinès com a eina laboral. Alguns d'ells ja han tingut les primeres experiències amb la comunitat xinesa de Palma.

El següent grup d'alumnes els conformen els universitaris. Pérez indica que, aquest grup sí que associa l'aprenentatge amb una millor projecció laboral. Majoritàriament hi ha estudiants relacionats amb l'àmbit de l'economia. Solen ser persones que volen ser competitives i es volen diferenciar de la resta adquirint un idioma alternatiu als idiomes estrangers més comuns.

El darrer grup és el més heterogeni: alumnes de postgrau, empresaris, aturats, docents, emprenedors i pares i mares que tenen fills adoptats i volen compartir el vincle de la llengua i la cultura amb ells. En aquest grup també hi ha xinesos de segona generació que xerren molt bé l'idioma però tenen problemes amb la gramàtica i s'apunten a classes per millorar-la. Són un grup minoritari.

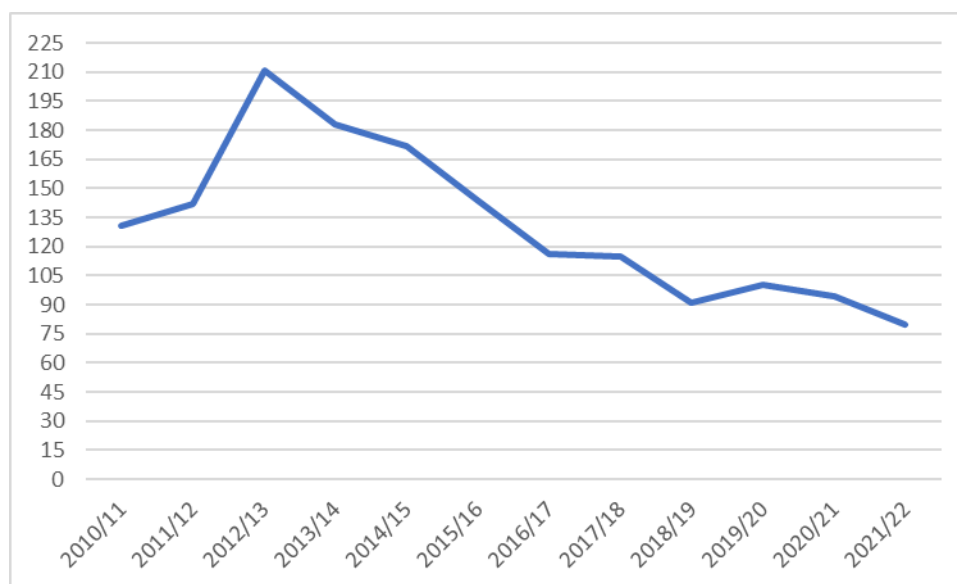


Figura 5. Evolució dels alumnes matriculats a xinès a l'EOI Palma. Font: entrevista amb l'EOI.

Aquesta gràfica, elaborada a partir de les dades facilitades per l'EOI, representa l'evolució del nombre de matriculats a xinès mandarí (tots els nivells) des del primer

curs del 2010/11 al 2021/22. Onze anys després es pot afirmar que s'han produït dues etapes. Els tres primers cursos hi va haver un nombre exponencial d'alumnes. Respecte al primer any (131), si es compara amb el curs 2012/13 (211), l'increment d'estudiants va ser d'un 62%. Si s'hagués mantingut la mateixa tendència, en poc més de tres anys s'haurien duplicat les xifres. Que hi hagués tant interès per la llengua xinesa no és casualitat. Els darrers anys de l'etapa de Hu Jintao van donar fruits amb dos esdeveniments que varen ajudar a millorar la visió que tenia el món respecte a la Xina: els Jocs Olímpics de Beijing (2008) i l'Expo Mundial de Shanghai(2010).

A partir del 2013 va començar una baixada en el nombre d'estudiants que pareix s'ha estabilitzat al darrer curs. El 2021 va ser l'any amb menys matriculats (80) que, respecte a la millor xifra (211) suposa una baixada de més del doble en 8 anys. Probablement els motius no siguin acadèmics, perquè la població actuals han tornat més sensibles a l'influència del agents d'atracció. Aquí és on entra l'era de la informació i com s'estén un ideari ràpidament entre les noves societats globalitzades. Encara que la Xina demostrí que el *soft power* és una de les peces principals en la seva diplomàcia no està disposada a abandonar el *hard power*. Durant 2012 i 2014 va dur a terme una sèrie d'accions que varen fer saltar les alarmes d'occident i en particular del EUA. La Xina es va adonar de la importància que tenia el domini de les rutes marítimes asiàtiques per el seu desenvolupament comercial però es trobava completament rodejada i les potències estrangeres l'obligaven a recloure's al seu territori continental. A partir d'aquí varen començar una sèrie d'hostilitats²⁰ que va afectar molt negativament a la imatge de la Xina la resta del món. En pocs anys hem passat d'una simpatia generalitzada a la Xina, cap a una crítica cada vegada més evident per part d'occident. Es podria entendre que les potències occidentals es veuen amenaçades pel gegant asiàtic i utilitzen tant el *soft power* com el *hard pwer* per intentar aturar-lo. La propaganda de desprestigi va arribar al punt de que es va culpar a les autoritats xineses de l'autoria i posterior difusió del virus COVID-19 per provocar una crisi sanitària mundial i aprofitar-se'n. És veritat que estem parlant d'una país que està en boca de tothom i que és la segona potència mundial però no es pot perdre la consciència que els Estats Units, juntament amb els seus aliats, segueixen essent els millors agents amb poder d'atracció del món.

²⁰ El conflicte a les Illes Senkaku al Japó, retallades a l'autonomia de Hong Kong, el problema del Tibet o les tensions amb possessions insulars a la Mar Meridional de la Xina.

7.3. Discussió dels resultats

Arran de les entrevistes i analitzant les dades obtingudes, es poden fer les següents consideracions:

Els dos centres presenten una sèrie de diferències que són importants destacar. En primer lloc, l'ABAC esdevé en un centre examinador oficial baix la tutela de l'Institut Confuci i el vistiplau de *Hanban*. En canvi, l'EOI expedeix titulacions oficials del MECR, totalment vàlids dins l'àmbit acadèmic i professional però no es troben autoritzats per *Hanban*. La titulació HSK si que és obligatòria per uns entorns determinats del món acadèmic i professional de la Xina.

D'altra banda el múscul econòmic i de recursos logístics que facilita el Govern de les Illes Balears a l'EOI, fa que gestioni un volum més gran d'alumnes envers l'ABAC. De totes maneres, això no suposa cap inconvenient a l'àmbit acadèmic. Pel que va a les titulacions hi ha una avantatge de l'ABAC enfront de l'EOI perquè imparteixen els tres cursos del YTC i els sis de l'HSK. En canvi a l'Escola Oficial d'Idiomes domés s'imparteix des del nivell A1 (HSK-1) fins el B2 (HSK-4).

Però la principal diferència que s'ha detectada amb la recerca és en el perfil des alumnes. Mentre que a l'ABAC la majoria afirma aprendre mandarí per qüestions culturals (motius espirituals, familiars, humanitats, erudició, disciplina...), les laborals són testimonials. En canvi a l'EOI el grup predominat és el que al·lega tenir interessos professionals. Mentre que les segones generacions i mallorquins que s'interessen per la Xina, més enllà de lo econòmic, són minoria.

Al tercer apartat del segon capítol s'ha apuntat que el *soft power* es conforma de tres fons de poder: la cultura, els valors i la política exterior.

El grup d'estudiants que es representa a l'ABAC es perfilaria dins el grup de persones que es senten atrets per la cultura i els valors de la Xina. La imatge del país asiàtic a occident ha millorat molt arrel dels esforços que han fet perquè es reconegui la riquesa de la seva nació. La projecció de ser un país pacífic que es regeix per el principi del món harmoniós també ha convençut a molta gent. A més, en l'àmbit dels valors molts europeus envegen la capacitat de sacrifici i la disciplina que té el poble xinès i creuen que l'eficiència del sistema xinès és la clau per resoldre les crisis que afecten al vell continent:

A la pandèmia del COVID-19, la Xina va marcar una pauta que d'una manera o altra han començat a seguir la majoria de països del món. Va guanyar prestigi com a gestor sanitari, suposadament més eficaç que les democràcies europees, i de les altes esferes occidentals han sorgit veus que, amb el pretext del covid, reclamen importar a Occident elements del model totalitari xinès. Per molts, de cop i volta, el totalitarisme xinès ha deixat de ser una anomalia per convertir-se en un model. (Pigem,2021, p.48)

Però, com entenem que els alumnes de l'EOI es veuen motivats per motius econòmics i laborals si hem dit que el poder mitjançant la via econòmica és *hard power*? El poder dur també sedueix? Doncs, no.

El poder econòmic sempre utilitza la coerció, no hi ha excepcions, sempre necessita pressionar als rivals i provoca angoixa a qui les reben. Però les expectatives econòmiques del individu són una altra cosa, provenen d'una visió diferent. Quan una persona vol aprendre una llengua per motius laborals o fa des del principi de la prosperitat. La gent relaciona el desig d'una vida millor amb la bonança econòmica i el benestar material. Quan un país projecta la idea de que és pròsper, provoca una atracció natural a la resta. Les expectatives de prosperitat són pur *soft power*.

8. Conclusions

No podem negar que la Xina ha entrat a les lligues majors del panorama internacional i ha arribat per quedar-s'hi. Realment, sempre ha estat en una posició de dominació des de fa més de dos mil anys. L'ascens espectacular dels països occidentals els darrers dos segles ha coincidit amb una època obscura per la Xina, cal dir, que podríem considerar els esforços que s'havien fet des d' Occident per reprimir al país.

Es va comprendre que des de l'acció directa i la coerció, la Xina no era capaç d'aprofitar el seu potencial i varen detectar que hi havia poder més efectius que el poder dur habitual. Compregueren que el *soft power* era una eina fonamental per millorar la seva imatge i donar un impuls a la diplomàcia.

El govern xinès ha demostrat tenir una gran capacitat d'organització a mig i llarg termini perquè esta recollint els fruits d'una estratègia exitosa pel que fa al *soft power*.

Principalment s'ha centrat en la difusió de la cultura, tant Europa com els Estats Units han estat els seus receptors més importants.

Baix la tutela de *Hanban* els Instituts Confuci han proliferat arreu del món per donar resposta a la demanda que ha sorgit als darrers vint anys. Podem atribuir l'interès per aprendre mandarí a la influència que té la Xina i sobretot, com hem parlat al treball, a la capacitat de seducció que atreu als ciutadans d'altres països i cultures a, com a mínim, aproximar-se a la xinesa. Gràcies als Instituts Confuci la llengua i cultura d'aquest país es distribueix per tot el món.

Arrel dels perfils d'estudiants que hem detectat a Mallorca, hem pogut confirmar que les persones que s'interessen per aprendre mandarí, al·leguen fer-ho per motius que entren dins els paràmetres d'influència de les fonts de poder relacionades amb el *soft power*. La tradició, la prosperitat, la disciplina,... Tot són elements que enriqueixen la imatge d'un país a l'exterior i esdevé en el poder més útil i efectiu del segle XXI, bàsicament, perquè els seus receptors, o no ho saben o accepten les condicions per voluntat pròpia.

Finalment, m'agradaria aprofitar aquestes darreres línies per explicar el que em va motivar per realitzar aquest treball. Durant els darrers anys han proliferat tota mena d'experts als mitjans de comunicació parlant hores i hores de geopolítica i geoestratègia. Vaig intentar recordar el que havia estudiat durant el grau i no hi havia massa matèria sobre el tema i em feia especial il·lusió fer un treball sobre aquest tema per acabar els meus estudis a mode d'homenatge. A Espanya la majoria de persones que es dediquen a difondre o escriure sobre geopolítica són economistes, militars, periodistes o simplement aficionats. No em pareixia just que la ciència de la geografia perdés aquesta "batalla" i volia aportar el meu petit gra d'arena en aquesta "lluita". En definitiva, demostrar que els professionals de la geografia mereixen reclamar el seu lloc als espais públics i que es reconegui la gran labor del gremi.

9. Agraïments

Voldria agrair al meu tutor, Hugo Capellà i Miternique, la seva guia i la seva infinita paciència durant la realització d'aquest treball. En segon lloc, però no menys important, m'agradaria reconèixer el paper de la meva família i amics que, amb la seva confiança, no han deixat que mai perdés les ganes.

10. Recursos bibliogràfics

Bustelo, P. (2005). *El auge de China: ¿amenaza o “ascenso pacífico”?*, Real Instituto Elcano, Área: Asia /Pacífico – ARI N° 135/2005.

Chinese International Education Foundation web. Disponible a <https://www.cief.org.cn/qq> [consulta: 25/07/2022]

El Llibre Blanc al Ministeri d’Afers Exteriors de la República Popular de la Xina. Disponible a <https://www.mfa.gov.cn/esp/zxxx/t862206.htm> [consulta: 20/05/2022]

Farinelli, F. (2000). *Friedrich Ratzel and the nature of (political) geography*. Dipartimento di Comunicazione, Università di Bologna, Via Toffano, 40125, Bologna, Italy.

Harari, Y. N. (2022). El que hi ha en joc a Ucraïna és el rumb de la història. *ARA Balears*. Disponible a https://www.arabalears.cat/opinio/hi-joc-ucraina-rumb-historia-humana_129_4269905.html [consulta: 20/07/2022]

Institut Confuci/Universitat de València web. <https://www.uv.es/uvweb/institut-confuci-uv/ca/hanban/es-hanban-1285919278085.html> [consulta 11/08/2022]

Jakhan, P. (2019). Confucious Institutes: The growth of China’s controversial cultural branch. *BBC*. Disponible a <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-49511231> [consulta: 12/07/2022]

Klare, M.T. ¿Es China imperialista? *El atlas geopolítico de China*. Le Monde Diplomatique en español. 7(12), 61-65.

Lum, T. i Hannah, F.(2022). *Confucious Institutes in the United States: Selected Issues*. Congressional Research Service. Disponible a <https://sgp.fas.org/crs/row/IF11180.pdf>

Lai, H. i Lu, Y. (2012). *China’s Soft Power and International Relations*. Routledge. Disponible a https://books.google.es/books/about/China_s_Soft_Power_and_International_Rel.html?id=k7TpKehD5pQC&redir_esc=y.

León de la Rosa, R. (2015). *Política Exterior China: reconceptualizando el sistema tianxia*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Piso 15 Ediciones, pp. 19-61.

Meng, M. (2012). *Chinese Soft Power: The Role of Culture and Confucianism*. Syracuse University. Disponible a https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1184&context=honors_capstone.

Mesa Bedoya, J.C., Duarte Herrera, L.K. i Gonzalez Parias, C.H. (2014). *Cooperación internacional descentralizada: estudio sobre su institucionalización en Medellín*. Escenarios: empresa y territorio, 3(3), 101-119.

Mesa Bedoya, J.C. i González-Parias, C.H. (2016). Paradiplomacia: una herramienta de poder balndo de China. *Papel político*, 21(2), 537-563.

Noya, J. (2005). *El poder simbólico de las naciones*. Real Instiuto Elcano. España, Documento de Trabajo (DT) 35/2005.

Nye, J. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs.

Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94–109.

Nye, J. (2003). *Propaganda Isn't the Way: Soft Power*, The International Herald Tribune, Disponible a: https://web.archive.org/web/20051215162130/http://www.ksg.harvard.edu/news/opeds/2003/nye_soft_power_iht_011003.htm

Nye, J.(2011). *The Future of Power*. New York: Public Affairs.

Oliveira Pizarro, J. (2017). *FIFA e o soft power do futebol nas relações internacionais*. Univerisdade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, Brasil.

Osorio Bohórquez, Leonardo F.(2017) *El concepto del Poder en la Economía*. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Vol.19 (3).

Pigem, J. (2021). *Pandèmia i postveritat. La vida, la consciència i la Quarta Revolució Industrial*. Fragmenta Editorial.

Raffestin, C. (2011). *Por una geografía del poder*, Traducción y notas Yanga Villagómez Velázquez. El Colegio de Michoacán. México.

Rodríguez Aranda, I. i Leiva van de Maele, D. (2013). *El soft power en la política exterior de Cina: consecuencias para América Latina*. Polis, 12(35), 497-517.

Turco, A. (2015) *Geografía Política. Una breve storia filosofica*. GEOcrítica. Univeristà IULM, Milano.

The Soft Power 30 de la Portland Communications web. Disponible a <https://softpower30.com> [consulta: 07/05/2022]

Weber, M. (1922). *Economía y Sociedad*. Fondo de cultura económica. Disponible a: <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/08/max-weber-economia-y-sociedad.pdf>

Zhao, Q. (2018) *The influence of Confucianism on Chinese politics and foregin policy*. Asian Education and Development Studies, Vol. 7 No. 4, pp. 321-328.

11. Annex

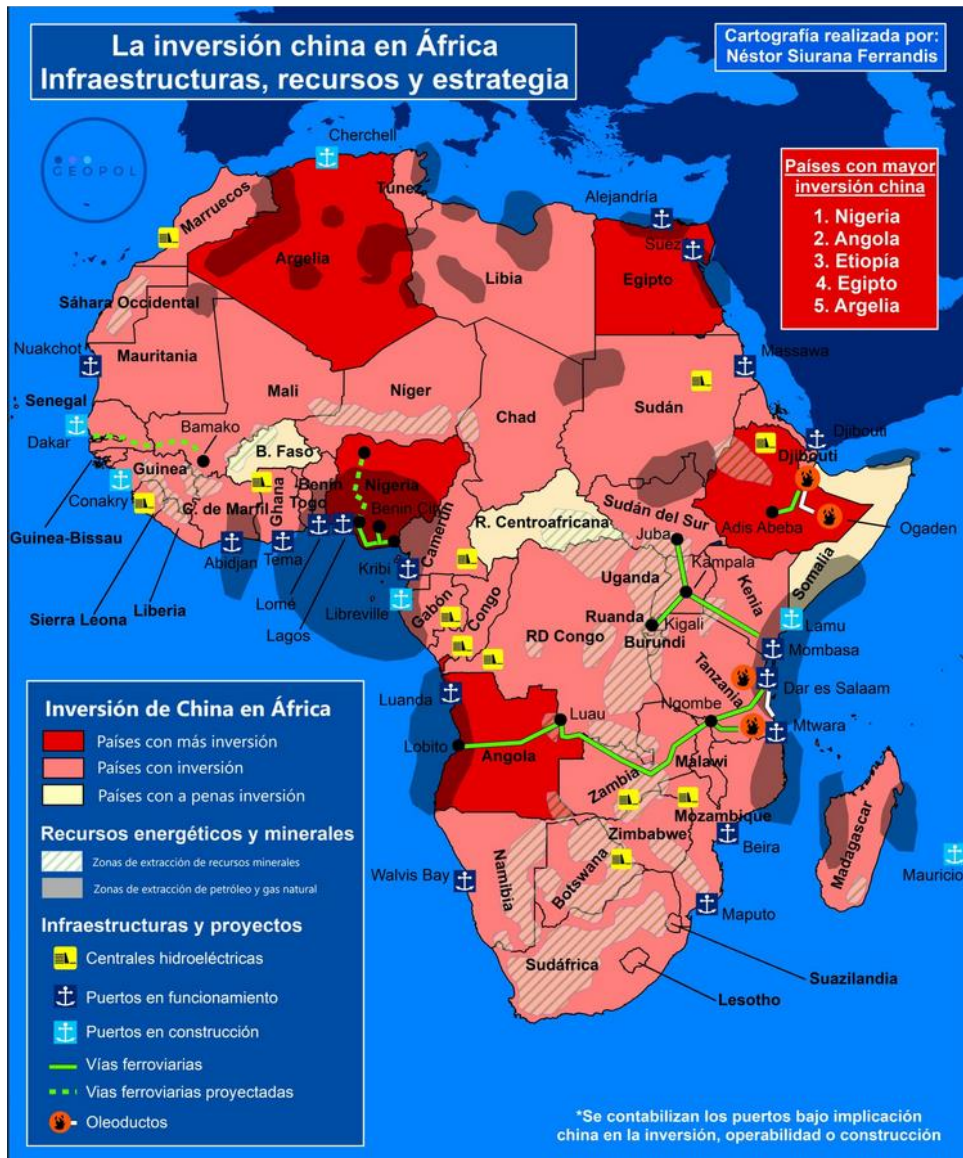


Figura 6. Mapa d' inversió xinesa a l'Àfrica. Font: <https://geopol21.com/mapa-de-la-influencia-de-china-en-africa/>.