

Comunicación y sociedad

La nueva marcha de China hacia 2020

FERNANDO REYES MATTA

La modernización de China, a partir de una propuesta de crecimiento constante sustentado en la economía de mercado, ha llevado a la creación de empresas de comunicación digital con alta competitividad. En ese marco, la generación de información ha dejado de ser patrimonio exclusivo de la prensa, la radio y la televisión, con fuerte conducción política y control del aparato estatal, para ser parte también de nuevos medios gestados en la capacidad tecnológica ofrecida por internet. Las nuevas redes de intercomunicación social, en un país con el 42 por ciento de la población conectada (564 millones de personas), se encuentran entre las líneas estratégicas del Partido Comunista, imponiéndose una duplicidad en la gestión de los mensajes: comunicación vertical –mediatizada y de recepción masiva– controlada por el Estado; e interacción social: individual con un flujo en espiral. Internet es el reflejo de una nueva sociedad que germina, y para que no demuela viejas estructuras, el PCCh, liderado por Xi Jinping, pretende hacer de la red la articulación del país y de su sistema “socialista con características chinas”.

Palabras clave: Internet, comunicación, medios sociales, China.

The modernization of China, based on a constant growth –maintained by a market economy–, has motivated the creation of high-competitive digital communication companies. Within that context, the news production is no longer an exclusionary heritage of press, radio and television –highly influenced by the political structure–, it is also part of the new media which have been born in the Internet’s technological capacity. The new networks for the social intercommunication, in a country where the 42 of the population is online (564 million people), are inside the strategic lines developed by the Communist Party, which establishes a duplicity in the management of messages: vertical communication –mediated and massive reception– controlled by the State, and social interaction: individual and spiral flow. Internet is the reflection of a new society germinating, and the ChCP, led by Xi Jinping, is attempting –in order to avoid the demolition of the old structures– that the Net is the articulation of the nation and its socialism with Chinese characteristics.

Keywords: Internet, media, social media, China.

FERNANDO REYES MATTA es profesor de Comunicación Internacional y diplomático, además de director del Centro de Estudios Latinoamericanos sobre China de la Universidad Andrés Bello (Chile).

A MEDIADOS DE ENERO DE 2013 el China Internet Network Information Center (CNNIC) informó de que ese país asiático había alcanzado en el año anterior la cifra de 564 millones de internautas conectados, más que la población de toda la Unión Europea. En solo un año se sumaron a la red 51 millones de internautas. Dicho en otros términos, ya el 42 por ciento de la población de China está en internet, pero las proyecciones indican que en el 2015 el total de internautas en China llegará a los 750 millones. Fue en este escenario de intercomunicación en la sociedad donde tuvo lugar el XVIII Congreso del Partido Comunista de China, que eligió a su nuevo líder, Xi Jinping, quien todo indica que dirigirá el país hasta finales de 2022.

El anterior congreso, realizado en 2007, ya sentía la presencia de las redes sociales, pero aún sin considerarlas “la otra comunicación” frente al poder del sistema de comunicación imperante. En sólo cinco años las transformaciones de la sociedad china han sido profundas en relación a internet y la conformación de redes sociales en el país. Es un universo de inquietudes múltiples y diversas donde los internautas, especialmente los jóvenes, opinan, juegan, hablan de sus inquietudes, descuelgan sus ironías, muestran su cotidianeidad, compran, buscan gente, pasan más horas que ningún otro internauta en el mundo frente al computador o interactuando con internet desde sus teléfonos móviles. El proceso que se instaló técnicamente a mediados de los años noventa –bajo una lógica de planificación del PCCh, para reforzar el acceso a conocimientos necesarios a sus planes de desarrollo– asumió una expansión acelerada tras el Congreso del PCCh de 2007. A la vez, la modernización del país y la propuesta de un crecimiento constante, sustentado en la economía de mercado, llevaron a la creación de empresas de comunicación digital con alta competitividad.

En ese marco, la generación de noticias o el anuncio de hechos nuevos han dejado de ser patrimonio exclusivo de la prensa, la radio y la televisión –con fuerte conducción política y control del aparato estatal– para ser parte también de nuevos medios gestados en la capacidad tecnológica ofrecida por internet. El hipertexto y la triple “w” trajeron al espacio social chino lo que este nunca había tenido en toda su historia: la posibilidad de un diálogo social autónomo y dinámico. Todo ello, a pesar de los controles y censuras existentes en el país.

Y esto ha llevado a la constitución de dos planos de gestación de mensajes en la agenda informativa y comunicacional de la sociedad china:

- El plano de la comunicación con un flujo vertical (poder emisor/multirecepción pasiva) controlado desde las autoridades centrales y expresado mediante medios masivos de comunicación.
- El plano de la comunicación de interacción social, con un flujo en espiral (mensaje de origen individual o institucional menor/ ampliación creciente por recepción/emisión en red).

Si asumimos este enfoque teórico, cabe dar cuenta de las consecuencias que ello ha traído en la relación Comunicación/Sociedad dentro de China. La agenda informativa ya no es propiedad exclusiva de los sistemas de poder y del control político del país; esta también emerge del diálogo persistente y creciente dentro de la sociedad civil, sustentado en el universo de internautas más grande del mundo.

Parece pertinente utilizar como herramienta de análisis la aproximación teórica con la cual observamos la “comunicación alternativa” de comienzos de los años ochenta, especialmente en los países latinoamericana-



nos. El mensaje se origina en un núcleo mínimo pero, en tanto concuerda con audiencias receptivas a él por estar carentes de esos contenidos en los medios dominantes, se expande en una espiral creciente dentro de la sociedad. Algo opuesto a la relación vertical (flujo informativo-audiencia) de los medios masivos, especialmente antes de la era www. Esta aproximación –usando el concepto de polo dominante y polo dominado de Gramsci– explicó muchas de las experiencias vividas en los orígenes de los movimientos sociales contemporáneos y anticipó las redes de hoy. Hay un camino de Seattle 1999 a El Cairo 2011 que ilustra este devenir. No necesariamente es lo que encontraremos al estudiar este proceso en China, pero sirve de referencia teórica: allí importa mucho verificar cómo las experiencias de comunicación que se dan en el espacio *ciberciudadano* son recogidas o cooptadas por los medios masivos.

Específicamente, a comienzos de los años 80, se generó un interés especial por diversas formas de comunicación que en América Latina –y en cierta medida también en Europa y Estados Unidos– se estaban construyendo desde la base social. Ello a partir de la disponibilidad de recursos tecnológicos para crear radios alternativas, productoras de video independientes, agencias de noticias con flujos informativos más ligados al desarrollo social, revistas editadas por ONG, iglesias y otras instituciones distintas del *establishment* comunicacional dominante. Aquello llevó a un enfoque teórico que en términos gráficos se expresó de la siguiente forma:

Imagen 1: Tomada de “Alternative Communication: Solidarity and Development in the Face of Transnational Expansion”, Fernando Reyes Matta (Atwood y Mcanany 1986)

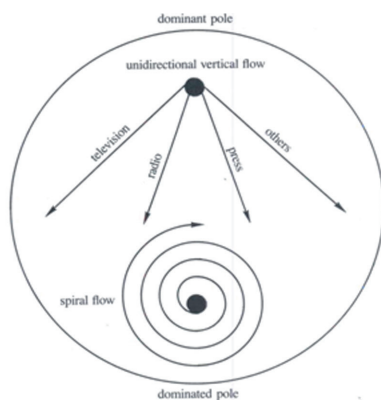


Figure 1. Communication Models

La realidad china no es aquella que se generó en América Latina y sus movimientos por el rescate de la democracia. En esta hubo una fuerte articulación social, desde la cual emergía la fuerza de las coordinaciones que los correos electrónicos y otras formas incipientes de redes hacían posible. En el caso chino, ya con internet en ebullición y con el hipertexto haciendo posible la instantaneidad en la comunicación, se constata una fuerte presencia de lo individual. Allí predomina la construcción de un fenómeno social derivado de la suma de millones de individualidades, concurrentes al ágora digital para encontrarse con otros, pero sin una conciencia (o una actitud deliberada) de constituir un colectivo.

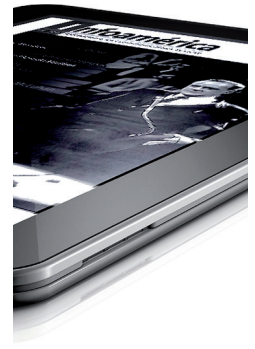
No obstante, hay ciertos elementos similares que llevan a hacer comunidad. Mensajes cuyo origen proviene de una persona, pero que rápidamente se convierte en proceso colectivo por la dinámica de comentarios que provoca, con lo cual deriva en un proceso acumulativo y en espiral dentro de la sociedad. Un tipo de mensaje que desborda fronteras, convoca interesados, hace emisor/receptor a todos, genera una agenda informativa que se va construyendo en tanto cientos de miles (con gran rapidez) toman un tema, lo comentan y expanden. Y en ciertos casos, además, se dan situaciones donde la información, al hacerse común y compartida, se convierte en factor de convocatoria para acciones de participación social colectivas, como las protestas contra la contaminación y el medio ambiente en Dalian, en agosto 2011; las informaciones sobre el accidente de tren de Wenzhou, que acabó con la vida de 39 personas y provocó todo un vendaval de protestas en internet, o el desbordamiento de las alcantarillas en Beijing, en julio 2012.

La revista *Hermés*, de Francia, a finales de 2009 se preguntaba: “Las tecnologías de lo virtual ¿están provocando nuevas transformaciones en las estructuras sociales de los países del Extremo Oriente? Internet ¿va a democratizar China y permitir que se eluda la prepotencia del Estado? ¿Cómo unas sociedades llenas de valores de orden y de armonía reaccionan ante el desorden provocado por unos usos individuales? Las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) ¿destruyen los valores comunitarios y favorecen un tipo de liberación de la persona?” (*Hermés*, 2009).

Tales interrogantes son pertinentes y concuerdan con las observaciones de este documento. Si las instituciones occidentales (de derechos humanos, de análisis político o de defensa de la libertad de prensa) son contundentes en condenar la censura en China –que la hay–, pero se concentran solo en eso, dejan que se les vaya por entre los dedos la multiplicidad de experiencias que demuestran cómo el contexto comunicacional chino ha entrado en un proceso de grandes cambios. Internet ha llegado allí “a despertar a la vez la emergencia del individuo y el triunfo de múltiples grupos de pertenencia” (*Hermés*, *op. cit.*).

LAS PLATAFORMAS PROPIAS

Cuando se dice que Google no está en China (aunque ofrece un buen servicio en chino desde Hong Kong), ni tampoco YouTube o Twitter, se señala un hecho cierto, pero que no inquieta mayoritariamente a los chinos. Estos tienen sus propias plataformas. Así Baidú, fundada a comienzos de 2000, es el equivalente de Google, pero con características más sofisticadas que este motor de búsqueda de dominio mundial. Baidú, además de ser chino y con ello tener una estrategia de mercado cercana a los internautas de China, ofrece –a diferencia de Google– la posibilidad de efectuar búsquedas de archivos de audio (MP3, WMA/SWF y otros). Es la plataforma principal para la búsqueda de música pop china y con alta calidad. Baidú pudo realizar estas búsquedas debido a que las leyes de la República Popular China no prohibían poner música en internet por cuestiones de derechos de autor. Esto va cambiando en parte, ya que China quiere defender sus propios derechos de propiedad intelectual, pero más allá de esta circunstancia Baidú es una plataforma altamente consolidada. Más allá de los problemas de censura que afectaron el desempeño de Google cuando quiso instalarse en China, la cuestión principal (como dijera un alto diplomáti-



co europeo en Beijing a este autor) fue su incapacidad de competir. En la actualidad el portal acapara más del 70 por ciento de las búsquedas chinas frente a Google, que tan solo cuenta con un 5 por ciento. Según el último estudio elaborado por ComScore en torno al ranking de buscadores mundiales, Baidú ocupa el tercer lugar con un 8,2 por ciento de las búsquedas a nivel global.

Si en el resto del mundo es fuerte Youtube, en China esa tarea la hace Youkú, dominando el mercado de videos *online* en ese país. Pero no es el único. Si bien, al igual que su seguidor Tudou cotiza en la bolsa de Nueva York, para expandir su poder debió invertir mil millones de dólares americanos en adquirir, precisamente, a Tudou, creándose así el mayor proveedor de video *online* en China, y de allí al mundo. Con todo, su influencia internacional es menor que la de Youtube, pero su dominio en el mapa de internautas en China es absoluto.

Otra comparación importante es en relación a Twitter. Aquí el sistema chino dominante se llama Sina Weibo. En su plataforma se ha vivido la explosión de los microblogs, pero un detalle no menor: los 140 caracteres, que en Occidente obligan a un mensaje breve y directo, en chino permiten un relato. Es la fuerza de un alfabeto ideográfico. Para traducir un relato chino al inglés se requieren tres páginas y media de Twitter. Con más de 300 millones de internautas, Weibo (microblog en mandarín) amplió su proyección en octubre de 2012, señalando que su servicio también estaba disponible en inglés, según informó el departamento de *marketing* de Sina.com, la empresa que creó la famosa red social en agosto de 2009. Los internautas que se inscriben en ese servicio no requieren declarar su identidad y teléfono como están obligados los ciudadanos chinos desde marzo de 2013, con lo cual ya se abrió una ventana en el sistema de control.

A diferencia de Twitter, que solo permite a los usuarios publicar, responder y retuits, los microblogs chinos permiten a los usuarios participar en foros de discusión conectados directamente a los tuits (que funcionan como un menú desplegable). Los derivados se pueden ejecutar por cientos, si no miles, de comentarios y son a menudo más interesantes y animados que los mensajes iniciales del tema. Los censores, por lo visto, controlan los mensajes iniciales o cabezas, pero menos a estos derivados. El 20 de marzo, frente a los rumores (que resultaron falsos) de un golpe de Estado ligado a la defenestración del gobernador Bo Xilai, se eliminaron los tuits relacionados con esa supuesta acción militar, pero no así los que estaban en la hilera de comentarios, los cuales se convirtieron en la persistencia de los rumores de inestabilidad.

Por último, es pertinente rescatar otro elemento en esta plataforma de acción de los internautas chinos: el teléfono móvil. Cada vez más chinos se conectan a la red sobre la marcha, un 75 por ciento del total de internautas. Y con ellos, dos gigantes de la telefonía, Huawei y ZTE, aumentan en capacidad e inventiva para aspirar a tener un papel dominante a nivel mundial. En total, 420 millones de chinos tienen teléfonos conectados a internet.

INTERNET Y LA COMUNICACIÓN DEL INDIVIDUO CHINO

Más allá de cualquier orientación autoritaria o consideración moral impuesta desde la jerarquía del PCCh, los diferentes estudios respecto al comportamiento de los internautas chinos revelan que internet se ha con-

vertido en una gran pasión para ellos; estos exploran la libertad virtual y las posibilidades que les entrega internet, no solo para acceder a los contenidos de su interés o interactuar con otros, sino también para generar sus propios contenidos con la mayor independencia posible.

Confirma esta percepción Yang Hengjun, uno de los blogueros más seguidos de China; en su opinión, para las nuevas generaciones internet trajo lo que faltaba en el camino del país hacia el desarrollo: un *espacio de creatividad* que permita a la juventud que creció en una China marcada por las transformaciones y las contradicciones del desarrollo crear sus propias referencias simbólicas, sus propios tejidos semánticos.

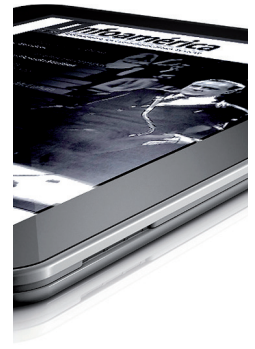
En el mismo sentido, Ping Ke, uno de los cofundadores de Antiwave, una de las páginas de *podcast* más famosas del país, afirma: “Mientras no rompamos la ley, podemos decir lo que queramos... Internet te enseña a aprender y buscar opiniones diferentes, a formar tus propias ideas. Los chinos hoy tienen el espacio y la posibilidad de expresar sus opiniones” (Méndez, D., 2010).

Jing Zhao, una figura clave en el nuevo periodismo por internet en China, dijo en una conferencia en TED que en todo esto había un juego permanente entre el gato y el ratón, entre el control y la forma de eludirlo y hacer circular las noticias.

“En estos últimos tres años, los movimientos sociales de los microblogueros han producido cambios en el gobierno local que se ha vuelto más y más transparente, porque no puede acceder a los datos que sí están viendo en Beijing, porque allá están los servidores. Sobre la historia del choque de trenes, quizá la pregunta no es por qué tuvieron 10 millones de críticas en cinco días, sino por qué el Gobierno central chino permitió la libertad de expresión en línea durante cinco días. Esto nunca había sucedido antes. Y es muy sencillo, porque incluso los grandes líderes estaban hartos de este tipo de funcionarios locales, de este reino independiente. Así que querían una excusa y la opinión pública (vía redes sociales) fue una muy buena excusa para castigarlos” (Jing Zhao 2012).

Si solo nos guiamos por los datos, las afirmaciones respecto a la importancia para su vida personal, que los usuarios chinos le entregan a internet, podrían resultar contradictorias. Al igual que muchos otros usuarios en el mundo, los cibernautas utilizan la web para buscar información (81,9 por ciento), escuchar música (79,2 por ciento), acceder a noticias (77,2 por ciento), mensajería instantánea (77,1 por ciento), juegos (66,5 por ciento), blogs (64,4 por ciento), video web (62,1 por ciento), correo electrónico (54,6 por ciento), sitios de redes sociales (51,4 por ciento), libros *online* (42,6 por ciento), compras *online* (32,4 por ciento) y foros / BBS (32,4 por ciento). Estos datos son de 2005, pero mantienen su validez proporcional. Como señala el profesor Guo Liang de la Academia China de Ciencias Sociales, internet en China funciona más como una “autopista de entretenimiento” que como la prometida “supercarretera de la información” (The Markle Foundation, 2005).

Sin embargo, en el caso de China, una afirmación como esa no puede ser definitiva. Por una parte, las normas del siglo XX y la burocracia vertical del Partido no parecen estar en condiciones de reaccionar con viejas armas de control frente a la horizontalidad y capacidad de mutación, tanto de la red como de los propios internautas. En la práctica, internet está haciendo que el PCCh también cambie, al igual que está haciendo cambiar a la so-



ciudad. Pero todo ello –y ahí no es fácil entenderlo para Occidente– en un país donde la norma del respeto al superior ha sido una enseñanza esencial de Confucio vigente hasta hoy.

A diferencia de lo ocurrido durante la época maoísta, el régimen inspira muchos menos temor; se tiene cuidado frente a los poderosos, pero ya no hay silencio. Esta naciente percepción, sumada al crecimiento de las expectativas, explicaría el recrudecimiento de la contestación social. “La población y, en particular, las masas populares, cuyo nivel de vida ha aumentado de forma brusca, encuentran natural que esa mejoría continúe. Cuando se interrumpe o, peor, cuando su nivel de vida experimenta un descenso coyuntural, ya no manifiestan la misma resignación que sus mayores, que hace 30 o 40 años no entreveían ningún medio de mejorar un nivel de vida bajo y estancado” (Bianco, 2002: 6-22).

Reflejo de la concepción psicológica de libertad individual que entregan las nuevas tecnologías y de la construcción autónoma que los usuarios hacen de las mismas, es el explosivo aumento en el uso de los microblogs que se ha observado en China en los últimos años. Ellos y sus plataformas dinámicas, que permiten distintas funcionalidades –interactuar, compartir archivos, como fotos o videos, o discutir sobre diferentes temas–, no solo han significado una transformación radical en la manera de comunicarse de los internautas chinos, sino que también han tenido un impacto social y político, que no ha pasado desapercibido para las autoridades.

En términos generales, los blogs son utilizados en su mayoría por jóvenes, nacidos entre los años ochenta y noventa. Ellos crecieron en un contexto de reformas económicas que los ha obligado a formarse y a competir; en un contexto social donde alcanzar la prosperidad económica se convierte en la principal preocupación y su vida pública se pone al servicio de sus ambiciones personales. “El valor central de la riqueza se expresa en las encuestas sobre actitudes llevadas a cabo entre los trabajadores que colocan las recompensas monetarias en un puesto alto en su lista de preferencias. Lo que se observa es un cambio profundo de los valores confucionistas de desprecio del comercio y el éxito financiero, que fue seguido de la sospecha maoísta del dinero como un arma básica del capitalismo. La fórmula de Deng 'enriquecerse es glorioso' se encuentra perfectamente en línea con la preocupación por el orgullo propio” (Olivier, G., 2003: 340-346).

Tradicionalmente, en la cultura china las personas aprenden a observar y reflexionar sobre su entorno; a mirar de cerca a los otros, a comparar. Sin embargo, las desigualdades que ha generado el acelerado crecimiento de los últimos treinta años cada vez son más difíciles de aceptar, y crean situaciones de resentimiento y otros problemas sociales. A la vez, hay una clase media emergente (ya estimada en 350 millones) que accede cada vez más a ciertos bienes (vivienda propia, automóvil, mejor educación, recreación, etcétera), pero al mismo tiempo espera más y exige más. Estas vivencias individuales experimentadas por los jóvenes son volcadas en las redes sociales, que actúan como amplificador.

LOS BLOGS Y EL OJO SOCIAL ATENTO

Aunque la mayor parte del contenido de los blogs es de naturaleza personal, un número cada vez mayor de usuarios de internet ha comenzado a utilizar este medio de comunicación virtual para generar su propio flujo de

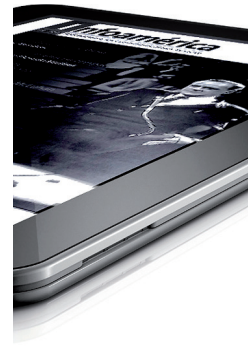
información, utilizando como fuente su entorno inmediato; el individuo, usuario de internet, observa que puede incidir en su entorno poniendo a disposición de otros información donde denuncia el abuso de poder o desvela actos que la autoridad pretende mantener ocultos. Esa libertad de expresión que no entregan los medios tradicionales abre una puerta en las redes sociales, a pesar de los esfuerzos de un cibercontrol estatal. En este contexto, se hace presente el individuo en interacción con la sociedad. Los blogs personales siguen siendo el lugar para las expresiones mundanas, pero crecientemente también representan un lugar para expresar el descontento o cualquier contenido que determine su autor. Cada vez más, los internautas comunes dan forma a protestas virtuales que, en casos limitados, logran alterar las políticas gubernamentales.

Según el análisis de contenido realizado por Esarey y Qiang en distintos foros, más del 61 por ciento de los *posteos* en blogs en China contienen alguna forma de crítica, en comparación con un 19 por ciento en artículos de prensa. Según la hipótesis de los investigadores, a pesar de la vigilancia estatal, los blogs son espacios mucho más libres y tienen más oportunidades para desafiar los lineamientos oficiales (Esarey, A., 2011).

Esta capacidad de generar información ha tenido impacto en la agenda de los medios masivos tradicionales. Y este es uno de los cambios clave registrados en China en los últimos años: la prensa y en buena medida la radio y la televisión ya no pueden ignorar ciertos temas que están “bullendo” en las redes. Así, ciertos medios han investigado casos utilizando como fuente de información las denuncias de cibernautas, que luego han tenido consecuencia en la aplicación de las leyes (De Burgh, 2011).

“Un ejemplo se dio en diciembre de 2012, cuando un alcalde - que había tenido una actitud irónica en medio de un accidente - llamó la atención por la diversidad de relojes lujosos que ofrecía en sus fotos. Como informó la agencia AFP al mundo, Yuan Zhanting, el alcalde de Lanzhou (noroeste), la capital de la provincia pobre de Gansu, fue el último alto responsable comunista acosado por los cibermilitantes chinos, que utilizan la web para denunciar lo que consideran actos de corrupción. Un internauta colgó fotos de Yuan con al menos cinco relojes diferentes, incluyendo un modelo de marca Omega que cuesta 150.000 yuanes (24.000 dólares), indicó el diario *Global Times*. El bloguero Zhu Lubao colgó esas imágenes en Sina Weibo, el equivalente chino de Twitter, para protestar contra una decisión de Lanzhou de condenar a una mujer a un año de campo de reeducación por el trabajo. Según un diario local, Zhou recibió luego numerosos llamados telefónicos de las autoridades de Lanzhou y de Pekín exigiéndole que borrara las fotos de su cuenta Weibo. El gobierno provincial de Gansu indicó en su sitio de internet que está 'considerando con gran atención' las imágenes que crearon gran agitación en internet”. Al final, el alcalde fue destituido del cargo (Publimetro, 2012).

Esta capacidad de autonomía que entrega internet no ha hecho más que multiplicar la transmisión horizontal de información y las actuaciones ciudadanas. Parte de eso ocurrió desde finales de 2010, cuando comenzaron los primeros movimientos de protesta de la Primavera Árabe, oportunidad que algunos internautas chinos (con alguna incitación externa) aprovecharon para replicar la información y leer esa protesta desde su realidad local. Ante esta situación, la censura estatal comenzó a bloquear en los buscadores de internet palabras como *democracia*, *Egipto*, *Túnez* o *jasmín*.



Más concreta aún ha sido tal acción frente a hechos internos. Por ejemplo, en 2011 las autoridades chinas bloquearon información sobre protestas en el interior de Mongolia, por lo que muchos sitios web de esta provincia autónoma convocaron manifestaciones contra la censura informativa. Lo mismo ocurrió con el levantamiento del pueblo de Wukan, en la provincia de Guangdong, donde los residentes llevaban varios meses protestando por la incautación de tierras de cultivo. Toda la información al respecto fue bloqueada y los comentaristas *online* fueron estrechamente vigilados. Pero, en definitiva, allí se produjo un proceso de participación ciudadana que el poder central, de forma inesperada y mostrando atisbos de cambio, decidió respetar.

Un ejemplo de la dinámica de diseminación de información es la *Hoja con sangre*, un mapa que compila todos los desalojos violentos vinculados a la propiedad y cuyo fin último es denunciar la urbanización sin control en diferentes regiones de China, que está destruyendo las vidas de muchos ciudadanos, y crear un movimiento de boicot a nuevos desarrollos urbanísticos irregulares (Severo, M. *et al.*, 2011).

En todo ello los internautas crean palabras, adoptan términos para expresar lo prohibido. Ejemplos hay muchos, pero uno especialmente ilustrativo fue referirse a los acontecimientos de Tiananmen, ocurridos el 4 de junio de 1989 con más de tres mil muertos, como “los acontecimientos del 35 de mayo”. Y cuando el sistema de censura lo descubre se inventan otros.

EL EFECTO SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Este nuevo flujo de información que posee una dinámica propia, imprevisible y que se origina en la interacción de miles de internautas trastoca radicalmente la concepción de los medios de comunicación tradicionales, posesionados del rol de establecer la agenda informativa, ciertamente en línea con la posición del Partido. Durante décadas, la agenda de temas de los medios masivos no solo estuvo guiada por la propaganda del régimen, sino también por otras restricciones: limitaciones regionales, sistema de licencias, alto costo de entrar al mercado y audiencias limitadas.

Con la llegada de internet, este escenario cambió radicalmente: audiencia ilimitada; bajo costo para acceder a la red; sin restricciones regionales; y, un cambio fundamental, la interacción con el público, que deja de ser un receptor pasivo y comienza a formar su opinión guiándose por los foros de internet, más que por los *mass media*.

Como resultado de esta transformación, la *agenda setting* –o la capacidad de los medios para fijar los temas sobre los que las personas deben hablar– se ve debilitada por el flujo de información que generan los internautas, ya que son ellos mismos quienes redefinen y reconstruyen la agenda pública (en una práctica de flujo espiral con ramificaciones crecientes). Hemos señalado que el régimen ha permitido a los medios tradicionales un periodismo de investigación –más supervisor que hostil– con el fin de controlar a los oficiales del partido y poner coto a la corrupción. En este contexto, diarios o estaciones de televisión han recurrido a las denuncias que llevan a cabo los internautas para realizar reportajes de investigación; por ejemplo, los efectos del terremoto de Sichuan, el escándalo de la leche contaminada con melamina ocurrido en 2008 o el incendio del rascacielos de la televisión pública china (CCTV).

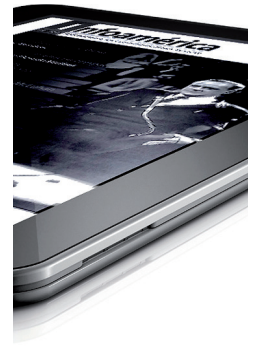
Por ello, las redes sociales comienzan paulatinamente a adquirir ese carácter simbólico de espacio público, todavía germinal, pero que denota la necesidad de crear un espacio de interacción entre millones de ciudadanos anónimos, que les da la oportunidad efectiva de participar en múltiples temas sociales que, al final, tienen un inevitable perfil político. Lo que está ocurriendo en China es la formación incipiente de una sociedad en red, que se vincula a través de diferentes comunidades, independientemente de su distancia geográfica. Como señala Castells, este flujo de información generada por los cibernautas crea una “autocomunicación en masa”, que permite a los ciudadanos expresarse libremente y ejercer la participación política a pesar de vivir bajo un régimen autoritario (Castells, 2010).

Por supuesto, el PCCh va asumiendo esta nueva realidad haciendo como siempre: observando, analizando y concluyendo ajustes ante los hechos ineludibles. De allí vienen las nuevas políticas y actitudes hacia internet. Por una parte, el dictado de normas que buscan mayor responsabilidad en los usuarios. Por otra, aprovechar internet como el mejor termómetro de lo que está pasando en la sociedad. Nunca tuvieron un instrumento tan masivo que al mismo tiempo diera cuenta de las tendencias emergentes en el país más poblado del mundo. Las instrucciones para que los funcionarios sepan proyectar sus planes, propósitos y logros en internet se han multiplicado. Ante la imposibilidad de silenciar el flujo de información que perjudica al régimen, se comenzó a dar un uso político a algunas denuncias surgidas en la red, como un mecanismo para luchar contra la corrupción y el abuso de poder, una de las mayores preocupaciones del Partido durante el último tiempo debido a la amenaza que puede significar para la estabilidad del sistema político.

Ante este escenario, algunas denuncias, que recaían sobre funcionarios locales corruptos o malas prácticas de empresas que no son censuradas por las autoridades, fueron tomadas por los medios oficiales y difundidas nacionalmente, con el objetivo de mejorar la imagen del gobierno. Esta práctica se ha ido generalizando en el último tiempo, debido al positivo impacto político que logra responder directamente a las quejas de las personas o las comunidades.

Pero existen también otras materias que acaparan la atención de los usuarios, como el futuro de China en el mundo, con posiciones que se enfrentan a la monolítica postura ideada por las autoridades chinas. Actualmente, muchos chinos son conscientes de la calidad de actor global que está adquiriendo China en el sistema internacional, un papel que se había debilitado durante el siglo XX.

Según una encuesta respecto al papel mundial de China, la mayoría de los consultados (77 por ciento) estaban de acuerdo con la afirmación “con su ascenso, los intereses globales de China se extienden y se enfrentan a un desafío constante”, mientras que el resto no apoyaba este enunciado. Lo interesante de esta cuestión para nuestro caso, es el conjunto de comentarios de internautas que generó esta consulta que acompañaba un artículo de *Financial Times*, el cual se replicó en medios chinos. “China no es un policía global... Solo protege sus intereses legítimos y no va a intervenir en la paz y estabilidad de otras regiones”, señalaba un internauta; otro mencionaba que China debía convertirse en “el mediador del mundo, un agente de paz para gestionar y coordinar”. Un tercero decía que China debía ser



“el líder contra la hegemonía del mundo” (Blog del Consejo Europeo de Relaciones Exteriores Madrid, 2012).

Sucesivamente, los participantes virtuales entregaron sus comentarios, utilizando como argumentos la situación interna, los nacionalismos, el papel de Estados Unidos, el futuro de la economía..., todos ellos ávidos de participar en la discusión respecto al futuro de su país, aunque las decisiones estén reservadas a la elite del Estado. Esta necesidad de opinión se repite en distintos foros y con diversos temas e intereses. En un movimiento que se retroalimenta, la palabra del individuo se legitima y es reconocida por el otro, quien no aparca estas ideas como *temas ajenos*; al contrario, se abre la puerta a la reflexión, a la argumentación, a la construcción de un espacio de debate.

HACIA UN NUEVO ESPACIO DE DINÁMICA SOCIAL

En síntesis, el desarrollo de internet en China se caracteriza por una dialéctica constante entre libertad y normatividad, que se expresa en distintos niveles. La autonomía del individuo, la creatividad, la autenticidad, el caos de la interacción, los diálogos capaces de atravesar fronteras y la incertidumbre que genera la disponibilidad de información se confrontan con la jerarquía, el control, la necesidad de orden y la armonía del sistema. Aunque la burocracia del régimen no duda en intervenir con fuerza en el espacio virtual y reducir la incertidumbre que genera internet, el dinamismo y la constante mutación de la red y de los internautas crean nuevos espacios de dinámica social y autonomía. También muchos de estos saben cómo usar los *proxies* (aceleradores de internet) para atravesar la *Gran Muralla digital*, pero sus opciones claramente son por los servicios chinos.

También es cierto que en China la Red es una suma de intereses muy diversos, donde los sitios de venta directa (una práctica muy alta y en creciente expansión), de intercambio de juegos, de consumo de música, de promoción de belleza y moda conviven con aquellos blogs dedicados a los temas más heterogéneos ligados a la vida cotidiana. Es la cacofonía de la red, lo cual no impide que muchos individuos utilicen la Red para convertirse en seres sociales y autónomos, interesados en dialogar con su entorno, con la ventaja de ser a la vez potenciales emisores y receptores. Es el poder de más de 300 millones de blogs en expansión unido al impacto de la mensajería instantánea móvil, aquella que ha dado forma a más de 65 millones de blogs.

Internet en China no quiebra las viejas estructuras, pero sí se ha convertido en un mecanismo que refleja los gérmenes de una nueva sociedad, necesitada de un espacio público y deliberativo, vedado todavía para la sociedad china. En conclusión, internet solo es un reflejo del paso a una “modernidad líquida” –categorización creada por Zygmunt Bauman– que está atravesando la sociedad china actual: “En las últimas décadas la semiosfera china se ha licuado: la anterior rigidez y limitación de informaciones y la anterior verticalidad unidireccional (de arriba abajo) de los mensajes emitidos ha dado paso a un espacio comunicativo superpoblado de mensajes, que aumenta las expectativas y basa parte de sus mecanismos de control justamente en la saturación informativa de datos irrelevantes” (Ollé, 2007: 1-21).

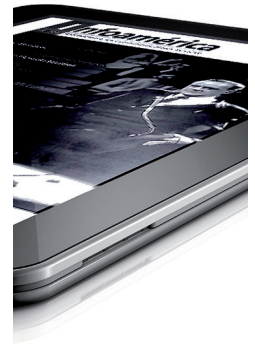
También es importante darse cuenta de otro hecho: la generación de internet ha emergido en la primera década, en 150 años de la historia re-

ciente china, donde no hay guerra con otro país ni hay un conflicto grave interno de confrontación política (y los que hubo en la víspera del Congreso del Partido de 2012 quedaron tras la opacidad del sistema). Y como existe esa atmósfera de convivencia social –unido a una transformación que en 30 años logró lo que en otros lugares del mundo requirió 200 años– las inquietudes y preguntas son otras. Y eso está cambiando los flujos de comunicación en China.

En cierta forma, esa proyección la colocó Yang Lan, una famosa empresaria de televisión de Shanghai, conocida en todo el país por su programa de entrevistas. Lo hizo en una conferencia en la serie TED, en julio 2011: “La gente está pensando en las siguientes preguntas: ¿Vamos a sacrificar el medio ambiente aún más para producir un mayor PIB? ¿Cómo vamos a realizar nuestra reforma social y política para mantener el ritmo de crecimiento económico, para mantener la sostenibilidad y la estabilidad? Y también, ¿cuán capaz es el sistema de autocorrección, mientras que al mismo tiempo maneja las fricciones y mantiene contentas a las personas? Creo que estas son las preguntas que la gente va a responder. Y nuestra generación más joven va a transformar nuestro país, mientras que al mismo tiempo, se van transformando ellos mismos” (Yang Lan, 2011).

China quiere ser entendida en lo que es, o supone ser: un proceso con su propia historia y su propia lógica. Aquello que dan en llamar “un socialismo con características chinas”. Llevará adelante las alianzas que sean pertinentes para ello y abrirá su mercado a otras expresiones culturales en tanto se acepten y reciban las suyas. Pero ese proceso, inevitablemente, seguirá trayendo cambios al ser y hacer de la sociedad china, de sus aspiraciones y, como consecuencia, de lo que sean sus demandas y contenidos comunicacionales. En ese contexto, surgen preguntas inevitables: ¿Dejará atrás el sistema de comunicación y de industrias culturales las prácticas propias de una economía centralizada para asumir los requerimientos de creatividad y competencia que les impone una economía de mercado? ¿Se adaptará el Partido Comunista de China y sus líderes a los cambios que el propio proceso de reformas ha traído a su sociedad? Un intento de respuesta, aunque con reservas, lo señala Liu Chang: “Si los medios tradicionales, caracterizados por el *one to many* (“de un punto a múltiples puntos”), pueden ser reemplazados por Internet, un medio de comunicación *many to many* (“de múltiples puntos a múltiples puntos”), nosotros tendríamos más libertad y podríamos llegar a ser grandes expertos en este campo. Eso parece bastante fácil de alcanzar en la medida en que la era de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en China no haga que la libertad degeneren en abusos de los derechos individuales, y que la democracia no llegue a ser sinónimo de anarquía” (*Hermés, op. cit.*).

Tanto el nuevo líder Xi Jinping como el Primer Ministro Li Keqiang saben que deberán conducir a China bajo estas nuevas condiciones de comunicación en la sociedad, de un pueblo mucho más atento a observar a sus autoridades y a opinar sobre sus acciones, especialmente cuando afectan de una u otra forma a sus vidas. Hacia el 2020 China tendrá más de 600 millones en la clase media y seguramente su PIB le habrá llevado a ser la primera economía mundial. En medio de eso, la marcha a más participación en un “socialismo con características chinas” (al decir de sus autoridades) tendrá a la red como articuladora principal del país.



BIBLIOGRAFÍA

- BIANCO, L. (2002), "Modernización al estilo chino", en "China, superpotencia emergente", *Vanguardia Dossier*, 2, julio-septiembre, pp. 6-22.
- CASTELLS, M. (2010), *The rise of the network society*, Oxford: Wiley-Blackwell.
- DE BURGH, H. (2011), "Nuevos medios y periodismo de investigación en China. El dragón se mueve", *Infoamérica*, 6, mayo-agosto.
- ESAREY, A. y QIANG, X. (2011), "Digital communication and political change in China", *International Journal of Communication*, 5.
- HERMÉS (2009), "Société civile et Internet en Chine et Asie Orientale", 55.
- MÉNDEZ, D. (2010), "Universitario en China", Fundación ICO, disponible en http://www.fundacionico.es/uploads/media/Universitario_en_China.pdf.
- OLIVIER, G. (2003), "China: new values in a changing society", en SOLER, J., *El despertar de la nueva China*, Madrid: Los Libros de la Catarata, pp. 340-346.
- OLLÉ, M. (2007), "China SL (Sociedad Líquida): cambio y polarización en la sociedad china contemporánea", *Papeles del Este*, 13, pp. 1-21.
- SEVERO, M., GIRAUD, T. y DOUAY, N. (2011), "Citizen protest in online networks: the case of China's bloody map", comunicación presentada en la 7º UK Social Networks Conference, Londres.