

17 julio 2006

CHINA

Un modelo desafiante

*China sigue siendo ese gigante que está despertándose para dejar atónito al siglo XXI. Teniendo en cuenta lo que ha realizado en estos últimos 28 años, se puede afirmar que el siglo XXI podría ser chino, así como el XX fue norteamericano y el XIX inglés. Son varias las columnas que, con admiración, he dedicado a este fenómeno de raza amarilla, resultante de la mezcla de un agresivo capitalismo de corte occidental y una milenaria cultura típicamente oriental ("La China de Den-Ziaoping", "China comunista, una revolución exitosa", "China capitalista, una tercera vía", "Relevo de timonel", "La Carta de Navegación", "La hora del Gigante"). El último número de la revista **Nueva Sociedad** (Caracas n° 203, mayo-junio 2006) le acaba de dedicar al tema un dossier de 151 páginas titulado "El desafío chino" con 12 artículos de especialistas (dos de ellos investigadores de China continental). Destacaré algunos tópicos.*

Relaciones China-América Latina

Xu Sicheng, Vicepresidente de la Asociación China de Estudios latinoamericanos, ofrece un artículo donde analiza las diferentes etapas de las relaciones sino-latinoamericanas desde la fundación de la República Popular China. En los años 50 y 60, China implementó una estrategia de diplomacia "entre pueblos", que incluyó un fuerte apoyo a los movimientos nacional democráticos (revolucionarios) de la región. En los 80 y 90, en cambio, realizó un reajuste, buscando desarrollar lazos políticos y comerciales más allá de las diferencias ideológicas y priorizó el diálogo con los mayores países (Brasil, México y Argentina). Al ingresar en el siglo XXI, China viene desplegando una diplomacia omnidireccional y multifacética: los intercambios comerciales crecen rápidamente y los lazos políticos se vienen acentuando.

Desde el punto de vista de relaciones comerciales (según el mexicano León-Manríquez), no se puede generalizar, sino hay que agrupar por países. Un primer grupo que resulta beneficiado -en el que está Venezuela- lo conforman países exportadores de petróleo y hierro, productos que tocan la vena yugular de la economía china. China es hoy el segundo importador y consumidor mundial de hidrocarburos. En esta perspectiva, es recomendable y urgente el proyecto que alimentan los presidentes Chávez y Uribe de un oleoducto colombiano que le de salida directa al petróleo venezolano hacia el Pacífico. Un segundo grupo, damnificado en sus exportaciones de manufacturas, está conformado por México y países de Centroamérica que están inundados de productos chinos así como su principal mercado de exportación, Estados Unidos. Un tercer grupo es el de países exportadores de materias primas y alimentos (como Chile, Brasil, Argentina, Perú, Colombia), que tienen buenos nichos para sus exportaciones hacia la gigantesca población china. El artículo de Pérez Le-Fort (chileno) de tipo estratégico, es tranquilizador en el sentido de que a pesar de que la relación China-Estados Unidos no es la mejor, sin embargo se encuentra en un buen momento. Y aunque EUA mantiene hegemonía celosa en la cuenca del Pacífico, no se prevé en 50 años una grave disputa económica, política y militar entre los dos gigantes (EUA-China), que obligara a nuestros países a alinderarse como en la segunda Guerra Mundial. De modo que hay espacio y licencia para que cada país nuestro busque la relación con China que mejor le convenga.

De todos modos, como lo advierten los investigadores mexicanos Correa López y González García, desde el punto de vista de inversión extranjera directa (IED), China representa un competidor fuerte para América Latina. Ha sido hasta ahora de todo el mundo en desarrollo, el principal receptor (con 50.000 millones de dólares al año). Con mucha ventaja sobre los países de AL, que siguen teniendo dificultades para insertarse en la economía mundial.

Sobre las perspectivas de cooperación Sur-Sur (China-Brasil), Altemani de Oliveira ofrece un interesante artículo. Y Haro Navejas, de su estudio sobre la relación de China con México y Estados Unidos de Norteamérica, concluye que México tiene mucho por hacer para ponerse a la altura de su socio y competidor asiático.

Moraleja. *No le demos la espalda al Dragón. Estamos perdiendo la competencia con China. Pero podemos aprender mucho de sus políticas y estrategias exitosas, que lo van conduciendo de país tercermundista a país integrante del G-8. Sólo nos falta acrisolar esa cultura o sabiduría, de hormiguitas con tenacidad y previsión, que saben sembrar, laborar e invertir para un futuro próspero. "Paciencia...eso lleva tiempo" (Xuyao Shijian).*

¡FELICES Y SANAS VACACIONES

www.saber.ula.ve/observatorio