



Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Relaciones Internacionales

Trabajo Fin de Grado

Crecimiento de la industria cinematográfica en China

El potencial como herramienta de
poder blando

Estudiante: **María Cristina de la Peña Corral**

Director: Almudena González del Valle Brena

Madrid, junio 2021

Resumen: El ascenso de China tras su crecimiento económico y militar presenta tensiones en el orden internacional, por lo que las autoridades del Partido Comunista de China (PCC) llevan desde principios del siglo XXI invirtiendo para transmitir una imagen de sus valores atractiva y con capacidad de influencia internacional reduciendo la teoría de la amenaza. El presente trabajo estudia el papel que juega la industria cinematográfica como herramienta de poder blando para la República Popular China (RPC) bajo el liderazgo de Xi Jinping y su discurso del “Sueño Chino”, evaluando su efectividad y potencial futuro. Tras la evolución del sector del cine hacia una mayor apertura del mercado, se observa un incremento en la competitividad de la producción local, profundizando en el estudio de los valores culturales de dos películas chinas exitosas: *Hero* a nivel internacional, y *Wolf Warrior II* a nivel nacional. Se concluye que la industria cinematográfica china, a pesar de su crecimiento doméstico, no ha sido una herramienta efectiva de poder blando al no conseguir contar historias que atraigan a la audiencia internacional. A la vez que el mecanismo de censura debilita la creatividad en festivales internacionales de cine. China dispone en la actualidad de la tecnología y conocimientos técnicos para poder hacer del cine una herramienta de poder blando en el futuro.

Palabras clave: China, Xi Jinping, cine, poder blando, cultura, censura, Sueño Chino

Abstract: The rise of China after its economic and military growth presents tensions in the international order, so the Chinese Communist Party (CCP) authorities have been investing since the beginning of the 21st century to convey an attractive image of its values and with international influence capacity by reducing the threat theory. This paper studies the role of the film industry as a soft power tool for the People’s Republic of China (PRC) under the leadership of Xi Jinping and his "Chinese Dream" discourse, assessing its effectiveness and future potential. Following the evolution of the film industry towards greater market openness, an increase in the competitiveness of local production is observed, further studying the cultural values of two successful Chinese films: *Hero* at the international level, and *Wolf Warrior II* at the national level. It is concluded that the Chinese film industry, despite its domestic growth, has not been an effective tool of soft power by failing to tell stories that appeal to international audiences. At the same time the censorship mechanism weakens creativity in international film festivals. China now has the technology and know-how to make film an influential soft power tool in the future.

Keywords: China, Xi Jinping, cinema, soft power, culture, censorship, Chinese Dream

ÍNDICE

LISTA DE ACRÓNIMOS Y LISTA DE TABLAS.....	4
1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS Y PREGUNTAS.....	7
3. MARCO TEÓRICO.....	7
3.1. Neoliberalismo Institucional: Poder blando desde una perspectiva occidental.....	7
3.2. Cosmopolitanismo y cosmopolitanismo crítico: acercamiento a una perspectiva oriental.....	11
4. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	14
5. METODOLOGÍA.....	17
6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	18
6.1. Evolución de la industria cinematográfica en la República Popular China (RPC)....	18
I. Era de nacionalización (1949-1976).....	19
II. Era de la reforma (1977-2000).....	20
III. Etapa actual (desde el año 2000).....	21
6.2. La industria cinematográfica en el periodo de Xi Jinping.....	23
I. Política doméstica y Política Exterior “Sueño Chino”.....	23
II. Mercado del cine en China.....	26
III. Estrategias de poder blando.....	30
IV. Análisis de películas:.....	33
a) Hero (2002).....	33
b) Wolf Warrior II (2017).....	34
6.3. Festivales Internacionales de Cine.....	37
I. En China.....	37
II. Participación del cine chino en festivales internacionales.....	38
7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES.....	40
8. BIBLIOGRAFÍA.....	44

LISTA DE ACRÓNIMOS

BJIFF: Festival Internacional de Cine de Beijing

CCTV: Televisión Central de China

EPL: Ejército Popular de Liberación de China

GAPP: Administración General de la Prensa y Comunicación

OMC: Organización Mundial del Comercio

PCC: Partido Comunista de China

RPC: República Popular China

SARFT: Administración del Estado de la Radio, Películas y Televisión

SAPPRFT: Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Taquilla anual del mercado del cine en China.....28

Tabla 2. Taquilla internacional de películas chinas del año 2013-2021 (en ‘000 \$).....29

1. INTRODUCCIÓN

Con el constante crecimiento económico y militar de la República Popular China (RPC), el Partido Comunista de China (PCC) se ha visto en situaciones de controversia internacional y desafíos geopolíticos. Entre ellos se pueden destacar la guerra comercial con Estados Unidos, las tensiones por la disputa del Mar de China Meridional o las manifestaciones por la democracia en Hong Kong contra Beijing. Esto pone en cuestión el Estado autoritario de China y su papel de influencia positiva como potencia mundial emergente a la hora de abordar los desafíos internacionales (Portland, 2019).

Ante esta percepción de cierta amenaza al orden internacional, las autoridades chinas desde principios del siglo XXI bajo el liderazgo de Hu Jintao llevan a cabo estrategias de cara a presentar una imagen más pacífica y armoniosa de su ascenso en la esfera internacional, aumentando así su denominado poder blando cultural. Estas estrategias han sido reforzadas por el actual presidente Xi Jinping, quien desde que fue investido en 2013 ya hizo hincapié en la crucial importancia de buscar nuevas formas de contar bien la historia de China para su correcta interpretación internacional y difundirla adecuadamente (Nye, 2020).

Siguiendo el ejemplo de Hollywood, como generador tradicional de poder blando para Estados Unidos con la proyección del “Sueño Americano” (Zhu, 2020), los líderes chinos se han dado cuenta de la importancia del cine como narrador de historias para introducir su cultura al mundo exterior (Zhou, 2015). Según las estimaciones de la consultora Deloitte sobre el mercado cinematográfico en China, esta industria esperaba superar a Estados Unidos en ingresos anuales por taquilla en el año 2020, convirtiéndose en el mayor mercado cinematográfico del mundo y atrayendo el interés internacional de las principales productoras americanas a este mercado (Deloitte, 2017).

Por tanto, el presente trabajo se ha centrado en analizar el papel que la industria cinematográfica puede jugar como herramienta de poder blando para la República Popular China (RPC) a la hora de atraer e influenciar con sus valores e historia el escenario internacional. En especial, se acota la investigación al periodo temporal del mayor crecimiento de la industria bajo el liderazgo de Xi Jinping.

Se empieza con una exposición del marco teórico utilizado para la correcta comprensión de los términos que se tratan en el mismo, como el poder blando y diplomacia cultural, a la vez que teorías que nos acercan a un mayor entendimiento de la realidad cultural china. Una vez enmarcado teóricamente el trabajo, le sigue una revisión bibliográfica del estado de la cuestión en referencia a las herramientas utilizadas por la RPC a la hora de promocionar su poder blando en el escenario internacional, resaltando las de carácter cultural, entre las que se encuentra las producciones cinematográficas.

A continuación, para el análisis del trabajo, se estudia la trayectoria de las relaciones que establece el Partido Comunista de China (PCC) con el sector en cuanto a los mecanismos de censura así como la paulatina apertura del mercado al exterior desde la fundación de la República Popular China (RPC). El análisis se acota y pone foco en la etapa de Xi Jinping, desde el 2013 a la actualidad, para profundizar en su política exterior y diplomacia cultural, y así entender las temáticas de las películas chinas junto con las estrategias de producción y contenido de las mismas para promover el poder blando a través de la exaltación de los valores culturales intrínsecos de la nación. Se termina el análisis exponiendo el papel que juega como expositores los festivales internacionales de cine chino y las controversias de la participación de las películas chinas en otros festivales internacionales.

2. OBJETIVOS Y PREGUNTAS

Los objetivos que se plantean son, en primer lugar, entender cómo un Estado autoritario como China interpreta el concepto de poder blando y su relación con el control de la cultura.

En segundo lugar, se encuentra el objetivo de abordar una mejor comprensión del sistema tradicional cultural de valores chinos y cómo se pueden dar a conocer, haciéndolos atractivos al resto del mundo.

Finalmente, el tercer objetivo de determinar si el desarrollo de la industria cinematográfica ha sido una herramienta eficaz de poder blando o si el mecanismo de censura debilita el poder de atracción del mismo durante el periodo de liderazgo de Xi Jinping desde 2013.

En consecuencia y buscando responder a la pregunta de si es el desarrollo del sector cinematográfico es una herramienta eficaz de poder blando, las hipótesis del trabajo que se plantean son:

H1: El desarrollo del sector cinematográfico ha sido una herramienta eficaz de poder blando para la República Popular China bajo el liderazgo de Xi Jinping desde 2013.

H2: El crecimiento de la industria cinematográfica tiene el potencial de convertirse en una herramienta eficaz de poder blando para la República Popular China bajo el liderazgo de Xi Jinping desde 2013.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. NEO-LIBERALISMO INSTITUCIONAL:

PODER BLANDO DESDE UNA PERSPECTIVA OCCIDENTAL

El orden mundial después de la Guerra Fría es estudiado por los académicos de las Relaciones Internacionales para entender los comportamientos de los Estados y describir la política global. El debate entre teorías del Neo-realismo y Neo-liberalismo, como dos de las teorías predominantes de las Relaciones Internacionales, surge en Estados Unidos en la década de 1980 para formular su política exterior. Ambas toman un enfoque normativo basado en el Estado y un contexto de mercado capitalista acorde al status quo Occidental, manteniendo el orden y sistema establecido por teorías previas como el liberalismo o el realismo. Si bien el Neo-realismo se centra más en aspectos de seguridad, militares y de guerra, el Neo-liberalismo se enfoca en aspectos de cooperación, política económica internacional o el medioambiente en respuesta a los procesos de globalización (Lamy, 2014).

En especial, el Neo-liberalismo es una de las teorías que podría ser utilizada para abordar las cuestiones y objetivos planteados en este trabajo. Los académicos de esta perspectiva se refieren también al neo-liberalismo institucional, donde la política exterior promueve el libre comercio, una mayor apertura de los mercados y la difusión de los valores Occidentales de democracia y sus instituciones, tanto políticas, financieras y económicas, siendo legitimadas desde su creación después de la Segunda Guerra Mundial

para organizar el poder mundial. En especial, cabe destacar al autor Thomas Friedman (1962) quien defendía que el libre comercio y mercado junto con los derechos de propiedad privada llevarían a un mundo más rico e innovador. Desde una perspectiva más sociológica del Neo-liberalismo destaca la noción de la comunidad transnacional al unir a personas de distintos contextos y ligándolas a sus gobiernos, haciendo la cooperación e interdependencia entre países necesarias (Lamy, 2014).

Como desarrolladores de este enfoque teórico, aparecen el geopolitólogo americano Joseph S. Nye y Robert Keohane, quienes estudiaron temas de transnacionalismo e interdependencia en la política mundial (Nye y Keohane, 1971). Defendían que los actores que interactuaban en las relaciones internacionales eran más pluralistas e interdependientes, aumentando las relaciones entre actores estatales y no-estatales, así como los canales de interacción atravesando los bordes nacionales (Lamy, 2014).

Será Joseph S. Nye quien utilizó por primera vez en 1990 el concepto de “Soft Power” o poder blando en su libro *Bound to Lead: The Changing Nature Of American Power* (Nye, 1990a). Este término es la base del presente trabajo y para entenderlo su creador lo utiliza en el contexto de cuando empezaba a cuestionarse “el siglo Americano” (sic) (Nye, 1990a, p.1) con la percepción de una caída del poder de Estados Unidos, tras su salida victoriosa y reforzada de salvador de la Segunda Guerra Mundial que buscó consolidar su poder reconstruyendo Europa con ayudas económicas a la vez que contenía la expansión de la Unión Soviética y el comunismo. Recalcó la importancia de cómo cambian las fuentes de poder a lo largo de la historia de los países. Estados Unidos tenía la mayor fuente de recursos económicos y militares, fuentes de recursos tradicionales de poder duro o “Hard Power” después de la Segunda Guerra Mundial. Si bien cuando empieza a percibirse un declive en su poder en 1970, Nye defiende que cuenta con fuentes de poder blando o “Soft Power” al contar con la influencia internacional de sus recursos ideológicos e institucionales para superar los retos de mantener una interdependencia transnacional (Nye, 1990a).

Nye (1990b) engloba la definición de poder como la posibilidad de hacer cosas para controlar a otros, consiguiendo que actúen acorde a tus intereses que de otra manera no harían. Esta habilidad de control ha evolucionado con el contexto internacional, perdiendo peso recursos más tradicionales como naturales y militares para ganar guerras, a ganar peso

otros factores menos fungibles o intangibles, como el desarrollo tecnológico, la Revolución de la Información, la educación o crecimiento económico que contribuyen a una mayor cohesión nacional, cultura universal o instituciones internacionales. Por excelencia los Estados han sido los tradicionales actores de las Relaciones Internacionales, pero con el tiempo han ganado un importante peso actores no-estatales, privados o multinacionales al tener una fuerte influencia en el terreno económico y comercio internacional. La interacción entre ambos tipos de actores lleva a una mayor cooperación internacional. Estas fuentes de poder blando hacen tener a los Estados a su favor los intereses de otros países en el terreno internacional, debido al poder de atracción de sus ideas. En palabras de Nye “cuando un país consigue que otros quieran lo que él quiere” (Nye, 1990b, p.166), es decir la habilidad de influir en el comportamiento de los países para desarrollar preferencias e intereses acordes. La influencia se consigue a través de recursos intangibles como la cultura, ideología y las instituciones que legitiman el poder de un Estado en la esfera internacional, siendo igual de importantes estos recursos que los más tradicionales, coercitivos o tangibles de poder duro (Nye, 1990b).

Nye consolida la definición y significado de estos conceptos en su libro de 2004 *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, resaltando que era más difícil ganar la Paz que la guerra y que para ello las capacidades de poder blando eran necesarias (Nye, 2004). Mientras que el poder duro requería de cambiar la posición de otros Estados con incentivos, amenazas tangibles o pagos, el poder blando buscaba influencia, persuasión y atracción a través de que otros países admiren tus valores y ejemplo de liderazgo, dando forma así a las preferencias del resto. Establece la diferencia entre países con sistemas totalitaristas que utilizan la coerción o amenaza para cumplir las órdenes, mientras sistemas democráticos apuestan por la atracción de ideas y preferencias (Nye, 2004).

Nye (2004) destaca los tres principales recursos de poder blando de un Estado: su cultura, valores políticos y política exterior. La cultura engloba el conjunto de valores y prácticas que dan sentido a una sociedad, mostrándose a través de manifestaciones de la alta cultura (literatura, arte, educación) y la cultura popular de entretenimiento a las masas. Siendo esta cultura más atractiva y fácilmente legitimada si forma parte valores universales y sus políticas se centran en promocionarla a nivel internacional. Esto conlleva que el poder es relativo y condicionado al contexto en el que se aplica. Los valores políticos que caracterizan y respaldan a los gobiernos, tanto a un nivel de políticas domésticas como

sistemas democráticos o mediante instituciones internacionales y políticas exteriores. Si bien, el poder blando no está en posesión ni pertenece por completo al gobierno, depende de diversos actores y sus percepciones (Nye, 2004).

A raíz del uso del concepto de poder blando y enmarcado en el pensamiento de la política exterior de las Relaciones Internacionales, los términos de “Diplomacia Pública” y “Diplomacia Cultural” se han desarrollado e influido por el contexto de las políticas nacionales. La Diplomacia Pública se ha asumido por diversas ramas de los ministerios de asuntos exteriores del gobierno, buscando ponerla al servicio de la creación de una marca nacional (Ang, Isar y Mar, 2015). Acorde a Cull (2009), la diplomacia pública se define como los esfuerzos de los distintos actores de las Relaciones internacionales, tanto estatales como no-estatales, “en gestionar el entorno internacional a través del compromiso con un público extranjero” (p. 12). Para ello, los mecanismos han evolucionado para comunicarse con públicos globales con nuevas tecnologías y en tiempo real, pasando de antiguos conceptos de propaganda a marketing, “marca país” o comunicación en red (Cull, 2009).

La diplomacia cultural se suele entender como una dimensión específica de la diplomacia pública y se puede abordar desde diversos campos semánticos. Se establece que las relaciones culturales se dan de manera natural entre personas e intercambios humanos, mientras que la diplomacia cultural ocurre cuando los gobiernos le prestan atención al campo cultural para ponerlo al servicio de los intereses de los gobiernos nacionales y promoverlos (Arndt, 2009). Refiriéndose a la diplomacia cultural Cummings (2003, p.1) como el “intercambio de ideas, información, arte y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus pueblos con el fin de fomentar el entendimiento mutuo”. Por tanto la diplomacia cultural se entiende como el esfuerzo de una nación por promocionar su propia lengua, el entendimiento de sus políticas y perspectivas, a la vez que “contar su historia” al resto del mundo (Cummings, 2003). Ang, Isar y Mar (2015) sugieren que Cummings fusiona así el nacionalismo y el internacionalismo, donde el uso instrumental de la cultura e identidad nacional busca mejorar la seguridad y posicionamiento internacional de la nación.

Dentro de la diplomacia cultural nacional y como postularon Chartrand y McCaughey en 1989, existen cuatro tipos de mecenazgo cultural según la relación que establezca el gobierno nacional con su sector cultural. Destaca Estados Unidos como

“Estado facilitador” que incentiva la producción con exención de impuestos, Reino Unido como “Estado patrocinador” que delega la aplicación de la política cultural a las mismas instituciones independientes, Francia como “Estado arquitecto” que regula con la burocracia del sector el bienestar social y, por último, la antigua Unión Soviética como representante de un “Estado ingeniero” que se encarga e interfiere en los medios de producción artística (Bell y Oakley, 2015).

3.2. COSMOPOLITANISMO Y COSMOPOLITANISMO CRÍTICO: ACERCAMIENTO A UNA PERSPECTIVA ORIENTAL

Como se ha expuesto, el Neo-liberalismo institucional tiene unos orígenes y perspectiva occidental desde donde se observa el fenómeno de la globalización. Esta ha llevado a un aumento de las relaciones políticas, económicas y el aumento de una idea cosmopolita del género humano que trae consigo obligaciones éticas, al existir posibles distinciones entre personas internas o externas al Estado. Ante este aumento de interdependencia mundial, se hace necesario hablar de la ética internacional, sobre la que debaten diversas teorías de Relaciones Internacionales cómo interpretarla. En especial teorías cosmopolitas de si el ser humano debe considerarse como una sola autoridad moral con reglas de aplicación universal, ya que a pesar de las diferencias en la configuración histórica de las comunidades se debe dar prioridad a la humanidad como una única comunidad moral sobre la comunidad nacional. Esta visión normativa del cosmopolitanismo se basa en enfoques deontológicos y utilitaristas, como normas que siempre son correctas de seguir (Shapcott, 2014). Así lo mostraba Kant (1981) con su concepto principal de la paz perpetua entre Estados a través del imperativo categórico en el que todos los humanos son un fin en sí mismo y por tanto se ha de reconocer la igualdad moral de los mismos, llevando a un pensamiento universalista. Esta teoría se ha originado con un foco en Europa y Estados Unidos, incluyendo discursos de democracia, universalidad de los valores de libertad individual y derechos humanos (Shapcott, 2014).

La teoría del cosmopolitanismo crítico presenta una visión alternativa a la globalización y nacionalismo, basándose en que el mundo no se basa en naciones cerradas ni es un lugar con valores homogeneizados por la globalización. Por ello, el argumento central de esta teoría es expandir su genealogía más allá de sus bases occidentales para incluir y abordar otras tradiciones que contengan distintos valores cosmopolitas (Delanty,

2015). En rasgos generales, Delanty (2020) presenta el cosmopolitanismo como la extensión de la moral y horizontes políticos tanto de las personas individuales como de los colectivos de sociedades, organizaciones e instituciones. Presenta una actitud de apertura frente al cierre, buscando explorar contextos alternativos al status quo de los que pueda surgir algo nuevo, una transformación que comprenda soluciones alternativas.

Para acercarnos a una perspectiva oriental del poder blando en la práctica, se hace necesario deconstruir la idea de Occidente de una China cerrada y aislada de las relaciones exteriores antes de la llegada de los europeos, quienes suponen haber forzado su apertura (Rofel, 2020). Esta idea e historia se ha construido desde una perspectiva de colonialismo occidental y perpetuada por los medios de comunicación tanto americanos como europeos. Al contrario, China cuenta con una larga historia de interacciones con diversas sociedades de distintas culturas y prácticas, de las que incorporaron instituciones, filosofías y matemáticas o religiones (Rofel, 2020). La forma que esta tomando el mundo actual no puede entenderse ya como forma de “occidentalización”. Grandes países asiáticos están ligados completamente a la economía mundial como China, Japón o India, los cuales han adoptado una nueva forma de abordar la modernidad con acercamientos a su cultura postmoderna y a la concepción de cosmopolitanismo en Asia (He y Brown, 2020).

He y Brown (2020) realizan un enfoque de la realidad de Asia para tener una visión más crítica del cosmopolitanismo. Esto se enmarca dentro del cosmopolitanismo crítico al evaluar cuando una sociedad interactúa con una cultura distinta a la suya propia desde una perspectiva crítica, dispuesta a reconsiderar límites o barreras nacionales a la hora de abordar necesidades globales. Es importante conocer el legado histórico y cultural de Asia para entender sus bases de cosmopolitanismo. En esta región se mezclan y superponen distintas culturas, identidades configurando una naturaleza étnicamente plural, encontrándose sociedades con largas tradiciones como el hinduismo, confucianismo, el Islam o budismo.

La tradición antigua característica del cosmopolitanismo chino es la *Tianxia*, la cual se reinterpreta ahora como una doctrina de filosofía confuciana que busca articular el papel global de una China cosmopolita y emergente en el escenario internacional (He y Brown, 2020). La *Tianxia* o “All under Heaven” (todo bajo el cielo) se asocia al sistema tributario chino desde la dinastía Tang del siglo VI, e intensificada en el siglo XVI, que establecía las relaciones comerciales de la región asiática. Dicho sistema tributario funcionaba con

China como “reino central” (*Zhongguo*) de los estados civilizados de Asia descendiendo a otros considerados bárbaros. En vez de configurar relaciones de arriba-abajo, eran relaciones del centro hacia los bordes, generando un sistema jerárquico de mutuo beneficio. Quedó formado así un ordenamiento de red de conexiones bajo la ideología de conceptos del confucianismo, como la ley de la virtud (Rofel, 2020).

La civilización y pensamiento ético-político y social de China está modelada entorno a las enseñanzas de Confucio (551-479 a.C.), quien situaba en el centro de una jerarquía a la familia, ya que es ahí donde empieza el aprendizaje del hombre. A esto acompaña el valor de la virtud interior, con los principios de benevolencia (*ren*) y la corrección social (*li*), para contribuir a la supremacía del interés colectivo sobre el individual. Como el mismo nombre de la *Tianxia* indica, el eje principal de la filosofía confuciana es el cielo al identificarse con la creación y naturaleza de todos los seres vivos y sus valores. Siguiendo el carácter paternalista, el cielo es el garante del orden y la armonía universal (Higueras y Rumbao, 2019). Por ello, la *Tianxia* buscaba unir diversos grupos culturales bajo el mismo dominio imperial de una China central con una gobernanza moralmente correcta. Como concepto universalista, las relaciones tributarias de *Tianxia* no tenían fronteras de Estado-nación, sino más bien un conjunto de relaciones donde convivían personas de distintas religiones, costumbres e idiomas, creando así un contexto multicultural y cosmopolita diverso e integrado. La *Tianxia* era una red de relaciones a las que te integrabas si reconocías el reino central de China y donde se reconocían las diferencias (Rofel, 2020).

Por tanto, para abordar el análisis de este trabajo se ha expuesto un marco teórico que recoge el concepto de poder blando desde una perspectiva neoliberal occidental centrada en hacer atractivos los valores culturales y políticas exteriores de los países e influenciar al resto. A esta teoría ha seguido la introducción de las teorías de cosmopolitanismo crítico para acoger visiones y contextos desde una perspectiva oriental alternativa al status quo, caracterizado por el proceso de globalización de valores democráticos y liberales. Proponiendo esta visión de apertura, se ha buscado conocer la tradición y valores chinos culturales como su concepto confuciano de *Tianxia* y ordenamiento de “todo bajo el cielo”, dando a conocer a una China central cosmopolita y emergente en el escenario internacional para poder analizar y comprender cómo pone en práctica ésta el concepto de poder blando desde su perspectiva cultural e identitaria.

4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

En los últimos años, el ascenso y creciente poder de China ha remodelado tanto el panorama económico como el político a nivel mundial. Este aumento de poder le ha permitido participar en la cooperación internacional de una manera más activa, especialmente la cooperación Sur-Sur (África y América Latina) con ambiciosas campañas de inversión multilaterales y bilaterales de desarrollo a través del Banco Asiático de Inversión en Infraestructuras y la Iniciativa “Belt and Road”¹ lo que ha estado acompañado de una tensión internacional e incluso conflicto con otras potencias mundiales. Desde principios del siglo XXI, los responsables políticos de la República Popular de China han sido muy conscientes de la imperante necesidad de fomentar a nivel internacional una percepción positiva del país para no verse como una simple amenaza en la esfera de influencia económica y creciente poder militar (Edney, Rosen y Zhu, 2020).

La teoría de la amenaza de China se puede ver reflejada en Barr (2011), donde el autor muestra los retos a los que se enfrenta el poder blando cultural de China al verse el ascenso económico y militar de la nación como una amenaza internacional. *¿Quién tiene miedo de China?* Es la pregunta principal que se hace el autor, donde se ve el miedo percibido por Occidente (entendido como las potencias europeas y Japón con la narrativa del “Siglo de Humillación”² de China). La emoción del miedo surge ante el sentimiento de una amenaza y hace vislumbrar un momento de fragilidad y debilidad en la percepción que tiene una persona de sí misma, su legitimidad cultural o incluso poner en cuestionamiento un país entero. Esto refleja la creciente debilidad de Occidente y su dudosa legitimidad filosófica y política sobre el sistema democrático, sus instituciones y universalización de sus valores ante el ascenso de China y otros Estados asiáticos, al erigirse con confianza y esperanza en un futuro mejor. Si bien estos no gozan de una imagen positiva para el mundo occidental debido a caracterizarse por regímenes autoritarios, por censura de los medios de comunicación, junto con el rechazo y violación de los Derechos Humanos universales (Wallis y Balsamo, 2016).

¹ Este proyecto se conoce en inglés como *One Belt, One Road* (OBOR) o *Belt and Road Initiative* (BRI), mientras que en español se traduce como Iniciativa de la Franja y la Ruta o Nueva ruta de la Seda. En el presente trabajo se hará mención al término como Iniciativa “Belt and Road” al ser más característico y fácil de reconocer.

² El “Siglo de Humillación” se entiende como el periodo de la historia entre 1839 y 1949 donde China es derrotada en las Guerras del Opio ante potencias imperialistas europeas y en las guerras sino-japonesas ante Japón, viendo forzada su apertura al comercio, sufriendo tratados desiguales y perdiendo parte de su territorio (Barr, 2011).

En este contexto las autoridades chinas se marcan a principios del siglo XXI el objetivo de mejorar su poder blando para conseguir moldear las percepciones internacionales, promoviendo un mundo más acogedor y menos temeroso de China (Edney, Rosen y Zhu, 2020). Así quedó reflejado oficialmente este objetivo de fortalecer el poder blando en 2007 con el discurso del presidente Hu Jintao en el XVII Congreso Nacional del Partido Comunista, donde enfatizó la vital importancia de promover el desarrollo cultural socialista como fuerza cohesionadora nacional y creativa (Jintao, 2007). El presidente identificó la construcción de un sistema central de valores socialistas, un socialismo con características chinas para inspirar el espíritu de patriotismo de la nación, junto a una cultura basada en la armonía y en la construcción de un hogar espiritual común en la tradición cultural china, sin dejar de lado la innovación cultural (Jintao, 2007). Para analizar una nueva etapa de desarrollo estratégico del poder blando chino bajo el liderazgo de Xi Jinping, donde el Partido Comunista de China (PCC) dice haber entrado una nueva era de “socialismo con características chinas” (Edney, Rosen y Zhu, 2020, p.1). caracterizado por una política doméstica cerrada que busca reforzar el poder de Xi Jinping y en política exterior una perspectiva más asertiva del papel que juega China en la configuración del orden internacional (Edney, Rosen y Zhu, 2020, p.1).

Rahman (2019) hace un estudio de las distintas dimensiones de la diplomacia pública de China para generar poder blando. Subraya que el Partido Comunista de China emplea de manera efectiva herramientas de comunicación pública diaria, con el desarrollo y expansión internacional de plataformas de medios de comunicación y noticias, como la televisión central de China (CCTV) y emisoras de radio para transmitir las noticias desde una perspectiva china. Junto con herramientas de estrategia comunicativa a través de eventos internacionales como la cumbre de la Iniciativa “Belt and Road” en 2017 y herramientas de comunicación pública a largo plazo como la expansión de los Institutos Confucio como centros culturales para promover su lengua y cultura, acompañado de becas financiadas por el gobierno chino para estudiantes internacionales. Como se observa en el estudio comparativo de Liu (2019), el primer Instituto Confucio fue establecido en 2004 llegando a alcanzar en 2017 más de 525 centros en alrededor de 146 países, la gran mayoría de ellos ubicados en las regiones objetivo de Estados Unidos y Europa caracterizadas por tener barreras culturales más duras a nivel ideológico. A lo que Hartig (2020) concluye que contar con Institutos Confucio es altamente demandado por universidades de prestigio para

internacionalizarse y acceder al mercado educativo de China, representando una herramienta de poder blando eficaz.

A estas herramientas, Lamus (2011) añade la diáspora o población chinas expandidas por el mundo como fuente para potenciar su cultura y eventos internacionales que han promovido la “marca país” como los Juegos Olímpicos de Beijing en 2008 y la Exposición Universal de Shanghai en 2010 para mejorar la imagen del país. Como analizan Wallis y Balsamo (2016), ambos eventos buscaron mostrar tanto el progreso económico e industrial como tecnológico de la nación a audiencias internacionales basándose en los conceptos de armonía y ascenso pacífico para comunicar el lugar que ocupa China en el mundo histórico y contemporáneo. Los mercados globales de la cultura son un escaparate de poder blando como estudia Turzi (2020) con el caso de China, donde la diferencia de la cultura como identidad, política o economía, con la integración de China en el sector económico cultural internacional, donde se posiciona líder en los mercados globales de entretenimiento, arte e industrias creativas a nivel económico.

Tras numerosos estudios que abordan las distintas herramientas de poder blando cultural utilizadas por la República Popular China (RPC) se va a analizar en este trabajo el potencial de la industria cinematográfica como una de ellas. Estudios previos, como el de Vlassis (2015), se centran en la importancia que tienen las industrias culturales para las potencias emergentes a la hora de fortalecer su poder blando y estructurar el entorno internacional. En especial, la relación que establezcan los Estados con la industria del cine, contrastando el éxito mundial de Hollywood como símbolo de valores culturales globalizados y el caso del ascenso de China como potencial competidor en la gobernanza mundial de la cultura para capturar los símbolos del imaginario colectivo. Por su parte, Su (2010) resaltó las nuevas estrategias que el Partido Comunista de China había seguido para convertir de forma intencionada la industria del cine en un elemento más de sus herramientas de poder blando para contrarrestar la cultura hegemónica americana y de Occidente.

Adicionalmente, Zhu (2020) estudia la negociación Sino-Hollywood y su diplomacia cultural en el mercado del cine como terreno de batalla de imágenes entre valores culturales y políticos, donde los intereses comerciales complican el mismo, a la vez que muestra la dinámica cambiante en el poder mundial al tener capacidad económica y el

arte de producir, distribuir y exhibir películas. Voci y Hui (2017) realizan un estudio en profundidad de la proyección del poder blando chino a través de las pantallas y medios de comunicación. Para ello, evalúan su ejecución tanto en festivales internacionales de cine como nuevos mercados cinematográficos y muestran sus limitaciones al aplicarse el concepto de poder blando a las características contextuales de China con un fuerte control del Estado, censura y búsqueda de influenciar al mismo tiempo (Voci y Hui, 2017).

Del estado de la cuestión se extrae que el poder blando puede percibirse también como proyecto de creación de imágenes a favor de un Estado (Voci y Hui, 2017). Como Nye (2004) destacó, una de las formas más eficaces de desarrollar la difusión de esta imagen y hacerla atractiva al exterior es a través de las plataformas de medios, pantallas y películas. Es por esto que el ámbito de estudio se amplía a otras disciplinas más allá de las ciencias políticas. Los estudios de plataformas de medios se han centrado en la creciente desarrollo de nuevos mercados creativos como el de China y de negocio global donde se encuentran barreras debido a altos niveles de proteccionismo nacional y cultural. De esta forma quedan entrelazadas el poder blando que busca el Estado, estrategias nacionales a gran escala y negocios globales en un mismo sector que contribuye a la difusión transnacional del contenido visual (Voci y Hui, 2017). Siguiendo el ejemplo de Estados Unidos, los líderes chinos se han dado cuenta de la importancia del cine como narrador de historias para introducir la cultura china al mundo exterior. A pesar de políticas que promueven el mercado de cine en China se encuentran con barreras debido al rígido entorno de censura que no contribuye a que exista un ambiente cultural creativo. La política de censura resulta contradictoria a los esfuerzos de promover el poder blando del Estado (Zhou, 2015). Por ello, el análisis de este trabajo se ha centrado en el sector cinematográfico para comprender mejor su controvertido funcionamiento como herramienta de poder blando con foco en el periodo de Xi Jinping desde 2013.

5. METODOLOGÍA

La metodología empleada para la elaboración del presente trabajo se aborda fundamentalmente de manera cualitativa, aunque se analizarán datos de fuentes secundarias. Primero, se utilizará la revisión de bibliografía y estudio de la literatura existente acerca de la relación del gobierno del Partido Comunista de China (PCC) con el sector cinematográfico, desde sus antecedentes y fundación en 1949 hasta la actualidad. Se

analizará con mayor profundidad el periodo del PCC bajo el liderazgo de Xi Jinping desde 2013, su política doméstica y exterior de cara a abordar el concepto de poder blando. Segundo, se utilizará las bases de datos de Box Office Mojo de Internet Movie Database (IMDb) para cuantificar el rendimiento de la industria tanto a nivel doméstico como internacional, en función de sus ingresos en taquilla y acuerdos de co-producción con otros países. Tercero, se enfocarán estos datos en el análisis de dos casos: dos películas. Tras el análisis de la evolución del cine chino y el rendimiento actual en taquilla, se seleccionan las películas de *Hero* (2002) de Zhan Yimou y *Wolf Warrior II* (2017) de Wu Jing para profundizar en los valores culturales de la tradición china que buscan proyectar al mundo para vender su imagen. Por último, se estudiará el fenómeno de los festivales de cine, tanto nacionales como internacionales, a través de la participación de películas chinas en los mismos.

6. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

6.1. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN LA REPÚBLICA POPULAR CHINA (PRC)

A la hora de abordar la evolución de la industria cinematográfica en China es necesario entender cómo interactúa el gobierno con el sector cultural para utilizarlo como herramienta de creación de poder blando. Dentro de los distintos modelos de diplomacia cultural, el Partido Comunista de China de la República Popular China se asocia con el modelo de “Estado ingeniero” como el de la antigua Unión Soviética, debido a su fuerte sistema de censura de contenido (Yang, 2016).

El primer contacto del Partido Comunista Chino con la industria cultural se asocia con el cosmopolitanismo de socialismo internacional entablando alianzas con la Unión Soviética y acuerdos de cooperación cultural desde 1949, donde se formaron muchos intelectuales chinos tanto en las artes y música como en las ciencias e ingeniería. El sector cultural fue muy importante en este periodo para promover un sentimiento socialista de cohesión y objetivos comunes de la sociedad, buscando reforzar una China debilitada por las guerras previas e inestabilidad a través de intercambios culturales. Tras la ruptura de las relaciones entre China y la Unión Soviética en 1962, China pasó a centrarse en entablar relaciones diplomáticas y culturales con el Tercer Mundo, en especial con los nuevos Estados africanos recién descolonizados. Este nuevo cosmopolitanismo chino basado en

un socialismo internacional buscaba centrarse en los recientes problemas de países del sur contra el imperialismo occidental (Rofel, 2020).

Dentro de la trayectoria de la industria cinematográfica de la República Popular China, se pueden destacar tres etapas bien diferenciadas teniendo en cuenta el desarrollo del mecanismo de censura y la apertura de la industria: la primera la era de la nacionalización (1949-1976), la segunda la era de la reforma (1977-2000) y la tercera desde la entrada en la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2001- presente) (Yang, 2016).

I. ERA DE LA NACIONALIZACION (1949-1976)

Esta etapa abarca el periodo de tiempo entre la creación de la República Popular China y el fin de la Revolución Cultural (1949-1976). Durante este periodo el contenido de las películas se caracteriza por ser directamente una herramienta política del partido comunista, sirviendo de slogan y propaganda de las instrucciones de Mao para educar a las masas. Por ello, la industria se encontraba nacionalizada, la producción, distribución y exhibición centralizadas y recibían subvenciones por parte del Estado. Se introdujo el sistema de censura y de concesión de licencias, que establecía de manera general, abstracta y a consideración de las autoridades la prohibición de contenido relacionado con ideas anti-comunistas, anti-soviéticas, propagar el imperialismo y el racismo o con contenido pornográfico (Yang, 2016).

Durante la etapa se llegaron a producir un máximo de 101 películas al año en 1958, no llegándose a producir ninguna película durante los años en la Revolución Cultural. Aún así, las instituciones estatales de China llegaron a promocionar sus películas en 90 países socialistas cercanos para dar a conocer la nueva República Popular de China. Un ejemplo de película propagandística fue la producción de *The White-Haired Girl* en 1950, donde se hacía una crítica al anterior régimen del Kuomintang y se mostraba la mejora de la sociedad con el Partido Comunista de China, promocionándose la película a través de ser proyectada en festivales internacionales de cine (Yang, 2016).

II. ERA DE LA REFORMA (1977-2000)

Durante esta etapa se descentralizó el sector a través de la desnacionalización de parte de la producción, distribución y exhibición de películas, permitiendo así a empresas no estatales participar en la producción cinematográfica y aceptar inversión extranjera directa en el mercado. Ya no sólo producía películas propagandísticas, sino que se abrió la industria al mercado produciendo nuevos tipos de películas y una mayor diversidad para hacer el sector más rentable (Yang, 2016). En el XV Congreso Nacional del PCC de 1998 se estableció el objetivo principal de establecer una economía de mercado socialista, junto con la aceleración en la comercialización de diversos sectores. Acorde al Ministro de Propaganda del PCC, era necesario abrir el mercado del sector cinematográfico para progresar en la industria, siendo cuando esta empezó a experimentar mayores cambios (Su, 2010).

No obstante, el Estado seguía ejerciendo un mecanismo de control importante a través de políticas de apoyo y subvencionar el género de películas *Main Melody* donde se fomentaba el patriotismo, colectivismo y socialismo en alabanza al PCC (Yang, 2016). El lanzamiento de este género a gran escala, desde las protestas en la plaza de Tiananmén de 1989, demostraba el rol de las películas como transmisoras de la ideología oficial. La Quinta Generación de directores chinos, como Chen Kaige o Zhang Yimou, adoptaron una función más artística y creativa de las películas. Con la comercialización de las películas *Main Melody* se consiguió acercar las temáticas de las películas a una demanda más ajustada por el mercado, tratando temáticas y narrativas más humanizadas donde se mostraban las vicisitudes y destinos de las personas. Por tanto, esto representa una tendencia de estrategias más neutrales de tratar películas propagandísticas (Su, 2010).

Tras haberse visto debilitado el sector cinematográfico en la etapa anterior, desde mediados de 1980 a principios de los 2000, se adoptan reformas institucionales que buscan ganar competitividad a la vez que mantener el control de la cultura por parte del Estado. El primer resultado de estas reformas estructurales con enfoque de arriba-abajo fue un sistema de distribución multinivel para películas y videos con el mecanismo de censura supervisado tanto por el SARFT (Administración del Estado de la Radio, Películas y Televisión) como por el GAPP (Administración General de la Prensa y Publicación) que ponía a la Oficina del Cine, del previo Ministerio de Cultura, bajo el mismo liderazgo del

Ministerio de la Radio, Cine y Televisión. Al ser un sistema de censura doble, películas podían ser prohibidas en distribución teatral pero aún así poder circular por Internet. Esto es criticado al presentar un obstáculo para la creatividad de los productores chinos (Zhou, 2015).

No fue hasta 1990 cuando el gobierno chino comenzó a enfocarse seriamente en las películas extranjeras que importaba, probablemente porque antes de su revisión estructural, las productoras chinas no eran lo suficientemente productivas para competir con las grandes productoras americanas. Durante 1995, entre el 70 y 80 por ciento de la taquilla china procedía de la explotación de películas extranjeras, si bien ayudó al resurgir a su vez las grandes películas domésticas. El gobierno chino en estos momentos consideró necesario regular la entrada de estas películas extranjeras, limitando a un máximo de 10 por año las películas extranjeras que podían distribuirse en su territorio de 1996 al 2000 (Aranburu, 2017). Con las reformas de comercialización del sector en este periodo, se consiguió aumentar considerablemente producción en comparación con la etapa anterior, produciéndose alrededor de 150 películas al año y una mayor promoción de las mismas en el escenario internacional (Yang, 2016).

III. ETAPA ACTUAL (desde el año 2000)

En la última etapa, con la entrada de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001 hasta el presente, se empezaron a experimentar mayores reformas y expansión debido a los efectos de una economía movida por el mercado. En estos años empieza a debatirse el concepto de poder blando en China, por lo que el Estado declaró que incrementaría la inversión en la industria cultural para fortalecer su poder nacional en el XVI Congreso Nacional del PCC de 2002. A esto fue acompañado una mayor descentralización del sector cinematográfico y permisión de la participación y mayor atracción de inversión extranjera, llegando a convertirse en el segundo mercado más grande para la industria del cine por ingresos en taquilla (Yang, 2016).

Un ejemplo de película del género *Main Melody* donde se intenta neutralizar conflictos políticos es *The Knot* (2006), seleccionada para representar a China en la mejor película extranjera en los Oscar. Esta trata una trágica historia de amor entre una chica taiwanesa y un estudiante a médico que acaba de unirse al PCC en el contexto histórico de

la guerra civil, la Guerra de Corea y la Guerra Fría. La división política e histórica de la China Continental con Taiwan supone una separación definitiva para los protagonistas, tratando un discurso más humano en la narrativa de películas con ambiciones propagandísticas de neutralizar la perspectiva de conflictos (Su, 2010). Otro ejemplo de película financiada por el Estado chino es *La Fundación de la República* (2009), que conmemoraba el 60º aniversario del Partido Comunista Chino y para asegurar su éxito en taquilla contaba con famosos actores chinos como Jackie Chan, Jet Li y Zhang Ziyi (Yang, 2016).

Otra temática exitosa y que consigue vender en el mercado Occidental son las películas de Kung-Fu, desde Bruce Lee a Jackie Chan, Chow Yun Fat y Jet Li. Destacando entre ellas, el Oscar en el año 2000 a la película de Ang Lee *Crouching Tiger, Hidden Dragon (El Tigre y el Dragón)* o la película de Zhang Yimou's *Hero* (2002) con mayor rendimiento en taquilla internacional. Las películas del género Kung Fu siguen la estrategia de emplear recursos culturales como las artes marciales e históricos tradicionales chinos, mostrando los valores de fraternidad, lazos familiares, benevolencia y lealtad, a la vez que incorporan las técnicas de Hollywood. Poniendo de manifestación el poder blando del cine chino con los valores socialistas en el centro de las películas y de una sociedad armoniosa en los géneros de *Main Melody* y Kung-Fu (Su, 2010).

No obstante, se ha mantenido el riguroso sistema de censura, regulación del contenido y concesión de licencias. Empezó con la Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión (SARFT) a la actual Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (SAPPRFT) quienes tienen el derecho de prohibir producciones antes de su realización y después de la misma para conseguir la licencia de distribución (Rosen, 2002). Aún habiendo mayor número de actores no estatales que participan de la cadena de valor de la industria cinematográfica, los agentes estatales se ven favorecidos con más beneficios a la hora de distribuir películas como las empresas públicas *Huaxia Distribution* y *China Film Group* (Yang, 2016).

Desde el año 2001, China ha seguido abriendo el mercado a la inversión extranjera ha conseguido que crezca la producción cinematográfica en el mercado doméstico año tras año, con 212 películas en el año 2004 bajo la presidencia de Hu Jintao hasta finales de su liderazgo con un máximo de 745 películas anuales en el año 2012. Sin embargo, la emisión

de películas a nivel internacional ha visto un crecimiento lento en comparación, llegando a emitirse en 2004 más de 240 películas en 27 naciones y regiones y 951 en 48 naciones y regiones en el 2014 (Yang, 2016).

Es a partir de la entrada de China en la OMC cuando el Gobierno chino aceptó incrementar la cuota de importación de películas extranjeras a 20 por año, número que sigue sin parecer suficiente a las autoridades americanas. Pese a este incremento, el gobierno chino puede implantar medidas a su antojo respecto a prohibir la exhibición de películas extranjeras en un periodo concreto del año, o usar otros instrumentos para reducir la presencia de películas americanas en los cines chinos, como la reticencia a mantener estas películas en los cines una vez que alcanzan una determinada taquilla. Finalmente será en febrero del 2012, cuando se llega a un acuerdo entre China y Estados Unidos, denominado el “Memorandum del Entendimiento”, por el cual se incrementó el acceso del número de películas extranjeras que podían acceder al mercado chino, fijándose en las actuales 34 películas por año, este acuerdo sería ratificado el 1 de enero del 2018 (Aranburu, 2017).

6.2. LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN EL PERIODO DE XI JINPING

I. POLÍTICA DOMÉSTICA Y POLÍTICA EXTERIOR “SUEÑO CHINO”

Para entender el pensamiento político de Xi Jinping es necesario entender la influencia de sus predecesores, quienes sentaron las bases de la política exterior de la República Popular China (RPC) desde 1949 y con las que Xi Jinping se muestra en línea. Empezando con la era de Mao y su “Gran Salto Adelante” para la industrialización de una economía tradicionalmente agraria, la RPC se mostraba cerrada al exterior y manteniendo limitadas relaciones diplomáticas. En ellas primaban los principios de coexistencia pacífica, respeto mutuo, no interferencia, no agresión y beneficio mutuo. La RPC comenzó a abrir sus puertas al mundo con las políticas de “Reforma y Apertura” durante la etapa de Deng Xiaoping para convertirse en una potencia emergente. Seguido del liderazgo de Hu Jintao quien introdujo los principios de desarrollo pacífico y mundo armonioso, aumentando la RPC sus relaciones diplomáticas regionales tanto con África y América Latina como con Europa entre otros. Se enfatizó por primera vez la importancia del poder blando cultural para cultivar el papel de China de “ascenso armonioso” en las relaciones

internacionales. Desde finales de 2012, cuando fue nombrado Xi Jinping presidente de la RPC, estas bases de política exterior se han expandido a la diáspora china junto con un fuerte bloque económico con una China central basado en la cooperación para un desarrollo pacífico y de coexistencia a lo largo de la Nueva Ruta de la Seda (Rahman, 2019).

El discurso del “Sueño Chino” de Xi Jinping se estableció el 29 de noviembre de 2012 donde subrayó que el “Sueño Chino” es buscar alcanzar “el gran rejuvenecimiento de la nación china” entendido como “lograr un país rico y poderoso, la revitalización de la nación y la felicidad del pueblo” (Callahan, 2015, p. 221). Este discurso combina una China tradicional con una modernidad socialista, ejemplificada en el modelo de desarrollo chino y el modelo de civilización de Confucio. Subrayaba que la nación es lo primero, remontándose a la historia y destino de China, donde cada persona esta fuertemente vinculada con el destino del país. Si la nación es próspera, se transfiere y repercute en el bienestar de todas las personas, siendo una responsabilidad de toda la población china alcanzar el “Sueño Chino” (Callahan, 2015, p. 222).

Este discurso fue promulgado en al final del tour de “Camino al Rejuvenecimiento” en el que Xi Jinping recogía lecciones históricas de más de 5.000 años de un imperio central chino glorioso donde establecía la paz de la región asiática como hegemonía benevolente, al igual que los 170 años de humillación que trajo Occidente y el capitalismo con la derrota china en las Guerras del Opio y sus tratados desiguales que debilitaron años de tradición y desarrollo chino. Este discurso de la humillación de China se utiliza para redirigir la protesta de la juventud hacia el “extranjero” como enemigo, y no el partido tras la movilización de Tiananmen en 1989. De manera más específica, el Sueño Chino representa una afirmación positiva de los objetivos domésticos e internacionales de la RPC (Callahan, 2015). Como mostraba el Consejo de Seguridad nacional del PCC, la seguridad, estabilidad y legitimidad de su propio régimen se veían amenazados por los valores e ideología de Occidente. El carácter de política autoritaria de China se ve rodeada de un mundo de normas democráticas liberales, debilitando así el atractivo del poder blando chino. Si bien, sirve para darle un foco doméstico de reforzar factores internos de identidad (Edney, 2015).

Remontarse a estos periodos históricos es la base del discurso de poder blando en la política exterior de la China actual, haciendo resurgir y fortalecer los valores de paz y armonía. Pero, para preservar estos valores y proteger su identidad civilizada, el gobierno

establece barreras para diferenciarse del “Otro”, “bárbaro” o exterior, un discurso basado en una relación negativa de identidad. Es por ello, que el PCC tiene la necesidad de mejorar su poder blando cultural nacional, interpretando el discurso del “Sueño Chino” como una estrategia de poder blando negativo. No sólo se basa en los objetivos positivos que consigue como nación, sino en cómo su discurso se caracteriza con un sentimiento anti-americano, anti-japonés y anti-occidental. Para construir una imagen de China en base a la exclusión negativa del “Otro”, uniendo la política doméstica a la exterior al abordarse como un asunto de construir la legitimación del régimen. En vez de algo material, lo entiende como interpretación en términos de seguridad e identidad del poder blando en países autoritarios, ligado a su política doméstica (Callahan, 2015).

Esta estrategia china se está globalizando año tras año con su auge en riqueza y confianza, mientras Europa y América pasan por tiempos de crisis. Se busca una cultura nacional con valores deseables y universalistas. Para que esto ocurra en la esfera internacional y con la política exterior, es necesario que primero se produzcan con políticas los valores a nivel doméstico (Callahan, 2015). Es decir, existe una preocupación nacional con asuntos de identidad y seguridad para proteger la legitimación del régimen a nivel doméstico. Este foco central en el “dilema de la identidad” es subrayado por el Vice Presidente de la Universidad China de Asuntos Exteriores, Qin Yaqing. El principal asunto a abordar por China no es su sitio en la esfera internacional e interacción con las instituciones internacionales, sino responder a la cuestión de *¿Quién es China?*, tras ver debilitados y cuestionados sus valores con el periodo de reforma y de apertura al consumismo capitalista, pudiéndose considerar como una “crisis de valores”. Por tanto, es importante entender que la política exterior china no es solo un dilema de seguridad exterior, sino de identidad y de qué tipo de mundo quiere China, convirtiéndola en una política exterior con foco doméstico (Yaqing, 2006).

Cabe resaltar como diplomacia cultural el discurso de Xi Jinping en el X Congreso Nacional de la Asociación de la Literatura y Arte, junto con el IX Congreso Nacional de la Asociación de Escritores Chinos. En ellos, se motivaba a los artistas chinos a confiar profundamente en su cultura socialista tradicional para inspirar el espíritu nacional, rejuveneciendo a la sociedad china, a través de sus creaciones artísticas. Para ello, Xi Jinping instaba a los artistas a extraer la esencia de los valores e ideales de la cultura tradicional china y representarlo como fuente de energía nacional, no olvidando su historia

y progresando como país con una confianza profunda en su destino (Wilson Center, 2021).

Dentro del plan XIII Programa Quinquenal (2016-2020), enfocado en el Desarrollo y Reforma, se encuentran políticas en las que el gobierno busca reforzar el sector cultural de China para convertirlo en un pilar fundamental de su economía. Para ello, colaborará en la creación de grupos empresariales del sector cultural para incrementar su valor de mercado de cara a la competencia (Turzi, 2020, p.89). Este apoyo a la industria cultural se puede observar también en el Plan de Acción para el Desarrollo Cultural de la Iniciativa “Belt and Road”. Este busca fomentar el intercambio cultural y creativo entre los países que comprende la Nueva Ruta de la Seda para incrementar las inversiones conjuntas y la colaboración entre autoridades locales y públicas para explorar el patrimonio cultural. Engloba iniciativas como exposiciones internacionales, en especial dentro de la industria cinematográfica destaca el Festival Internacional de Cine de la Ruta de la Seda (Turzi, 2020, p.91).

II. MERCADO DEL CINE EN CHINA

La industria cinematográfica china desde 2016 ha ganado un fuerte peso económico. Las grandes empresas chinas han adquirido en los últimos años los activos de entretenimiento estadounidenses. Cabe destacar al conglomerado de medios de comunicación de China, Dalian Wanda, bajo la dirección del CEO Wang Jianlin con activos en la industria inmobiliaria, turismo y entretenimiento. El Grupo Wanda centró su estrategia en comprar las grandes compañías de Estados Unidos como serie de activos cinematográficos (Zhu, 2020).

Empezando en 2012 con la compra por 2.600 millones de dólares de la mayor cadena americana de cines, AMC Entertainment Holdings. Así logró convertirse en el mayor propietario de cines mundial, expandiéndose en el amplio mercado americano. El cierre de esta negociación supuso la mayor compra de acciones de una empresa americana por una china. En 2013, Wang Jianlin anunció sus objetivos de crear en la costa este de China el mayor estudio cinematográfico del mundo por 8.200 millones de dólares. Esto demuestra los objetivos tanto de las autoridades del gobierno chino como de otros actores industriales no-estatales de impulsar el poder e influencia cultural de China. Como indicó Wang Jianlin en su estrategia, China acabaría destronando el dominante poder económico

de Estados Unidos, pero en términos de poder cultural aún le quedaba un largo recorrido. Por ello, sus estrategias van encaminadas a implementar una política nacional para promover el poder cultural (Vlassis, 2015). Más recientemente, en 2016 el conglomerado compró por 3.500 millones de dólares de una de las mayores productoras de Hollywood, Legendary Entertainment; concluyendo en el mismo 2016 la compra por 1.200 millones de dólares de la cuarta cadena de cines de Estados Unidos, Carmike Cinema (Zhu, 2020).

Las sucesivas adquisiciones de China en la industria cinematográfica han preocupado y concienciado a los legisladores estadounidenses. Los miembros del Congreso expusieron estas preocupaciones sobre la intrusión de empresas chinas en el sector de los medios de comunicación e instituciones de poder blando, planteándose si se deberían incluir estos asuntos como cuestiones de seguridad nacional al representar China una alternativa y amenaza a los valores democráticos liberales, junto con su censura de temas y control de los medios. Estas adquisiciones dejan a Hollywood bajo la merced y obligaciones de los intereses chinos y de sus empresas (Shaheen, 2016).

El gobierno chino ha presentado claros objetivos enfocados en el crecimiento de la industria cinematográfica. En febrero de 2019 durante un simposio nacional, el director de la Oficina nacional de Cine de China constató el objetivo de convertir al país para el año 2035 en una fuerte potencia cinematográfica como Estados Unidos. Si bien, esta fecha se puede observar cada vez más cercana como predijeron las consultoras PwC y Deloitte, confirmando que el mercado cinematográfico sería el más grande a nivel mundial para el año 2020, mientras se estimaba una desaceleración en el mercado americano debido al aumento en demanda de películas en plataformas de *streaming*. En especial, China ha desarrollado servicios similares a los de Netflix de manera gratuita a nivel mundial con plataformas como iQiyi o Tencent para impulsar aún más el alcance internacional de la industria (China Power Team, 2020).

Como puede observarse en la Tabla 1, la taquilla de las películas chinas ha experimentado un crecimiento exponencial en lo que llevamos de siglo, ingresando menos de un millón de dólares a principios del 2000 y alcanzando los 9.2 billones de dólares en el 2019. También se puede apreciar el aumento de número de películas que se estrenan anualmente, alcanzado el máximo de 470 películas en 2018. Si bien, el gran tamaño del mercado chino y su desarrollo cinematográfico ha llevado a China desde 2016 a situar a

sus películas las primeras en el podio de mayores ingresos en taquilla anuales, por delante del indiscutible poder de Hollywood. Pasando a ocupar el primer puesto en los dos últimos años debido a la pandemia del Covid-19 que ha golpeado a las industrias de todo el mundo (China Power Team, 2020).

Tabla 1. Taquilla anual del mercado del cine en China

Año	Box Office (Total China)	% crecimiento anual	Nº estrenos (Total China)	#1 BO Mundial	Hecha en
2021	\$3.674.750.405		46	Hi Mom	China
2020	\$1.609.720.006	-82,4%	101	My People, my Homeland	China
2019	\$9.143.417.628	1,0%	455	Ne Zha	China
2018	\$9.049.015.446	10,8%	470	Operation Red Sea	China
2017	\$8.167.886.385	21,2%	449	Wolf Warrior II	China
2016	\$6.741.161.763	1,1%	401	Mei ren yu	China
2015	\$6.664.861.299	46,6%	200	Furious 7	EEUU
2014	\$4.545.401.079	36,2%	169	Transformers: Age of Extinction	EEUU
2013	\$3.337.335.659	259,4%	171	Journey to the West	China
2012	\$928.701.458	1,2%	19	Titanic	EEUU
2011	\$917.868.069	8,3%	51	Transformers: Dark of the Moon	EEUU

Fuente: Elaboración propia con datos de Box Office Mojo (2021).

No obstante, se observa que históricamente las películas de producción cinematográfica con temática propia del país y patrióticas no parece conseguir atraer el interés del público más allá de sus fronteras. Mientras películas como *Ne Zhan* (2019) o *The Wandering Earth* (2019) han recaudado cientos de miles de dólares, el 99% de los mismos se han generado en el mercado doméstico. Aunque presente el cine chino un pobre rendimiento internacional actual, a principios de los años 2000, las películas de artes marciales consiguieron popularidad y atracción en Occidente, la cual parece haber disminuido en los recientes años (China Power Team, 2020). Como se observa en la Tabla

2 y revisando las cifras conseguidas por las películas chinas más taquilleras desde el año 2013, menos del 1% del total de la taquilla se genera fuera de sus fronteras, observándose un porcentaje más alto en películas de temática de acción (Box Office Mojo, 2021).

Tabla 2. Taquilla Internacional de películas chinas del año 2013-2021 (en ‘000 \$)

Release	Ranking mundial	Título	Género	BO Mundial	BO China	BO Intern.	% Total
02/2021	#1	Hi Mum	Comedia	\$823.099	\$822.050	\$1.050	0%
02/2021	#2	Detective Chinatown 3	Acción	\$686.258	\$685.070	\$1.188	0%
08/2020	#1	The Eighth Hundred	Acción	\$461.391	\$460.000	\$1.391	0%
10/2020	#4	My People My Homeland	Drama	\$422.391	\$422.000	\$391	0%
07/2019	#12	Ne Zha	Animación	\$726.063	\$719.756	\$6.307	1%
02/2019	#13	The Wandering Earth	Sci-Fi	\$699.857	\$690.994	\$8.862	1%
2018	#13	Operation Red Sea	Acción	\$579.330	\$575.849	\$3.481	1%
07/2017	#7	Wolf Warrior II	Acción	\$870.325	\$854.249	\$16.076	2%
2016	#14	Mein ren yu	Fantasia	\$553.810	\$526.848	\$26.962	5%
07/2015	#19	Monster Hunt	Aventura	\$385.908	\$382.490	\$3.417	1%
09/2014	#45	Backup Buddies	Comedia	\$189.018	\$187.970	\$1.047	1%
02/2013	#37	Journey to the West	Acción	\$205.637	\$196.740	\$8.897	4%

Fuente: Elaboración propia con datos de Box Office Mojo (2021).

En los últimos años es indiscutible el auge y el crecimiento que ha experimentado la producción cinematográfica en China. En el año 2019 son cuatro las películas chinas que figuran dentro del ranking de las 20 más taquilleras del mundo. Si bien la mayor parte

de los ingresos de dichas películas se produce en el ámbito doméstico (alrededor del 98%) debido al gran tamaño del mercado, con una muy baja repercusión en la taquilla internacional (alrededor del 1%). Si bien se observa que entre los ingresos por taquilla internacional, la mayoría se encuentra en países de la región de Asia Pacífico seguido de lejos por Estados Unidos, siendo la menor parte en la región EMEA y América Latina. Está por tanto pendiente de ver si las películas propiamente chinas, sin elementos extranjeros, pueden o no reforzar una imagen positiva de la cultura china en el mundo, y de este modo atraer y difundir sus valores al exterior o al menos hacerlos conocer al resto de países (Box Office Mojo, 2021).

Una forma de que las películas chinas tengan mayor acceso al mercado internacional es a través de popularidad de servicios de streaming como Netflix y Amazon Prime Videos. Si bien, China es uno de los pocos países donde Netflix está prohibido, estos compraron los derechos de distribución de las películas chinas *Next Gen* (2018) de animación infantil, junto con *The Wandering Earth* (2019), llegando a recaudar más de 630 millones de dólares en sus primeras tres semanas (China Power Team, 2020).

III. ESTRATEGIAS DE PODER BLANDO

Bajo la presidencia de Xi Jinping, China continúa buscando insaciablemente influenciar con su atractivo cultural relaciones amigables y aliados en la esfera internacional, al igual que hizo la Unión Soviética con la industria del cine. La competición que busca establecer China con Hollywood intenta a la vez determinar una nueva voluntad de hacer cooperar a Hollywood para promover la imagen global de China deseada. La penetración global de las películas de Hollywood ha hecho una labor excepcional a la hora de promover la imagen, cultura y valores americanos. A la vez que China, tanto durante la etapa de la República y de la República Popular China, ha moldeado y controlado la cultura y arte al servicio de los intereses nacionales (Zhu, 2020).

El gobierno chino ha tomado un cambio de estrategia, desde la etapa de la República de China protegiendo imágenes, hacia un nuevo objetivo de conseguir que Hollywood esté al servicio de promover el poder blando de China. Esta contra-estrategia persigue absorber el talento de Hollywood a través de un nuevo modelo de co-producción para crear y contar la historia de China con sus elementos simbólicos. En vez de sólo

conseguir inversión de Hollywood y mano de obra china barata en antiguos modelos de coproducción, esta nueva estrategia busca combinar estas inversiones con el talento tanto de los chinos como de las principales estrellas de Hollywood. Esta opción es atractiva, ya que permite a Hollywood eludir la estrecha cuota para las importaciones de películas extranjeras anuales al atractivo mercado de China, asegurando que la película no sea censurada antes de su emisión en procesos finales de control, junto con aumentar el porcentaje de ingresos en taquilla doméstica china que se pueden llevar de la emisión en el mercado (Zhu, 2020).

Un ejemplo de esta nueva estrategia de co-producción es la película *La Gran Muralla* (2016) del director chino Zhang Yimou. En esta se muestra como un grupo de mercenarios europeos en busca de pólvora se unen con el ejército imperial chino para defender la Gran Muralla China de un ataque de monstruos saqueadores. Esta co-producción contó con un presupuesto de 150 millones de dólares, con una narrativa centrada en la historia imperial y dinástica de China, uno de los directores de cine más conocidos de China Zhang Yimou y la estrella de Hollywood Matt Damon dentro de los papeles protagonistas, acompañado de otras estrellas de actores del cine chino (Zhu, 2020).

No obstante, la película obtuvo numerosas críticas tanto en China, al mostrarse al héroe como un personaje blanco (Matt Damon) en una historia centrada en China, como críticas de Occidente al haber una sobrecarga de fantasía nacionalista donde se exorbita el poderío militar chino relegando a un segundo plano el desarrollo más humano y sofisticado del drama entre personajes. Se muestra a la civilización occidental aturdida ante el poderío de la enormidad de China y su cultura, que aprende y es iluminada lecciones morales chinas sobre luchar por honor, confianza y patriotismo en vez de por conseguir pólvora. Como conclusión se muestra que el contar con un presupuesto elevado y grandes estrellas en el reparto no son suficientes para ejercer un poder blando beneficioso para China, ya que lo realmente importante es crear una narrativa e historia convincente (Coonan, Landreth, Rosen y Zhu, 2017). Aún así la película consiguió recaudación para inversores chinos de unos 334 millones de dólares a nivel mundial sobre el presupuesto inicial de 150 millones de dólares, mientras que para los Estudios de Universal supuso una pérdida de 75 millones de dólares (McClintock and Galloway, 2017).

Otra estrategia seguida por la industria cinematográfica de China es conseguir crear sus propios éxitos de taquilla, comprando tecnología y conocimientos técnicos de Hollywood, junto con actores que hablen y cuenten con un propio héroe de acción chino (Zhu, 2020). Un ejemplo de esta estrategia es la película dirigida por el chino Wang Jing en 2017, *Wolf Warrior II*, que ingresó 854 millones de dólares (Box Office Mojo, 2021). La película muestra un héroe de acción chino que lucha contra rebeldes y mercenarios occidentales para salvar a un país de África, donde se pueden ver las operaciones de ayuda al desarrollo que realiza China en el continente africano con la construcción de hospitales o ayuda humanitaria. Es una versión china de la película americana *Rambo: First Blood*, donde en occidente se percibió como una película con matices fascistas, pero que las autoridades chinas apoyaban al ver que se trataba de un veterano de Vietnam resistiéndose a las autoridades capitalistas del ejército estadounidense. La película cuenta como protagonista a la estrella china de artes marciales Wu Jing y de antagonista al actor americano Frank Grillo. Cabe resaltar que esta película no es una co-producción de China con Estados Unidos, sino una película de producción china en la que compran la tecnología y conocimientos técnicos para que China construya y venda su propia imagen. La audiencia de China reaccionó positivamente debido al patriotismo de la película y los increíbles efectos especiales, no obstante, no llegó a gustar a las audiencias globales, criticando el exceso de patriotismo chino y la visión racista de los africanos (Zhu, 2020).

Tras toda la evolución y cambio que ha experimentado la industria cinematográfica en China, ahora es capaz de producir sus imágenes al disponer de la tecnología y técnicas adecuadas. Para ello, necesita considerar que tipo de imágenes desea proyectar al resto del mundo. Sus películas en el mercado doméstico son lo suficientemente rentables para no necesitar de audiencia internacional, pero han de considerar el atractivo de llegar a producir narrativas culturales que puedan dar a conocer mejor su historia al resto del panorama internacional. La industria cinematográfica de la RPC tiene el potencial de ser un competidor y superar a Hollywood tanto en ingresos por taquilla como en influencia cultural, habiendo conseguido ya el primer objetivo. Aun tiene pendiente conseguir el prestigio en el escenario internacional, si bien la industria ha experimentado desde la llegada de Xi Jinping un auge sorprendente, pero no por ello ha conseguido el atractivo internacional de poder blando deseado (Zhu, 2020). Las autoridades y gobierno de la República Popular de China son conscientes del potencial del sector y el poder de la narrativa. Cuanta con el apoyo económico, la inversión necesaria y la tecnología para

adaptarse a la competición, diversificar la temática y aumentar su competitividad en la esfera internacional. Así contribuiría a un cine chino más pluralista y creativo que pueda sobrepasar los límites que impone la censura estatal y aumente su influencia internacional (Zhou, 2015).

IV. ANÁLISIS DE PELÍCULAS

a) **Hero (2002)**

Estrenada en 2002, la película *Hero* es la primera película de artes marciales del conocido director Zhang Yimou, perteneciente a la quinta generación de directores chinos comprometidos con darle una posición en el mundo al cine chino (Lan, 2008). Consiguió un éxito comercial sin precedentes para las películas chinas, de los 177 millones de dólares que ingresó *Hero* en la taquilla mundial total, el 30% provenía sólo de la taquilla estadounidense y a nivel nacional un 17% de la total mundial (Box Office Mojo, 2021). Este éxito se debió en parte al contar la película con gran sofisticación artística, calidad visual y cierto escepticismo por parte de la audiencia por glorificar a un rey tirano de nacionalismo militante, quedando enmarcada en un contexto de diálogo transnacional sobre el proyecto de creación de la nación china como producto cultural transnacional (Lee, 2007). La película es un esfuerzo del director Zhang de dar validez y energía al cine chino de artes marciales en el mercado cinematográfico internacional tras una época de desaceleración del mercado del cine nacional, a la vez que reclamaba la participación de China en la construcción de un nuevo orden mundial de transnacionalismo chino. Zhang Yimaou para conseguir el éxito de taquilla y su globalización unió el perfil de un guerrero de artes marciales con la idea de un héroe que lucha comprometido con sus valores y creencias de justicia, trascendiendo sus propias preocupaciones individuales (Lan, 2008).

La trama principal de la película gira en torno al personaje de Sin Nombre (interpretado por Jet Li), un espadachín que intenta asesinar al rey de Qin, tirano conocido en la historia de China. Tras muchos años de preparación, finalmente no ejecuta su tarea al ver los caracteres chinos de *Tian Xia* o “bajo el cielo” escrito en la arena por el espadachín Espada Rota, quien también renuncia a asesinar al rey Qin. Ambos confían en la *tianxia*, con el significado de “nuestro país” donde recae el deber de no matar al rey por el bien de la nación china (Lan, 2008). Los intentos de asesinato del rey quedan sumidos al ideal

moral de paz y estabilidad de la unificación militar para alcanzar dicho orden (Lee, 2007).

El valor por el que Sin Nombre acaba decidiendo no matar al rey Qin es la *tianxia*, como concepto icónico de la cultura tradicional china. Por tanto, esta película representa un doble objetivo del director, conseguir su comercialización y atractivo internacional a la vez que recuperar algunos de los valores esenciales culturales chinos. La película ofrece una doble interpretación del concepto de *tianxia*, una con perspectiva legalista y otra de Confucio a lo largo del desarrollo de la trama y de los personajes. En primer lugar, esta la visión legalista por parte del rey Qin y su visión anexionadora de los siete estados, al ser el más fuerte de ellos y llevar años de lucha militar causando sufrimiento al pueblo. Esta ideología de la *tianxia* legalista buscaba justificar las acciones y políticas violentas del rey Qin para asegurar el orden y estabilidad imperial. Mientras que la segunda visión de Confucio de la *tianxia* se observa en el papel de Espada Rota, quien argumenta que solo bajo el mandato del rey Qin podría traer la paz y unión que busca la *tianxia*, al no poderse comparar el sufrimiento del pueblo con el sufrimiento de la nación entera de la *tianxia*. Por tanto se ven los valores de Confucio de reconocer al pueblo en su conjunto, todos los siete estados bajo el mismo cielo y finalmente se basa en una autoridad moral que promete la coexistencia pacífica y benevolente de todos los pueblos. En la visión de Espada Rota prima más el idealismo moral y espiritual confuciano que la fuerza violenta, llegando a dejar de lado su amor por Nieve Voladora al no apoyarle en su confianza en la visión de *tianxia* para todo el pueblo, confiado en la fuerza moral persuasiva de que Sin Nombre elegirá su propia muerte, en vez de la del rey Qin, por el bien de la *tianxia* (Lan, 2008).

b) Wolf Warrior II (2017)

La producción de la película de Wolf Warrir II de 2017 se enmarca en el contexto histórico del Sueño Chino de Xi Jinping (Shi y Liu, 2019). Shi y Liu (2019) analizan sus características emocionales y psicológicas a la hora de constituir el nuevo sujeto nacional. En especial el sentimiento de orgullo, como elemento fundamental para fortalecer el nacionalismo contemporáneo de China. La película supuso un éxito doméstico en la industria cinematográfica al ingresar en taquilla 837 millones de dólares tanto a nivel nacional como internacional, siendo la primera película China en incluirse en el top 100 mundial de éxitos taquilleros. Puede considerarse un éxito a nivel nacional también al haber creado un sentimiento de orgullo nacional para la audiencia China al sentirse orgullosas de

pertenecer a la nación china como superpotencia emergente y la segunda mayor economía mundial. La película marca un punto de inflexión en la madurez de la producción de películas chinas, tanto en calidad como técnicas utilizadas en Hollywood, permitiéndole entrar en el terreno comercial mundial del cine (Shi y Liu, 2019).

A lo largo de la película se muestran casos de evacuación de nacionales chinos de las ciudades africanas de Libia o Yemen, donde el protagonista, presentado como el héroe chino Leng Feng, es un exsoldado que lleva misiones especiales para proteger de los rebeldes locales a los ayudantes humanitarios chinos en África. Ejemplos de escenas que sirven para reforzar el sentimiento colectivo de orgullo y confianza en la nación de China son: Leng Feng exclamando con orgullo soy chino ante los rebeldes, la bandera nacional o el pasaporte chino como permiso especial de paso en medio del caos o el papel proactivo del Ejército Popular de Liberación (EPL) de China colaborando en la evacuación masiva (Shi y Liu, 2019).

Esta película se analiza dentro del marco geopolítico del “Sueño Chino” de Xi Jinping. En ella se muestra a través del héroe chino protagonista, Leng Feng, la emoción colectiva de orgullo un intento de reconstruir la identidad nacionalista china con el de modernización y rejuvenecimiento próspero de la nación, acompañados de los conceptos de autoconfianza cultural (*wenhua zixin*) y autoconfianza en el camino (*daolu zixin*) del socialismo chino para la realización del “Sueño Chino” y superación del asado de opresión (Shi y Liu, 2019).

Una clave de su éxito nacional es la figura heroica china de su protagonista, Leng Feng. Este se representa como una figura heroica individualista y orgullosa, enfocado de modo diferente al tradicional concepto de patriotismo, donde no cabían valores individuales y creando así una nueva identidad del individuo con una fuerte conciencia de la nación. El protagonista supera todas las dificultades con su esfuerzo para salvar tanto a chinos como africanos, llegando a dejar en un segundo plano a su prometida y plenitud personal por comprometerse con la defensa de la comunidad y nación de China. Esto se muestra en las escenas cuando Leng Feng lucha contra su rival Big Daddy, líder de los mercenarios europeos donde se muestra un brazalete con la bandera nacional china y el mensaje “Lucho por China”. A su vez, la historia no es una narrativa de heroísmo individual al verse Leng Feng respaldado de la prosperidad de la nación china y su

creciente poder en el mundo, convirtiéndose en una narración de la imagen de China e identificación colectiva del “Sueño Chino”. Esto se observa en la escena final donde se muestra el pasaporte chino con la inscripción de “Cuando te encuentres con algún peligro en el extranjero, no te rindas y recuerda que hay una poderosa patria detrás de ti” (Shi y Liu, 2019, p. 5).

Este sentimiento de orgullo de la película se basa y pone fin a las emociones de vergüenza y dolor sufridos por la nación china tras los enfrentamientos con potencias occidentales en su historia moderna. Este sentimiento de vergüenza y humillación ha marcado las relaciones de China con el exterior y busca configurar su identidad nacional actual de orgullo tras la búsqueda de un nuevo orden de desarrollo por el Consenso de Beijing. Este modelo de desarrollo y nuevo sujeto moderno se muestra a través de, no sólo hábil en artes marciales, Leng Feng como experto en uso de tecnologías militares avanzadas al ser la nación china poseedora de alta tecnología y fuerza militar. En *Wolf Warrior II* se muestra la armada y tropas del EPL a la vez que los guardias de la embajada de china o las inversiones estatales como construcción de hospitales en la región africana, mostrándose así la transformación de una China humillada en el pasado a su ascenso fuerte y orgulloso nacional (Shi y Liu, 2019).

Por tanto, los sentimientos de humillación y orgullo chinos nacen de la relación de China con la configuración del “Otro”. En la película se pueden distinguir tres bloques: Leng Feng como una China orgullosa, Big Daddy como el antagonista occidental y los africanos, como el niño Tundu, que necesitan ayuda para ser salvados. El resentimiento hacia Big Daddy representando la dominancia imperialista occidental y la relación de China con este “Otro” se asemeja al contenido ideológico de producciones cinematográficas de la época de Mao. Sin embargo, a diferencia de las películas chinas de esta época, se cambia la relación con Occidente al no representa una amenaza para la imagen colectiva de China cuando derrota Leng Feng a Big Daddy, reflejando más bien el declive de Occidente ante un cambio de orden internacional. Por otro lado, la relación que establece China con los africanos, representados como débiles que necesitan ser salvados por héroes chinos, se utiliza para proyectar el poder nacional de China. Se ejemplifica esta relación paternalista de China con África al acoger Leng Feng al niño africano Tundu durante la película. La solidaridad con los africanos se basa en la experiencia compartida de humillación ante el imperialismo y colonialismo occidental (Shi y Liu, 2019).

Finalmente, se analiza una similitud al concepto de desarrollo en África con la iniciativa “Belt and Road” de Xi Jinping. Se muestra en la película la construcción de fábricas, infraestructuras y hospitales en China junto con el establecimiento de redes de comercio en África, todo ello como muestra del compromiso de China con su “ascenso pacífico” de promover la paz en el mundo (Shi y Liu, 2019).

6.3. FESTIVALES INTERNACIONALES DE CINE:

I. EN CHINA

El Festival Internacional de Cine de Beijing (BJIFF) quedó inaugurado en 2011 con la asistencia de los altos funcionarios del PCC y otras autoridades de festivales de cine internacionales como una estrategia para expandir el poder blando del cine a nivel internacional (Zhou, 2015). Como defendía De Valck (2007), los festivales de cine contribuyen al marketing de la ciudad, aparte de englobar la cultura, comercio e intereses geopolíticos. Al estar patrocinado por el Estado busca crear un espectáculo dedicado a la cultura mundial con características chinas, siendo objeto de censura las películas que en él se exhiben, impidiendo así convertirse en un festival internacional muy conocido. Poco después de la inauguración de este festival quedó eliminado el Festival de cine Independiente de China. El BJIFF busca mostrar el poder nacional a la vez que expande la influencia cultural de China, mientras que otros, como el DOChina de documentales tienen un enfoque popular y no oficial de una China contemporánea. Por su parte, el PCC se muestra poco favorable al surgimiento de festivales de cine independientes, reforzando su control y regulación, a la vez que los ciudadanos piden mayores libertades de expresión, variedad y creatividad que pueden ofrecer cineastas independientes chinos (Zhou, 2015).

Desde su inauguración en 2011, el BJIFF busca mejorar su perfil internacional a través de incluir películas premiadas de todas partes del mundo. Adicionalmente, introdujeron en 2013 el premio Tiantan o “Templo del Cielo” para atraer al festival la participación de talento diverso. Continuó mejorando su atractivo internacional al añadir en 2014 tres jurados internacionales de un total de siete miembros que juzgan al merecedor de los premios Tiantan. Todo esto son buenas estrategias del gobierno chino para incrementar su perfil de gran festival de cine internacional, no obstante, la estricta censura aleja a películas que puedan ser conflictivas de participar en el festival. Todavía le queda

un largo recorrido para convertirse en uno de los festivales más prestigiosos del cine mundial, como el de Cannes, Berlín o Venecia, necesitando reformas políticas y de prensa libre para aumentar la calidad y variedad de películas que puede llegar a atraer, determinantes para el éxito de un festival. Es por esto, que los festivales representan un medio de persuasión que no se puede comprar solo con dinero y son aspectos importantes de poder blando de una nación en cuanto al sector cultural y creativo (Zhou, 2015).

Este control sobre los festivales de cine independientes muestra como busca China ampliar su influencia cultural como nación, en vez de fomentar la variedad de eventos cinematográficos que puedan enriquecer el atractivo de la cultura cinematográfica china. Las fuerzas globalizadoras influyen cada vez más al mercado chino con inversiones de capital internacional y tecnología digital. Si se consigue fomentar el pluralismo, impulsará a su vez la creatividad y poder blando de china en la industria cinematográfica global (Zhou, 2015).

Otro de los grandes festivales chinos es el Festival Internacional de Cine de Shanghai. A este se le ha unido la Alianza de Festivales de Cine de la Iniciativa “Belt and Road” liderada por China para fomentar el intercambio de culturas e historias en películas que buscan un distribuidor en dichos festivales. Tiene un doble fin, conseguir que las películas chinas accedan a un mayor número de festivales de cine en todo el mundo, al mismo tiempo que el Festival de Cine de Shanghai da a conocer a sus invitados las nuevas tendencias del mercado chino a nivel nacional. Esta alianza muestra como la Iniciativa de “Belt and Road”, caracterizada por cooperación económica internacional y proyectos de infraestructuras, recientemente ha ampliado su alcance a los intercambios culturales (Scott, 2019).

II. PARTICIPACIÓN DEL CINE CHINO EN FESTIVALES INTERNACIONALES

La participación del cine chino en festivales internacionales se debe a la necesidad de estos mismos de interactuar con cineastas chinos debido a la relevancia mundial y auge económico que ha experimentado China. No obstante, en el caso de películas chinas domésticas que han experimentado un gran éxito en taquilla, su promoción en festivales internacionales no ha ido ligada a un consumo en masa por parte del mercado global, quedando limitado el impacto de las películas chinas como productos culturales. Esto

puede hacer necesario que la industria del cine chino necesite adaptarse para producir películas que puedan atraer más a un público internacional (Zhou, 2015).

Debido al estricto mecanismo de censura y la restricción de la creatividad de las películas, ninguna producción únicamente China ha ganado el premio a la mejor película extranjera de los Oscar o los Globos de Oro, siendo países como Italia o Francia los que suelen tener más producciones premiadas. Aún así se pueden encontrar películas chinas que han tenido un gran reconocimiento internacional, pero a la vez han sido conflictivas y han encontrado problemas con la censura doméstica (China Power Team, 2020). Uno de los éxitos internacionales fue la película *Farewell My Concubine* (1993) que ganó varios premios en festivales internacionales, incluyendo la Palma de Oro del Festival de Cannes en Francia, el premio del Globo de Oro de Estados Unidos o el premio BAFTA a la mejor película extranjera. Aún así, la película fue censurada en China al tratar el temas de la homosexualidad y la Revolución Cultural (Yang, 2016). Otro ejemplo de película premiada en festivales internacionales es *A Touch of Sin* (2013) de Jia Zhangke, ganando el premio a mejor guion en Cannes, pero censurada a nivel nacional por mostrar violencia social en China causada por la desigualdad económica y corrupción (China Power Team, 2020).

En marzo de 2021 la directora china de *Nomadland*, Chloe Zhao, se convirtió en la primera mujer asiática en ganar el Globo de Oro a la mejor directora, así como el Oscar en la misma categoría, con una película que muestra la vida en el oeste de Estados Unidos. Durante su conmovedor discurso de aceptación del premio de la Academia hizo referencia al conocido proverbio chino "*Renzhichu xinbenshan*" que significa que las personas son buenas por naturaleza. Si bien esto podría verse como un motivo de celebración para la estrategia de poder blando de las autoridades chinas al reconocimiento internacional de sus ciudadanos chinos, la noticia y retransmisión de la ceremonia fue censurada en toda la RPC. Esto se debe a un comentario que realizó Chloe Zhao en una entrevista sobre el PCC y todas las mentiras que cuentan en China al no haber medios de comunicación independientes al Estado. Esta repercusión internacional de censura de artistas chinos ha pasado más veces con disidentes que se alejan de contar la versión de la "historia de China" alineada con el PCC en el escenario internacional, como el caso del artista Ai Weiwei o el premio Nobel de literatura Gao Xinjian. Si China quiere conseguir ser más atractiva para las audiencias internacionales debe reducir estas controversias, dejando a sus artistas expresarse libremente, en vez de ocultar el talento de sus ciudadanos chinos (Wang, 2021).

7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

A lo largo del presente trabajo se ha estudiado el papel que juega la industria cinematográfica como herramienta de poder blando para la República Popular China. La pregunta que ha guiado el estudio es si el desarrollo de esta industria ha sido una herramienta efectiva a la hora de influir en el escenario internacional. Tras el análisis, se ha llegado a concluir que la primera hipótesis no se ha cumplido, es decir, desde Xi Jinping el cine chino no ha tenido una capacidad de influencia internacional a la hora de hacer sus valores atractivos al resto o de reducir la teoría de la amenaza que presenta el ascenso de China. Mientras que la segunda hipótesis planteada sí se puede confirmar con mayor seguridad, la República Popular China tiene el potencial de llegar a convertir el cine en una herramienta capaz de influenciar la arena internacional y de hacer atractiva su historia a través de la comunicación audiovisual. Desde que llegó al poder Xi Jinping, el mercado cinematográfico chino se ha posicionado como el segundo mercado de mayores ingresos en taquilla, superando a Estados Unidos en el año 2020, convirtiéndose en un mercado muy atractivo desde el punto de vista económico. Si bien, China tiene pendiente desarrollar historias que atraigan la atención de audiencias extranjeras, como ha hecho Hollywood a lo largo de la historia del cine.

Para llegar a estas conclusiones, en primer lugar, se ha abordado el objetivo de investigación de cómo China, al ser un Estado autoritario, se relaciona con la industria cultural del cine y el control de la misma para promover el poder blando nacional. Los hallazgos se pueden interpretar con la perspectiva de la teoría neoliberal institucional, donde queda reflejada los cambios progresivos que ha experimentado la industria del cine hacia una mayor liberalización del mercado y cooperación en base a acuerdos de coproducción. Esta evolución empezó con un control nacional y centralizado de la industria bajo el mandato de Mao, donde se reforzaba el sentimiento socialista de cohesión y censura del exterior, acompañado de la creación y promoción de películas propagandísticas del PCC. A esta etapa le sigue la “Reforma y Apertura” característica de Deng Xiaoping, donde se consigue descentralizar el sector y aumentar la diversidad del contenido de las películas, recibiendo mayor apoyo y subvenciones estatales el género de películas *Main Melody*, que promocionaban el patriotismo y colectivismo del PCC con una faceta más humana. Como defendía la teoría neoliberal institucional, esto llevó a la mejora de la calidad de las películas chinas tras entrar la RPC en la Organización Mundial del Comercio, promoviendo

una mayor competitividad y crecimiento del mercado cinematográfico doméstico, con el surgimiento de la quinta generación de directores chinos y sus películas más neutrales y artísticas. Si bien, el estricto control de censura de contenido y la cuota de importación de 34 películas extranjeras limita la proyección de películas internacionales, promocionando las películas locales que con buenos rendimientos a nivel doméstico, no consiguen atraer al público extranjero.

En segundo lugar, se ha planteado el objetivo de analizar cómo la RPC busca influenciar y dar a conocer la tradición cultural de valores y políticas chinas de manera atractiva al mundo, con el foco en el periodo de liderazgo de Xi Jinping desde 2013. El “Sueño Chino” de Xi Jinping y su “gran rejuvenecimiento de la nación” se han identificado como una práctica de poder blando negativa, al interpretarse en términos de identidad y seguridad nacional ante la amenaza de la legitimidad del régimen del PCC a nivel doméstico por la teoría del cosmopolitanismo y globalización de los valores occidentales de democracia y consumismo capitalista. Al contrario de la teoría de poder blando neoliberal institucional, donde se veía una afirmación más positiva de atracción e influencia en el exterior, la interpretación china cumple un papel de política doméstica más cerrada y más asertiva en el exterior, de ahí el fuerte control de censura doméstica en la industria cinematográfica.

En tercer lugar, para estudiar el objetivo de si el desarrollo de la industria cinematográfica ha sido una herramienta eficaz de poder blando se ha analizado el crecimiento y rendimiento del mercado bajo el liderazgo de Xi Jinping. Para ello, se han expuesto las numerosas adquisiciones y compras de productoras multinacionales por parte de empresas chinas, dotándolas con la tecnología y conocimientos técnicos para producir películas a la altura de Hollywood, mostrando así una vez más la fuerza económica de la RPC. Esto se muestra acorde a la teoría neoliberal institucional donde ganan peso actores no estatales, como el conglomerado Grupo Wanda, en los objetivos de promover el poder blando promulgados por el Estado chino. Al igual que la apertura de China al mercado ha permitido la innovación y desarrollo técnico de la industria, consiguiendo el crecimiento de producciones, calidad e ingresos de las películas a nivel doméstico. Esto se ve reflejado en la taquilla local con películas que promueven el sentimiento de orgullo de la nación, fortaleciendo el poder blando negativo para legitimar el PCC, aunque no logrando más del 2% del total recaudado por las mismas en taquillas internacionales (mayoritariamente de

mercados asiáticos), haciendo necesaria una mayor exportación y distribución de sus películas para amplificar su alcance internacional.

En concreto, se ha profundizado en las películas de *Hero* (2002) por su relevancia en cuanto al éxito internacional y *Wolf Warrior II* (2017) por la madurez en la técnica y medios de producción de cine chino. En el caso de *Hero*, película de artes marciales, se observa como esta temática experimentó mayor éxito y aceptación internacional a principios de siglo, pero esta tendencia se ha visto desacelerada. *Hero* buscó convertirse en un producto cultural cosmopolita y transnacional, recuperando la tradición cultural china, *tianxia*, al primar el bien de la nación colectiva y coexistencia pacífica abandonando los intereses individuales del protagonista. En contraposición, se observa una evolución del contenido ideológico en *Wolf Warrior II*, contextualizada bajo el liderazgo de Xi Jinping y su “Sueño Chino”. En esta película es el protagonista un héroe chino, que defiende el colectivo de la nación y a la vez se siente respaldado en sus adversidades personales por toda su patria. No se basa en la temática tradicional de glorificar el periodo imperial de la china tradicional y sus valores, sino que junta las dotes de artes marciales del protagonista y el desarrollo tecnológico y militar de la RPC en los últimos años, poniendo fin al sentimiento de humillación por occidente. *Wolf Warrior II* generó una emoción de orgullo y confianza en el destino de la nación china, mostrándose el ascenso pacífico de China donde coopera con al tercer mundo y recibiendo críticas a este exceso de patriotismo por audiencias occidentales.

De cara a evaluar el objetivo de si el mecanismo de censura debilita la capacidad del cine como poder blando, se ha analizado el desarrollo de festivales de cine internacionales en China y la participación de las películas chinas en festivales internacionales. Dentro de los más destacados se encuentran el Festival Internacional de Cine de Beijing, el Festival Internacional de Cine de Shanghai y su reciente alianza con los Festivales de Cine de la Iniciativa “Belt and Road”. Sin embargo, la censura en la participación de películas por su contenido mina y aleja su atractivo internacional, limitando su capacidad de convertirse en un festival de alto prestigio. Por ello, favorecer reformas políticas que permitan una mayor libertad de expresión o historias independientes del PCC aumentaría su atractivo internacional con mayor calidad, creatividad y variedad en el contenido de las películas. Al igual que en el escenario internacional se han premiado películas chinas, posteriormente censuradas por el Estado, generando controversias y

percepciones negativas del país autoritario. El aumento de visiones cosmopolitas permite alzar la voz y contar historias independientes, enriqueciendo la industria del cine como manifestación de la cultura de los países.

En cuanto a las limitaciones de este trabajo han sido el acceso y disponibilidad de artículos de académicos chinos. Otra limitación es la falta de un estudio empírico de las percepciones de la audiencia internacional a las películas chinas. Si bien, el tema se ha abordado más desde un enfoque de desarrollo y crecimiento del sector cinematográfico, detectando las características bajo el liderazgo de Xi Jinping y concluyendo que en el futuro puede llegar a ser una herramienta efectiva de poder blando a utilizar por la nación si consigue vender su historia.

Tras reconocer el potencial de la industria se invita a futuras investigaciones que identifiquen cuáles son las narrativas que más pueden llegar a atraer a audiencias internacionales, el tipo de estrategia más eficaz a seguir, promoviendo en mayor o menor medida las co-producciones con países de alto prestigio cinematográfico, como Estados Unidos, Francia o Italia. Otra línea de investigación podría ser detectar cuentos o tradiciones chinas que puedan venderse a través de la animación u otros formatos de comunicación audiovisual que se hagan más atractivos donde la barrera cultural sea mayor. Finalmente, sería interesante evaluar el impacto de los festivales de la Iniciativa “Belt and Road”.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Ang, I., Isar, Y. R., y Mar, P. (2015). Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest? *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 365-381.
- Aranburu, A. M. (2017). The Film Industry in China: Past and Present. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 2(1), 1-28.
- Arndt, R. T. (2009). ¿Cultura o propaganda? Reflexiones sobre medio siglo de diplomacia cultural de Estados Unidos. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 85, 29 - 54.
- Barr, M. (2011). *Who's Afraid of China?: The Challenge of Chinese Soft Power*. Zed Books.
- Bell, D. y Oakley, K. (2015). *Cultural Policy*. London; New York: Routledge.
- Box Office Mojo (2021). International: China. *Box Office Mojo*. Recuperado de: <https://www.boxofficemojo.com/>
- Callahan, W. A. (2015). Identity and Security in China: The Negative Soft Power of the China Dream. *Political Studies Association: Politics*, 35(3-4), 216-229.
- China Power Team (2020). Do Chinese Films Hold Global Appeal?. *China Power Project. Center for Strategic & International Studies CSIS*. Recuperado de: <https://chinapower.csis.org/chinese-films/>
- Coonan, C., Landreth, J., Rosen, S. y Zhu, Y. (2017). Is the Search for a China-Hollywood Blockbuster Doomed?. *Foreign Policy*. Recuperado de: <https://foreignpolicy.com/2017/02/24/is-the-search-for-a-china-hollywood-blockbuster-doomed-great-wall-fail/>
- Cull, N. J. (2009). Public Diplomacy: Lessons from the Past. *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 2(19), 1-62.
- Cummings, M. (2003). *Cultural diplomacy and the United States government: a survey*. Washington, DC: Center for Arts and Culture.
- Delanty, G. (2015). No todo se pierde en la traducción: Variedades mundiales de cosmopolitismo. *Papers 2015*, 100(3), 281-302
- Delanty, G. (2020). *Routledge International Handbook of Cosmopolitanism Studies*. Routledge.
- Deloitte (2017). *China's Film Industry: a New Era*. China: Deloitte Global.
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Edney, K. (2015). Building National Cohesion and Domestic Legitimacy: A Regime

- Security Approach to Soft Power in China. *Political Studies Association: Politics*, 35 (3-4), 259-272.
- Edney, K., Rosen, S. y Zhu, Y. (2020). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. Routledge.
- Friedman, T. (1962). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Hartig, F. (2020). A decade of wielding soft power through Confucius Institutes: some interim results. En Edney, K., Rosen, S. y Zhu, Y. (Ed.). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds* (pp. 133-149). Routledge.
- He, B. y Brown, K. (2020). Cosmopolitanism in Asia. En Delanty, G. (Ed.). *Routledge International Handbook of Cosmopolitanism Studies* (pp. 480-493). Routledge.
- Higuera, G. y Rumbao, G. (2019). China «todo bajo el cielo». *Cuadernos de estrategia. Globalización e identidades. Dilemas del siglo XXI*, N°200, 87-112.
- Jintao, H. (2007). Hold High the Great Banner of Socialism with Chinese Characteristics and Strive for New Victories in Building a Moderately Prosperous Society in All Respects: Report to the Seventeenth National Congress of the Communist Party of China on 15 October 2007. *China.org.cn*. Recuperado de: <http://www.china.org.cn/english/congress/229611.htm#7>
- Kant, I. (1981). *Grounding for the Metaphysics of Morals*. Cambridge: Hackett Publishing Company.
- Lamus, F. V. (2011). El Soft Power chino: un acercamiento. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, IX(14), 75-88.
- Lamy, S. L. (2014). Contemporary mainstream approaches: neo-realism and neo-liberalism. En Baylis, J., Smith, S. y Owens, P. (Ed.), *The Globalization of World Politics: an introduction to international relations* (pp. 126-140). Oxford University Press.
- Lan, F. (2008). Zhang Yimou's "Hero": Reclaiming the Martial Arts Film for "All under Heaven". *Modern Chinese Literature and Culture*, 20(1), 1-43.
- Lee, V. (2007). Into/Out of the Critical Divide: The Indeterminacy of Hero. *Scope (Nottingham)*, 9, 1-15.
- Liu, X. (2019) China's Cultural Diplomacy: A Great Leap Outward with Chinese Characteristics? Multiple Comparative Case Studies of the Confucius Institutes. *Journal of Contemporary China*, 28(118), 646-661.
- McClinton, P. y Galloway, S. (2017). Matt Damon's "The Great Wall" to Lose \$75 million: Future U.S.-China co-productions in doubt. *The Hollywood reporter*, Retrieved from: <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/what-great-walls-box-office-flop-will-cost-studios-981602/>
- Nye, J. (1990a). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York:

Basic Books.

- Nye Jr., J. S. (1990b). Soft Power. *Foreign Policy* (80), 153-171.
- Nye, Jr., J. S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, Jr., J. S. (2020). Foreword. En Edney, K., Rosen, S. y Zhu, Y. (Ed.). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. (pp. 18-22). Routledge.
- Nye, J., y Keohane, R. (1971). Transnational Relations and World Politics: An Introduction. *International Organization*, 25(3), 329-349.
- Portland (2019). The Soft Power 30: China. *Portland, USC Center on Public Diplomacy*. Recuperado de: <https://softpower30.com/country/china/>
- Rahman, S. (2019). China's Foreign Policy and Its Choice for Cultural Soft Power: The Tools. *Social Change Review. Vol 17*.
- Rofel, L. (2020). Between tianxia and postsocialism: Contemporary Chinese cosmopolitanism. En Delanty, G. (Ed.). *Routledge International Handbook of Cosmopolitanism Studies* (pp. 480-493). Routledge.
- Rosen, S. (2002) Hollywood, Globalization and Film Market in Asia: Lessons for China? *iSites Harvard.edu*. Recuperado de <https://www.yumpu.com/en/document/read/7077605/hollywood-globalization-and-film-markets-in-asia-isites-harvard->
- Scott, M. (2019). Shanghai: China Pushes Soft Power Through Global Film Festival Alliance. *The Hollywood Reporter*. Recuperado de: <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/shanghai-china-pushes-soft-power-global-film-festival-alliance-1219291/>
- Shaheen, T. (2016). American movies should not have to be approved by bureaucrats in Beijing. *National Review*. Recuperado de: <https://www.nationalreview.com/2016/12/china-united-states-filmmaking-industry-hollywood-self-censorship-soft-power/>
- Shapcott, R. (2014). International ethics. En Baylis, J., Smith, S. y Owens, P. (Ed.), *The Globalization of World Politics: an introduction to international relations* (pp. 198-211). Oxford University Press.
- Shi, W. y Liu, S. (2019). Pride as structure of feeling: Wolf Warrior II and the national subject of the Chinese Dream. *Chinese Journal of Communication*, 1-15.
- Su, W. (2010). New strategies of China's film industry as soft power. *Global Media and Communication*, 6(3),317-322
- Turzi, M. (2020). ¿Construyendo Soft Power? China en los mercados globales de la cultura. *POSTData* 25(1), 81-98.

- Vlassis, A. (2015). Soft power, global governance of cultural industries and rising powers: the case of China. *International Journal of Cultural Policy*, 22(4), 481-496.
- Voci, P. y Hui, L. (2017). *Screening China's Soft Power: Screen cultures and discourses of power*. Routledge.
- Wallis, C. y Balsamo, A. (2016). Public interactives, soft power, and China's future at and beyond the 2010 Shanghai World Expo. *Global Media and China* 2016, 1(1-2), 32-48.
- Wang, Y. (2021). And the Oscar for Censorship Goes to Xi Jinping: Beijing-born Director Chloe Zhao's Historic Win Erased in China. *Human Rights Watch*. Recuperado de: <https://www.hrw.org/news/2021/04/26/and-oscar-censorship-goes-xi-jinping>
- Wilson Center (2021). Xi Jinping's Cultural Reform Agenda. *Wilson Center*. Recuperado de: <https://www.wilsoncenter.org/xi-jinpings-cultural-reform-agenda>
- Yang, Y. (2016) Film Policy, the Chinese Government and Soft Power. *New Cinemas: Journal of Contemporary Film*, 14 (1), 71-91.
- Yaqing, Q. (2006). 'Guoji Guanxi Lilun Zhongguo Pai Shengcheng De Keneng He Biran' [The Chinese School of International Relations Theory: Possibility and Necessity]. *Shijie jingji yu zhengzhi* (3), 7-13.
- Zhou, Y. (2015). Pursuing soft power through cinema: censorship and double standards in mainland China. *Journal of Chinese Cinemas*, 1-14.
- Zhu, Y. (2020). The battle of images: cultural diplomacy and Sino-Hollywood negotiation. En Edney, K., Rosen, S. y Zhu, Y. (Ed.). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. (pp. 100-117). Routledge.