SigloXXI
Domingo, 7 de julio de 2019 ■ LA NUEVA ESPAÑA
12345678910111213141516

Daniel Méndez Morán.

Daniel Méndez Morán

Periodista y sinólogo, publica "136: el plan de China en América Latina"

"En el 5G China tiene el liderazgo tecnológico"

"Asturias no ha de inspirarse mucho en el país asiático, pero sí en sus ganas de aprender y en su capacidad de adaptarse y centrarse en la tecnología"

Tino PERTIERRA

El periodista y sinólogo Daniel Méndez Morán (Gijón, 1982) derriba la gran muralla de desconocimiento que existe sobre el universo chino. Después de estudiar dos años en la Universidad de Beijing, escribió "Universitario en China: Así son los futuros líderes del país". Ahora da un paso más con "136: el plan de China en América Latina".

–¿Por qué China?

–Todo empezó más o menos en 2004. Estaba a punto de acabar la carrera de periodismo y quería especializarme en una región que fuera a impactar en el resto del planeta, que estuviera cambiando mucho y que tuviera un idioma hablado por millones de personas. China era la opción natural y en 2005 me embarqué en la entonces Licenciatura de Estudios de Asia Oriental. Después conseguí una de las becas de la Fundación ICO (Instituto de Crédito Oficial) y llegué a China en septiembre de 2007, cuando el país se preparaba para los Juegos Olímpicos de Pekín. El momento perfecto.

–Pekín, día 0.

–Al principio todo te sorprende. Los colores, los olores, los caracteres chinos. El choque cuando bajas del aeropuerto y comienzas a interactuar con la gente es bastante fuerte. Te sientes todo el rato en fuera de juego: no comprendes ni el idioma ni la cultura, ni siquiera puedes decir tu nombre porque nadie te entiende. Con el tiempo va pasando.

–¿Qué tópicos o prejuicios dejó atrás?

–Muchos. Por ejemplo, el estereotipo de que los chinos son cerrados a todo lo que viene de fuera. Es todo lo contrario: están obsesionados con viajar, aprender de otros países y practicar inglés. Por eso ahora tenemos casi 100 millones de turistas chinos por todo el mundo.

–¿Otro estereotipo que olvidar?

–Que los chinos son aburridos o poco dicharacheros. Se debe a que los chinos en España trabajan en pequeños comercios, provienen de una región muy particular y no dominan el español. En realidad, los chinos son muy campechanos y habladores.

–¿Cómo lleva la sociedad china su régimen dictatorial y su economía de mercado?

–Con bastante naturalidad. Al grueso de la población no le preocupa la política lo más mínimo y, mientras la economía vaya bien, la mayoría de chinos estarán satisfechos. La propaganda, el control de los medios de comunicación y la ausencia de oposición política contribuyen a esta pasividad política. La sociedad china se ha acostumbrado muy rápido a la economía de mercado: ganar dinero se ha convertido en el único sinónimo de "éxito".

–¿Qué planes tiene China para América Latina?

–China busca consolidar su poder económico y defender sus intereses, y lo hace en todas las dimensiones en las que una potencia puede hacerlo. En América Latina en particular, se ha centrado mucho en inversiones en recursos naturales. También hay un esfuerzo muy grande por desarrollar su tecnología, subir peldaños en la globalización y hacer productos y servicios más sofisticados. China sabe que vivimos en la sociedad del conocimiento y apuesta muy fuerte por ello.

–¿Pekín propone planes a la carta según sus intereses en cada país?

–La estrategia y los proyectos cambian mucho según el país. Y no se trata sólo de China. Tanto Brasil como Argentina son potencias en el sector de la soja, y Perú y Chile, en el cobre. Tiene todo el sentido para China, cuyos proyectos en América Latina son muy nuevos, buscar lo más destacado de cada país. En mi libro hablo detalladamente de algunos de los proyectos más importantes en cada nación latinoamericana, de forma que, a través de un caso concreto, podemos comprender las estrategias generales de China.

–¿Qué manda en la "invasión" china, el interés económico o el político?

–No hablaría de "invasión", sí de relaciones desiguales o asimétricas, en las que China, por el peso de su economía, tiene mucho más poder de negociación que pequeñas naciones latinoamericanas que, a menudo (no todas), tienen graves problemas financieros.

–Pero ¿interés económico o político?

–Económico. Antes de empezar a escribir el libro no tenía intención de hablar tanto de economía, pero todos mis interlocutores (empresarios, diplomáticos, funcionarios) me llevaban hacia aquí. La estrategia de China, a la diferencia de lo que hizo la URSS, es la de "moneyfirst": primero consolidar su economía (en tamaño, efectividad, tecnología e I+D) y, a continuación, utilizarla como herramienta para sus intereses políticos.

–¿China sabía desde el principio que la colisión con EEUU era inevitable?

–China desconfía de EE.UU. desde siempre. Es su primer socio comercial y desde los años 80 se ha dedicado a conseguir inversiones de sus empresas y venderle productos a sus consumidores, pero Pekín siempre ha tenido relaciones tensas con Washington, en particular por una política exterior que consideran beligerante y militarista. Siempre, desde mucho antes de Trump en el poder.

–¿Trump es el enemigo ideal para el paciente y calculador gigante chino?

–Con Trump uno no sabe qué decir. Es el presidente de Estados Unidos más impredecible de la historia, y me imagino que el gobierno chino estará anonadado con sus cambios de rumbo y su política a golpe de tweet. Trump es un chollo para China, porque sus desmanes, comentarios racistas y caprichos hacen parecer a los líderes chinos como personas sensatas. Por otro lado, China se aprovecha de mercados abiertos en el extranjero (como el estadounidense) mientras mantiene el suyo cerrado en muchos sectores, y tal vez Trump sea un visionario capaz de cambiar eso. Yo tengo mis dudas.

–¿El 5 G es el nuevo campo de batalla y Huaweii un caballo de Troya?

–Con el 5G -una tecnología muy importante en términos económicos y estratégicos- hemos visto por primera vez que una empresa china (Huawei) tiene el liderazgo tecnológico. Esto pone nerviosos a algunos dirigentes en Estados Unidos, que desconfían de la empresa china para proteger la información. El enfrentamiento en este tema es una muestra más de cómo avanzamos hacia un mundo de creciente competencia tecnológica entre EE.UU. y China.

–¿La estrategia china de influencia cambia en Europa?

–Por supuesto. Aunque las relaciones internacionales no son un juego de suma cero, hay regiones en las que la mayor influencia de China supone también una menor influencia relativa de la Unión Europea (UE). En América Latina también es así, en particular con España, que tiene muchas inversiones e intereses en el continente. Pero la UE sigue siendo un actor fundamental en el mundo y el conjunto de su economía sigue siendo superior a la china. Las estrategias tendrán que cambiar para adaptarse a la potencia asiática.

–¿Hay oposición en la sociedad americana o lo ven como una oportunidad de oro?

–Hay las dos cosas. Muchos proyectos han generado grandes polémicas en América Latina. Es el caso del DragonMart en México. La población se ha movilizado porque percibe que China sólo quiere vender sus productos manufacturados y comprar materias primas. En Perú preocupan las consecuencias sociales o medioambientales de algunos proyectos mineros. Por otro lado, muchos latinoamericanos creen lo contrario: que como China es un país en desarrollo y promueve la cooperación entre los países del Sur, va a ser la solución a todos sus problemas. Los dos se equivocan. La realidad está en un punto intermedio y los países latinoamericanos (con sus fortalezas y debilidades) deberían diseñar sus propias políticas de desarrollo e intentar aprovechar los aspectos de China que les puedan beneficiar.

–¿Cuándo será China la primera potencia mundial?

–Nadie sabe si ese día llegará. La historia está llena de países que se iban a convertir en la primera potencia mundial (Argentina, Brasil, Japón, la URSS…) y no lo lograron. Sí es probable que China siga subiendo peldaños y acercándose cada vez más a Estados Unidos. En tamaño podrían estar cerca en 15 años, pero desarrollo tecnológico, condiciones de vida o poderío militar, queda mucho.

> Los chinos no son cerrados –hay cien millones de turistas por el mundo–, son campechanos y dicharacheros, nada aburridos

> Desconfían de Estados Unidos desde mucho antes de la llegada de Trump al poder, porque la política exterior de Washington les parece beligerante

> Aprendí mandarín y es muy enriquecedor, pero las oportunidades laborales son mucho menores de lo que se suele creer. Hay que aprender inglés

> Al grueso de la población no le interesa la política y mientras la economía vaya bien estarán satisfechos. La propaganda y el control contribuyen a esa pasividad

–¿Será posible algún día algo parecido a la caída del Muro de Berlín en China?

–Nadie imagina algo así. El Partido Comunista se las ha arreglado para acabar con cualquier oposición política y los movimientos sociales son muy débiles en China. El gobierno también mantiene un fuerte control sobre la economía y ha sabido ganar legitimidad entre sus ciudadanos. Es más probable que la oposición venga desde dentro del propio Partido Comunista que desde fuera.

–¿El calentamiento global deja frías a las autoridades chinas?

–China es uno de los países más interesados en luchar contra el cambio climático. Las manifestaciones más importantes de los últimos años han estado relacionadas con este tema. Allí es muy grave, mucha gente va con máscaras por la calle y los niños no salen al recreo cuando los niveles de contaminación son muy altos. Pero, para luchar contra el cambio climático hay que reducir industrias contaminantes y despedir a muchos trabajadores, y no es fácil.

–¿Los ejércitos más poderosos de China ahora son las excavadoras?

–En China han conseguido realizar obras de infraestructuras brutales en tiempo récord. Lo están empezando a hacer fuera de sus fronteras. Es uno de los sectores claves para China en el exterior (en América Latina en particular), porque se benefician de bajos costes, mucha experiencia en su país y financiación ventajosa de los bancos estatales.

–¿Aconsejaría a los jóvenes que aprendieran chino cuanto antes?

–Primero, inglés. Después, si te interesa el chino y lo quieres aprender, adelante. Yo lo he hecho y es sumamente enriquecedor, aunque las oportunidades laborales son mucho menores de lo que la gente suele creer.

–¿Qué debería imitar Asturias de la forma de trabajo china?

-Asturias no debería buscar demasiada inspiración en China. Asturias es, en términos globales, una región muy próspera (mucho más que el conjunto de China), con excelentes condiciones de vida y magníficos servicios sociales. Podríamos aprender de las ganas de aprender, del énfasis en la educación de los chinos y de su capacidad para adaptarse a los nuevos tiempos y centrarse en la tecnología. En Asturias la gente está acomodada y se cree que con acabar una carrera a los 23 años ya se ha aprendido todo.

–¿Cómo prepara China a sus futuros líderes, hoy jóvenes en la Universidad?

–Con un sistema educativo muy exigente. Su examen de acceso a la universidad, selecciona a las mejores mentes de un país muy grande. También hay cada vez más estudiantes chinos en el extranjero (en particular en EE.UU.). Es una juventud muy bien formada, que tiende a carreras técnicas o económicas, sin aspiraciones políticas y buscando trabajar en grandes empresas.

–Las revueltas de Hong Kong, ¿una patata muy caliente para Pekín?

–Sin duda. Hong Kong es una región con libertad de prensa, manifestación, sindicatos independientes... que forma parte de China, pero tiene moneda y gobierno propio y esto genera muchas tensiones, especialmente entre los jóvenes hongkoneses, que ven con malos ojos cualquier injerencia de China.

–"Diseñado por Apple en California. Ensamblado en China".

–China y Estados Unidos tienen tantos vínculos, tantas empresas con un pie a uno y otro lado del Pacífico, que es imposible romper eso. Apple tiene su mayor mercado en China. Las economías están fuertemente vinculadas y esa puede ser la mejor forma de evitar un conflicto mayor.

–... Pero...

–China no quiere seguir ensamblando toda la vida, quiere inventar nuevos productos, más sofisticados y modernos, y venderlos en todo el mundo. Ahí surge el conflicto, como pasa con Huawei y la tecnología 5G. China está consiguiendo que se hable del "Diseñado en Shenzhen" o "Diseñado en Shanghai".

–¿Usted usa un móvil chino?

–Sí. Un Huawei que cambiaré por un Xiaomi. Hay muchas empresas que hacen productos excelentes a muy buen precio. ¡Y, al final todos los móviles vienen de China!