

Il saggio si apre con la definizione dei principali concetti sui quali verterà l'analisi: la nozione di irradiazione, influenza e intelligence culturali.

In particolare, l'irradiazione culturale è la percezione che un dato Paese dà di se stesso all'esterno. La cultura ne è l'obiettivo finale, ma nella prospettiva di migliorare l'immagine dello Stato in questione.

L'influenza culturale invece va oltre, poiché la cultura diventa anche uno strumento attraverso il quale modificare lo stato delle cose. Le tattiche d'influenza culturale possono inoltre essere usate come ausilio alla diplomazia classica, strumento nella guerra economica o nella geopolitica.

Infine, l'intelligence culturale consiste nell'utilizzo degli strumenti dell'intelligence economica al servizio della cultura. Essa può essere definita anche come l'utilizzo della cultura come vettore capace di facilitare l'attività economica. Secondo Mousnier, il campo culturale è dunque destinato a diventare una delle scommesse economiche più importanti negli anni a venire.

È interessante l'uso di queste tre definizioni nel territorio francese: i tre concetti sono spesso confusi ma il più usato sembra essere quello di "irradiazione culturale". Ovviamente parlare d'irradiazione o influenza pone dei problemi di accettazione e il termine irradiazione ha sicuramente un'accezione più positiva.

Per quanto riguarda l'influenza culturale, è importante precisare alcuni termini chiave che la denotano. Innanzitutto c'è quello di potenza, ossia la capacità di uno Stato di ottenere quello che desidera da parte di un'altra nazione. Per farlo esso può usare la minaccia, promettere una ricompensa o usare la seduzione. L'arma della seduzione è un *soft power* e spesso dipende dall'attrazione che una certa ideologia o la cultura di uno Stato esercita all'esterno. Questo potere di cooptazione può anche dipendere dalla capacità di manipolare le scelte politiche altrui in modo tale che la parte in causa abbia paura a esprimere certi desideri perché teme possano sembrare irrealistici. Al contrario, l'*hard power* consente il perseguimento di determinati risultati attraverso l'uso della forza militare o economica. Infine, lo *smart power* è l'utilizzo ponderato di tutti gli strumenti del potere.

Nye, in un'intervista concessa nel 2010, spiega che sarebbe sbagliato collegare il *soft power* unicamente agli artefatti culturali perché sono i valori, più

della cultura, a legare un individuo a un luogo. In altre parole, per esempio, non è sufficiente amare la cultura popolare americana per sognare di essere americani; dunque bisogna sempre tener conto del contesto in cui si parla.

Quando un'azienda o un'ONG intende servirsi del *soft power*, la cosa più semplice che può fare è utilizzare il *soft power* già creato dal proprio Stato per trarne vantaggi. È quanto è avvenuto per esempio negli Stati Uniti dopo la Seconda Guerra Mondiale quando "l'American way of life" diventava dominante e tante aziende decidevano di cavalcarne l'onda. In Giappone, più recentemente, le aziende che si occupavano di videogiochi, manga o forme simili di intrattenimento si sono comportate in maniera analoga e hanno beneficiato dell'azione dello Stato. Per quanto riguarda la Francia, è risaputo che lusso, gastronomia e cultura sono i tre elementi trainanti del *soft power* d'Oltralpe. Purtroppo però questa triplice combinazione impedisce al Paese di promuovere il valore industriale interno.

Un organismo non statale può comunque cercare di creare autonomamente un *soft power* e per farlo potrà servirsi degli strumenti classici quali le norme, il mecenatismo, il lobbying o il ricorso al diritto.

Google rappresenta un caso emblematico: la sua strategia consiste nell'offrire una serie di servizi, inizialmente gratuiti, anche alle aziende, per poi renderli a pagamento. Nessuno è obbligato ad aderirvi, ma nella maggior parte dei casi le imprese preferiscono non rinunciare al servizio.

Google, Twitter o Facebook si pongono come interfaccia tra il cliente e l'impresa: l'azienda che desidera avere accesso ai dati dell'internauta raccolti da questi siti deve necessariamente pagare. Ecco dunque degli ottimi esempi di *soft power*: aziende che hanno saputo creare dei nuovi riti, instillare nuovi bisogni e catturare la maggior parte degli utenti internet.

L'esperienza vissuta dal cliente, l'uso del prodotto o servizio e l'appartenenza che esso offre a un dato gruppo sociale, sono i fattori attraverso i quali il consumatore si affeziona al marchio e in ciò risiede il *soft power*, che si esercita attraverso una dilatazione della realtà, attraverso un legame uomo-macchina che non va però a discapito della componente sensibile (al contrario, è la macchina che si adatta all'uomo e non viceversa).

Sta poi alle aziende diventare “pervasive company”, per portare il cliente-utente ad aderire completamente al marchio attraverso i diversi mezzi informatici e digitali.

Entrando nel merito della situazione della Cina, si può innanzitutto osservare che il discorso ideologico ufficiale cinese prevede due contenuti diversi, destinati a due target distinti: la popolazione cinese e il resto della popolazione mondiale.

Il concetto politico di società armoniosa è fondamentale nell’ambito della politica cinese e risponde a diverse questioni che riguardano la salute, l’ambiente, l’etica e tutti gli elementi d’instabilità sociale. I principi e gli obiettivi della società sono molteplici: aumentare il benessere della popolazione soddisfacendone i bisogni materiali e culturali, puntare sullo sviluppo scientifico per lo sviluppo armonioso dell’uomo e della natura, attuare una politica di riforme, estendere la democrazia e la legislazione, fare in modo che le riforme accompagnino lo sviluppo e preservare la stabilità e l’unità del Paese, fare in modo che l’ordine e la stabilità politica e sociale regnino sovrane e infine preservare la direzione del PCC.

Il concetto di stabilità è sicuramente il più interessante fra questi, poiché non è semplicemente legato alle teorie orientali votate alla ricerca dell’armonia tra uomo e cosmo. In un Paese governato da una dittatura comunista, stabilità significa piuttosto evitare a ogni costo la perdita dell’assetto vigente e fare in modo che il governo continui a godere del consenso. Il concetto di “società armoniosa” è descritto con termini vaghi ed è senz’altro estraneo alla realtà dei fatti in Cina, dove la popolazione deve continuamente fare i conti con un reddito bassissimo, condizioni di vita e di lavoro al limite dell’umano, espropriazione forzata di beni a intere popolazioni, inquinamento, attacchi ambientali e scandali alimentari.

Tuttavia la Cina si rivolge all’esterno facendo riferimento alla costruzione di un mondo armonioso, come rivelano alcuni temi cardine dei discorsi ufficiali di Hu Jintao: la Cina è presentata come generosa, unificatrice, votata alla legalità, promotrice di cooperazione tra i popoli, democrazia e concordia, oltre che sostenitrice di una propria visione di olismo ontologico. La Cina fa quindi appello al rispetto reciproco tra i Paesi, alla democrazia delle relazioni internazionali, all’orientamento mondiale al progresso, alla propensione al progresso della civiltà

umana, alle politiche di non belligeranza e a una cooperazione tra Paesi al fine di proteggere la Terra.

Il Presidente della Repubblica Popolare Cinese, d'altro canto, ha proposto una politica interna di salvaguardia degli interessi del Paese pur nel rispetto della cooperazione e della pace estera. Ha inoltre affermato di opporsi al terrorismo, all'egemonia e alla prevaricazione del forte sul più debole e di non partecipare alla corsa agli armamenti. La retorica ufficiale cinese, con i suoi toni mielosi e rassicuranti, serve ovviamente a celare una realtà ben diversa, ovvero l'intenzione di aumentare l'influenza e lo sviluppo economico a livello mondiale indisturbatamente.

Per perseguire tale scopo, la Cina si serve di alcuni meccanismi ben precisi, che per il momento non sembrano comunque sufficienti a mascherare la realtà della situazione. Uno strumento interessante all'interno della strategia di *soft power* cinese è costituito, per esempio, dalla rete degli Istituti Confucio.

Dall'inizio degli anni 2000, nella società cinese si è riscontrato un ritorno al Confucianesimo in diversi ambiti: da quello educativo, con la creazione di scuole confuciane, a quello spirituale, con il restauro dei templi e la ripresa dei rituali.

Questa ripresa del Confucianesimo è fortemente collegata al discorso della società armoniosa cinese. Il modello sociale proposto da Confucio è strettamente piramidale, quindi ben si adatta a quello comunista; per entrambi l'interesse del singolo è subordinato a quello del gruppo e l'obbedienza assoluta al leader non deve mai essere messa in discussione. Ecco allora che il Confucianesimo è diventato uno strumento al servizio del *soft power* cinese.

La rete degli Istituti Confucio promuove la conoscenza della lingua e della cultura cinese, è un punto d'incontro tra Oriente e Occidente e un luogo di collaborazione e di interazione con le istituzioni presenti sul territorio, con una presenza in varie città del mondo dal 2004. Una delle caratteristiche principali di questi Istituti è di appoggiarsi alle strutture universitarie dei Paesi dove si insediano, condizione che permette loro di godere di molte agevolazioni e spesso di accedere anche a fondi universitari.

I diversi istituti di promozione linguistica e culturale possono essere direttamente associati alla politica governativa di un Paese oppure possono

dichiararsi indipendenti; altri ancora si votano alla ricerca e agli scambi accademici. Gli Istituti Confucio, in particolare, sono finanziati dall'Ufficio Nazionale Cinese per l'insegnamento del cinese come lingua straniera e sono uno strumento fondamentale nelle strategie di propaganda internazionale.

I blog francesi mettono in guardia sullo stampo eccessivamente patriottico e comunista dei testi usati negli Istituti Confucio, soprattutto di quelli destinati ai Paesi africani. Tuttavia questi Istituti continueranno a lungo a godere del sostegno dei loro dipendenti, segno di come la loro influenza possa essere celata anche agli occhi degli stessi funzionari di questo potere.

Gli Istituti Confucio si rivolgono a un pubblico molto vasto: gli studenti stranieri, i cinesi d'oltremare e i membri delle minoranze etniche della Cina. I loro obiettivi consistono nel fomentare lo sviluppo del mandarino standard, tralasciando invece la lingua dell'economia cioè il cantonese, puntare alla stabilità politica contro il divario Oriente/Occidente e trarre beneficio dai meccanismi della diaspora da un punto di vista complementare all'economia. La missione degli stessi Istituti consiste nel rilasciare diplomi di mandarino; sostenere le attività di insegnamento locale e partecipare alla diffusione della cultura cinese.

Gli Istituti Confucio sono un'ottima strategia di guerra adottata dal *soft power* cinese, che cambia da Paese a Paese. L'insegnamento della lingua cinese rimane ovviamente una costante; ciò che cambia sono le attività culturali e le conferenze che vengono organizzate conformemente agli interessi del luogo. Ogni Istituto Confucio viene dunque adattato alle esigenze locali. È possibile notare una forte presenza degli Istituti nei Paesi anglosassoni, dove ci si concentra sui processi degli scambi commerciali con la Cina, oltre che sull'insegnamento della lingua. D'altro canto, la visita del Primo Ministro cinese in Uganda ha confermato l'interesse del Paese asiatico per quello africano e in quell'occasione si è parlato di comprensione e amicizia tra i due popoli.

Esistono Istituti Confucio e Scuole. I primi sono più diffusi in Europa, i secondi in America; in ogni caso nessun continente è stato tralasciato. Analizzando la diffusione geografica degli Istituti e delle Scuole nel mondo, dal 2004 al 2010, si evince che lo sforzo di diffusione è stato fatto essenzialmente durante i primi quattro anni, mentre successivamente ci si è concentrati sul volume di enti, sparso

in ben 76 Paesi.

Il 53% degli Istituti è diffuso negli Stati Uniti e in Europa; il 20% in Asia. Ben il 56% è però concentrato in tre Stati: Thailandia, Giappone e Corea del Sud. Non è un caso che questi ultimi due Paesi sono i portatori dei maggiori interessi economici e geostrategici per la Cina. Al contrario, nessun Istituto è presente a Taiwan. Ne troviamo invece 23 in Oceania e 51 in Africa e America del Sud. In questi ultimi due continenti si rileva soprattutto la presenza di Scuole, dato il minor numero di università presenti in queste zone.

Ospitati in strutture educative quali le università, gli Istituti e le Scuole ne traggono tutti i vantaggi possibili: diffondono un messaggio positivo presso i giovani sull'impegno cinese a creare una società globale più armoniosa; possono reclutare gli elementi più validi; sono in grado di captare informazioni; penetrano la rete universitaria e possono servirsi dei finanziamenti alle strutture.

Nei BRICS il *soft power* cinese arriva a operare in modo più specifico. L'influenza cinese in Brasile, per esempio, ha avuto inizio alla fine degli anni '70 ed è stata ufficializzata attraverso diversi accordi nel corso degli anni a seguire, definendo sostanzialmente tre obiettivi: in primo luogo, promuovere l'uso del mandarino e del portoghese per gli scambi bilaterali, tanto che molti testi classici dei due Paesi sono stati tradotti nella lingua dell'altro, raggiungendo degli standard molto elevati; in secondo luogo, ottenere il controllo della stampa attraverso la cooperazione tra le agenzie preposte dei due governi; infine, puntare sulla cooperazione nell'ambito sportivo al fine di rinforzare gli sport olimpici e specializzarsi nell'organizzazione di grandi eventi di questo genere.

L'influenza cinese in Brasile, inizialmente marginale, è riuscita a pervadere tutti gli strati della popolazione e quindi a sedurre non solamente le élite, ma anche le classi popolari, senza per questo essere avvertita come un'intrusione. Scegliendo la strada opposta rispetto all'atteggiamento imperialista americano, la Cina è riuscita a raggiungere degli ottimi risultati: le due nazioni prendono delle decisioni praticamente identiche in campo internazionale, sostenendosi a vicenda. Inoltre il Brasile si è impegnato ufficialmente a non intrattenere alcun rapporto con Taiwan e, sulla questione del Tibet, si è rifiutato di riconoscere l'autorità del Dalai Lama a livello politico.

Dal 2001 la Cina è diventata il più importante partner asiatico del Brasile in ambito commerciale ed economico. Dal 1982, con la sigla dell'accordo di cooperazione scientifica e tecnologica, anche lo scambio in questi ambiti è diventato significativo e riguarda diversi settori, dall'agricoltura all'energia nucleare.

Gli interessi cinesi in Brasile si sono concentrati soprattutto sulle risorse naturali e sulla volontà di insediare diverse imprese nel tessuto industriale dello Stato, soprattutto nell'ambito dell'energia. Il Brasile invece ha chiesto maggiori investimenti cinesi nel campo delle infrastrutture, nell'organizzazione della Coppa del Mondo di calcio e nei Giochi Olimpici.

Tra le cinque maggiori economie emergenti mondiali, nei confronti della Cina l'unica frattura sembrava provenire dall'India, che pareva rifiutare il messaggio cinese di armonia tra i popoli.

Se da un lato il collasso del blocco sovietico sembrava lasciare campo libero al modello occidentale, dall'altro sono soprattutto i Paesi emergenti ad aver tratto beneficio da questa crisi, poiché hanno potuto cercare di influire sulla futura riconfigurazione geopolitica mondiale.

La Repubblica Popolare Cinese in particolare ha spinto per un'apertura verso i propri vicini e non ha nascosto la sua volontà di esportare il proprio modello economico-culturale nel Sud-Est asiatico. La sua politica di apertura e l'uscita dal decennale isolamento hanno però suscitavano una certa perplessità nel vicino popolo indiano. Nonostante la storia parli di un rapporto complicato tra questi due Paesi, a partire dagli anni '90 le autorità di Pechino hanno cercato di sedare ogni forma di conflitto affermando a più riprese che solo i rapporti culturali a lungo termine e il Confucianesimo avrebbero permesso di trovare una soluzione pacifica.

Il Primo Ministro cinese Wen Jiabao nel 2004 ha fatto appello ai "Cinque pilastri di coesistenza pacifica" annunciati 50 anni prima da Cina, India e Birmania: rispetto reciproco della sovranità e dell'integrità territoriale, non aggressione reciproca, non ingerenza reciproca negli affari esteri, uguaglianza e vantaggi reciproci, coesistenza pacifica. Condannando il terrorismo come nemico comune dell'umanità, Wen Jiabao ha poi affermato che la minaccia e il ricorso alla forza

mettono in pericolo la tranquillità e l'equilibrio mondiale: solo una nuova stabilità basata sulla reciproca fiducia avrebbe potuto davvero portare alla serenità dei popoli.

La Cina ha indirizzato quindi le sue strategie di *soft power* soprattutto verso l'Asia cercando di rassicurarla, cancellando l'immagine minacciosa trasmessa fino a quel momento. Nuova Delhi, pur non fidandosi completamente, non si è lasciata sfuggire l'opportunità di uscire dall'isolamento che la caratterizzava. È cominciato così il gioco della seduzione tra le due nazioni, sfociato in accordi economici e partenariati di sicurezza.

Il Buddismo sembrava la strada che la Cina doveva necessariamente percorrere: nata in India, questa dottrina trova nel Celeste Impero la maggior parte di fedeli e praticanti. Era però necessario affrontare due tipi di problemi: cancellare il ricordo delle persecuzioni religiose durante il Maoismo e sciogliere il nodo tibetano. Il primo poteva essere risolto, almeno in parte, con la reintroduzione del Confucianesimo che avrebbe agevolato, di conseguenza, quella del Buddismo. Rimaneva la questione del Dalai Lama, sostenitore di una religione libera dal coinvolgimento politico e rifugiato in India. Per cercare di risolvere la questione Pechino ha lanciato una campagna di ricostruzione dei templi distrutti da Mao e ha introdotto il Forum Mondiale del Buddismo.

Alla fine degli anni '90 l'India era preoccupata per una possibile egemonia cinese nell'area asiatica e cominciava ad attuare delle misure di *soft power* all'indiana. Nota come la "più grande democrazia del mondo" in termini demografici, essa godeva di una buona reputazione sullo scacchiere geopolitico locale e internazionale e decise di puntare su alcune proprie peculiarità: il cibo, le tradizioni musicali, gli abiti tipici e il cinema di Bollywood. Essa si proponeva insomma come alternativa al modello cinese dilagante. Gli Stati Uniti, tradizionalmente ostili al Paese a causa dell'armamentario nucleare che possedeva, decisero di rivedere radicalmente la loro posizione e instaurarono nuovi rapporti commerciali, diplomatici e militari. Crocevia tra l'Est e l'Ovest del mondo, l'India era la prova di come il nuovo interesse globale fosse rivolto proprio verso l'Asia.

Gli ultimi anni '90 sono stati anche testimoni di una forte crescita delle relazioni tra i Paesi dell'area asiatica. Sono nate, infatti, l'Associazione delle Nazioni

del Sud-Est asiatico e l'APT (ASEAN+3: Cina, Corea del Sud, Giappone). La Cina spingeva nella direzione di una comunità regionale di stampo cinese ma Tokyo non era d'accordo e in un clima di tensioni crescenti la Cina cercava di rinforzare sempre più il suo potere di seduzione.

Dal 2005 l'India e la Cina hanno spesso parlato di strategie comuni operando un radicale avvicinamento. Nel 2010 sono stati festeggiati i sessant'anni delle relazioni tra i due Paesi e in tale occasione il Vicepresidente cinese e la Presidente indiana hanno espresso parole di stima reciproca, parlando di relazioni amicali e di interessi comuni da perseguire. In tutti i messaggi non mancano mai i riferimenti religiosi, storici e culturali, evitando argomenti quali il Maoismo cinese o il Socialismo indiano.

Ancora nel 2010, il Primo Ministro Cinese ha annunciato che sarebbe stato avviato un nuovo programma di visite tra i Capi di Stato e di Governo di Cina e India. Una linea telefonica tra i due Primi Ministri ha poi suggellato questo patto di collaborazione, che favorisce e incrementa la cooperazione in materia di commercio, educazione, cultura e ambiente.

Da un punto di vista culturale si osserva una vittoria cinese nell'accettazione da parte di Nuova Delhi degli Istituti Confucio, inizialmente bollati come roccaforti comuniste. Inoltre l'India, per supplire all'esodo di tanti giovani laureati che preferiscono volare all'estero, è costretta ad avvalersi di ingegneri cinesi. Anche le iniziative culturali comuni, pur restando poco numerose, crescono progressivamente.

Sul piano diplomatico, nel 2010 la Cina si è molta impegnata per ottenere la nomination dell'India al Consiglio di Sicurezza delle Nazioni Unite, ma in generale l'Impero di Mezzo porta avanti una strategia che consiste nell'alternare momenti di tensione ad altri di distensione, pilotando il "nemico" senza mai far riferimento esplicitamente alla forza. Unico vero obiettivo finale sono gli Stati Uniti, il solo avversario considerato tale dalla Cina. Quest'ultima del resto ha segnato un punto a suo favore nel 2009, diventando il primo partner commerciale dell'India e superando così gli USA.

Nonostante le contraddizioni appena descritte i rapporti indo-cinesi mirano sempre a imporre la logica del più forte, in cui ovviamente la parte del leone spetta

a Pechino. L'India, il solo vicino dell'area asiatica che poteva costituire un reale pericolo per la Cina, è stato addomesticato. Il *soft power* cinese si è opposto all'*hard power* spesso usato dalle potenze occidentali con il risultato che oramai l'intera zona Asia dipende economicamente dalla Cina, che è il principale investitore, creditore e finanziatore in tutti gli Stati vicini, sedando così ogni possibilità di conflitto nei suoi confronti.

Per quanto concerne l'Africa, invece, la strategia cinese si è basata sul proporre la costruzione d'infrastrutture contro lo sfruttamento delle risorse naturali. In teoria, si sarebbe poi passati allo sviluppo economico seguendo il modello cinese e infine al progresso sociale e civico. Pechino ha così messo a disposizione ingegneri competenti ma non troppo cari, ha moltiplicato le stazioni radio nel territorio africano e ha messo in orbita un satellite in grado di coprire l'intera zona del continente. Questo modello presentava però dei punti deboli soprattutto sotto il profilo culturale: la manodopera importata non era vista di buon occhio dalle popolazioni africane e viveva in comunità separate.

Se da un lato si è ottenuta la reintroduzione dell'Africa nei flussi internazionali del commercio, diversi sono stati gli effetti collaterali: l'aumento delle esportazioni non sembra destinato a durare nel tempo; l'importazione di prodotti cinesi ha causato il declino del settore industriale locale; i diritti sociali dei lavoratori sono stati ignorati e i problemi legati alla cassa integrazione non sono stati assolutamente risolti.

Dal 2011 la Cina ha poi mostrato interessi crescenti per l'America meridionale allo scopo di accedere alle risorse di carbone, rame e acciaio, diventando uno dei più grandi investitori esteri di questa regione così legata a Stati Uniti e Taiwan. Attualmente, su 33 Paesi della zona, 21 hanno rapporti con Pechino mentre gli altri sono più vicini a Taiwan.

La RPC dirotta verso il Sudamerica il 14% dei suoi investimenti esteri e investe molto sulle associazioni culturali ed educative locali, ponendosi sempre come alternativa a un Nord America spesso sentito come troppo invadente e dominante. La Cina dà inoltre aiuti economici, spesso senza pretendere nulla in cambio (almeno apparentemente). Essa investe anche sui grandi eventi sportivi, non solo nell'America meridionale ma anche nei Caraibi, ed è impegnata nella lotta

alla droga in Venezuela e nel mantenimento della pace a Haiti.

A tutto questo si aggiunge la condivisione di strategie in ambito di addestramento militare e le misure messe in atto per favorire l'afflusso turistico cinese in America Latina, soprattutto verso Cile, Brasile, Perù, Venezuela e Argentina.

La Repubblica Popolare Cinese fa quanto in suo potere per trasmettere alle popolazioni latinoamericane la sensazione di aver bisogno, in qualche misura, della sua presenza ma senza che tutto ciò sia mai avvertito come una minaccia. Le principali misure di *smart power* adottate da Pechino nella zona sono: aumento degli incontri diplomatici di alto livello; promozione di una cooperazione multilaterale tra gli Stati del Sud; moltiplicazione degli scambi turistici, sociali e culturali; fornitura di aiuti umanitari e militari; sviluppo di una dottrina di pace e non belligeranza secondo il modello già descritto di *soft power* cinese.

Queste strategie si sono rivelate in parte vincenti: la Cina è diventata il secondo partner dell'America del Sud dopo gli Stati Uniti. Tuttavia la RPC ha ancora una relativa inesperienza nell'ambito degli investimenti esteri e non bisogna dimenticare che alcuni Stati, come il Messico, sono assolutamente restii all'inserimento cinese nel proprio territorio.

Lontano dal poter definitivamente scavalcare gli Stati Uniti, il gigante asiatico sembra puntare innanzitutto all'indebolimento di Taiwan attraverso la crescita della sua influenza nei territori dell'America Latina.

La Cina ritiene che la cultura sia l'anima di ogni nazione e che essa vada dunque alimentata e sostenuta attraverso un sistema pubblico di aiuti per trasformarla in un pilastro dell'economia. A suo dire, gli occidentali esercitano una forma di *soft power* per influenzare il mondo ed essa non vuole essere da meno. A questo scopo ha organizzato corsi universitari per studenti stranieri, ha diffuso anche nei Paesi occidentali gli Istituti Confucio e ha fatto dei grossi investimenti nei mass media, consapevole che l'informazione è un'arma fondamentale per esercitare il *soft power*.

I primi contatti tra Francia e Cina risalgono al 1287, anno dell'arrivo del primo cinese in Francia durante la guerra dei Cent'anni. Nel corso del Novecento poi, diverse ondate migratorie portarono il popolo della RPC nel Paese d'Oltralpe

ed è alla metà degli anni '60 che la Repubblica Popolare Cinese è riconosciuta ufficialmente dal governo di De Gaulle. Oggi, il numero elevatissimo di cinesi in Francia aumenterebbe ulteriormente se si considerassero gli immigrati clandestini, gli studenti e i viaggiatori temporanei.

Gli obiettivi cinesi in Francia sono simili a quelli perseguiti nel resto dell'Occidente: sviluppare una "società armoniosa" e fare in modo che essa sia percepita come tale all'estero; essere identificati come dei partner economici affidabili e instaurare dei buoni rapporti con gli Stati vicini contribuendo alla pace mondiale; essere riconosciuti come una civiltà antica e ricca di storia.

I discorsi ufficiali della cancelleria cinese insistono sempre sulla collaborazione profonda tra Cina e Francia e sulla volontà di accrescere e migliorare tali rapporti. La Federazione delle associazioni franco-cinesi riflette la volontà silenziosa della Cina di espandersi ed essa offre, tra le altre cose, contatti privilegiati con la Cina, la creazione di partenariati tra i due Paesi soprattutto in ambito culturale, informazioni e tariffe privilegiate in occasione di manifestazioni cinesi che hanno luogo in Francia, viaggi di scoperta, di approfondimento o di carattere professionale in Cina, partecipazione a festival, esposizioni e manifestazioni culturali, interventi in ambito educativo per promuovere lo studio del cinese e della sua cultura.

La differenza caratterizzante tra Cina e Francia si basa sul dualismo intrinseco della cultura dello Stato occidentale e sulla profonda unitarietà della cultura cinese. Si costituiscono perciò due modi di pensare: un approccio sintetico per la Cina, che ragiona per immagini e tenta di unire le diverse parti dell'universo, e un pensiero analitico occidentale che invece seziona e divide. Ecco perché le teorie che collegano uomo e universo secondo il principio di armonia hanno sempre esercitato una forte attrazione per i francesi. Da Montesquieu in poi si registra l'errata tendenza a confondere l'ordine totale cinese con il totalitarismo, ignorando appunto che il tutto cinese si basa sulla ricerca dell'armonia così come ripreso da Confucianesimo e Taoismo.

In Cina, uno dei simboli francesi più potenti cui ispirarsi sembra essere la Torre Eiffel. In occasione dell'inaugurazione della nuova ambasciata francese a Pechino, Ting Wai, professore universitario, ha citato proprio questo monumento,

affermando che la Cina, per crescere, deve sì far riferimento alla sua storia e al suo glorioso passato attraverso la rete degli Istituti Confucio, ma deve anche guardare al futuro per apportare quelle innovazioni culturali che le permetteranno di espandere il proprio *soft power*. Egli cita la Torre Eiffel come esempio di *soft power* francese sviluppatosi nel XIX secolo in Europa: la torre di Parigi non è diventata un simbolo per la sua utilità pratica ma piuttosto perché era la dimostrazione delle nuove sfide che l'uomo poteva compiere.

Dopo il problematico periodo maoista, la Cina ha corretto il tiro e ha puntato su una propaganda rivisitata e adatta soprattutto al pubblico occidentale moderno. A questo scopo, nel 2003, è stato pubblicato il *Manuale pratico per il lavoro e la propaganda del Partito* che dispensa alle élite cinesi consigli su come rapportarsi ed entrare in contatto con gli interlocutori occidentali. In termini pratici il Dipartimento per la propaganda del Comitato Centrale del Partito Comunista utilizza la carta stampata, i media elettronici controllati dallo Stato e, in misura sempre crescente, internet, al fine di diffondere un'idea controllata della nazione cinese sia all'interno che all'esterno.

Per quanto riguarda invece la diplomazia culturale si nota un incremento delle visite ufficiali, l'organizzazione di grandi eventi internazionali e una politica di cooperazione culturale particolarmente attiva. La Cina si proietta verso il futuro scrollandosi di dosso l'immagine di Paese statico e, nonostante i timori che provoca questa sua ascesa, il vocabolario cinese non cessa di usare termini rassicuranti. Il settore dell'informazione è perfettamente in linea con questa strategia se si pensa che l'agenzia di stampa ufficiale Xinhua trasmette notizie in ben sette lingue diverse.

Si apre dunque la scommessa sulla capacità cinese di rivaleggiare con il *soft power* occidentale e in occasione dell'esposizione universale di Shanghai i cinesi si sono dimostrati determinati a mostrare il loro potere. Secondo alcuni studi, la Cina sarebbe già al settimo posto mondiale in termini di influenza culturale e si può rilevare un cambiamento nell'atteggiamento occidentale verso il popolo cinese analizzando il modo più positivo rispetto al passato in cui esso è rappresentato nei film americani degli ultimi anni. Laddove la Francia, come altri Paesi europei, sembra spaventata dal futuro e dalla propria identità nei prossimi anni, i cinesi si

dimostrano fiduciosi in un avvenire assolutamente radioso.

Un esempio significativo della volontà di Pechino di espandere la propria influenza in tutto il mondo risale al dicembre 2009, quando un'impresa cinese acquista il White House Theater nel Missouri e qualche mese più tardi vi propone lo spettacolo *La leggenda del Kung Fu*, probabilmente solo il primo di una lunga serie di spettacoli sulla stessa linea. L'arte è al servizio del *soft power*, come confermano le parole del direttore artistico dell'Orchestra filarmonica cinese, secondo il quale anche i musicisti hanno la responsabilità di esportare i prodotti del loro Paese al fine di accrescere l'influenza cinese all'estero.

Sul fronte dell'istruzione è sintomatico il grande numero di studenti cinesi presenti negli Stati Uniti: nell'anno scolastico 2009/2010, ha superato quello dei ragazzi indiani. I cinesi si recano in America soprattutto per apprendere l'inglese.

Sembra ormai evidente che il reale obiettivo del *soft power* cinese sia l'accrescimento della potenza a livello mondiale per fare in modo che il XXI secolo sia quello della restaurazione del grande Impero Cinese. Pur possedendo tutti i mezzi che le permetterebbero di usare la forza per ottenere i risultati prefissati, la Cina capisce benissimo che questa strategia non è più accettabile oggi e coalizzerebbe inevitabilmente gli altri Stati contro di lei. Ecco allora che si preferisce parlare di armonia e cooperazione tra i popoli.

La Cina, forte dell'esperienza vissuta dalla Russia, non intende certo rischiare di rivaleggiare con gli Stati Uniti. Essa preferisce piuttosto utilizzare la scarsa popolarità americana per trarne dei vantaggi. Culturalmente e storicamente, Pechino possiede tutti i mezzi per utilizzare il *soft power*: i suoi valori tradizionali si rifanno al concetto di armonia ma si basano anche su una visione del mondo egocentrica; i principi del maoismo parlano d'indipendenza nazionale dei Paesi in via di sviluppo, di potenza e patriottismo; e infine può contare su un forte spirito di rivalsa nei confronti di secoli di dominazione occidentale.

Oltre a questi importanti elementi tradizionali, la Cina può anche contare sui cinque canali definiti, nel 1950 dal manuale del partito *The Mechanics of State Propaganda*: canale orale, scritto, dimostrativo, attivo e delle immagini. Nuovi e più recenti sviluppi si sommano a questi: l'attrazione culturale ed educativa che la Cina esercita, le implicazioni in politica internazionale e i suoi mezzi economici e

finanziari.

Volendo analizzare brevemente la storia del *soft power* cinese si nota che esso ha cominciato a svilupparsi negli anni '50 con la coniazione del termine "consenso di Pechino" in riferimento ai rapporti della nazione cinese con l'India. Dagli anni '70 in poi, la Cina ha abbandonato la politica di sostegno alle rivoluzioni comuniste per abbracciare una linea molto più dolce e pacifista. È solo negli anni '90 però che l'importanza del *soft power* appare chiara agli occhi delle autorità cinesi, le quali cominciano a instaurare degli accordi con le nazioni vicine. Nel 2002, il sedicesimo Congresso del Partito Comunista cinese pone l'attenzione sul tema dell'uguaglianza e preme per lo sviluppo sociale ed economico. Vengono inoltre inaugurate importanti riforme culturali.

Nel 2009 gli intellettuali del potere pubblicano le *Strategie per la diffusione di informazioni all'estero: rinforzare il potere dolce e migliorare il potere intelligente*, di cui la prima è l'irradiamento naturale e pacifico di un Paese e la seconda l'acutezza della sua comprensione del mondo esterno.

Nel 2010 tuttavia l'influenza culturale cinese risulta ancora troppo debole e si sprona perciò a migliorare l'industria culturale anziché puntare solamente sullo sviluppo tradizionale.

Di primo acchito si potrebbe ritenere che la Cina utilizzi il *soft power* come strumento necessario e indispensabile per l'armonizzazione del suo sviluppo e che il suo bisogno vitale di stabilità interna ed esterna risieda nella storia stessa del Paese. Ciò spiegherebbe il tentativo di instaurare dei rapporti con l'India o con il Brasile.

La Cina però non può più nascondersi dietro il suo passato per spiegare la realtà del presente. Essa cerca a ogni costo di sedurre le classi medie e ricche che hanno studiato all'estero o hanno avuto dei contatti con il mondo occidentale per valorizzare il "China style of life". Non importa se per farlo è necessario adottare quello stesso stile occidentale che tanto condanna.

In secondo luogo, Pechino considera indispensabile fermare la fuga dei cervelli all'estero. Dal 1978, anno in cui è cominciato l'esodo di giovani, al 2006, solo il 26% degli studenti ha fatto ritorno in patria. Dagli anni '90 il governo ha deciso perciò di attuare delle misure per arginare il fenomeno dell'emigrazione

giovanile.

Infine, è indispensabile sedurre il popolo per evitare di dover utilizzare le misure forti e cioè di dover reprimere le contestazioni. Arresti, scomparse, divieti di lasciare il Paese sono stati all'ordine del giorno in Cina. I liberi pensatori non trovano certo spazio nel Paese comunista, dove la società armoniosa è garantita a costo della repressione. L'eventuale ingerenza straniera è immediatamente bollata come intervento imperialista e violatore della libertà dello Stato cinese. Il governo passa dunque dalle misure di *soft power* a quelle di *hard power* pur di far avanzare lo Stato.

Il *soft power* che la Cina intende e deve esercitare al suo interno implica la ricerca di un'unità linguistica: l'esistenza di più di 250 etnie nel Paese costituisce un evidente limite alla comprensione universale dei messaggi che il Partito intende promulgare. Per ovviare a questo problema è stato creato lo Han Ban: un organo votato alla diffusione del mandarino come lingua di propaganda del PCC. Si cerca perciò di costruire una società dei media all'occidentale, purché questi media siano esclusivamente al servizio del Partito. I tre problemi interni che quest'ultimo deve affrontare e cercare di risolvere attraverso la promulgazione di messaggi compresi da tutta la popolazione, sono la corruzione, l'ineguaglianza tra le classi e l'assenza di coesione interna. Il sentimento di orgoglio nazionale diventa quindi strategico nell'azione di governo e va alimentato a ogni costo.

Vengono sfruttati tutti i canali possibili: in televisione per esempio vengono banditi i polizieschi e le serie di spionaggio a favore delle serie comuniste in cui il Partito viene presentato come infallibile. Si opera inoltre una vera riscrittura della Storia. Il libro ufficiale che racconta la storia del PCC tace tutti gli errori politici commessi.

In ogni ambito si assiste a una "ondata rossa": un ritorno forzato ai metodi tradizionali del Partito allo scopo di suscitare l'adesione delle masse all'azione di governo. Sono addirittura riproposte canzoni inneggianti alla gloria del partito, diffuse in televisione al posto degli annunci pubblicitari. La cultura rossa si oppone ai valori universalistici occidentali, proponendosi come modello alternativo, e il Partito Comunista cinese si rivolge paradossalmente al passato per assicurarsi un futuro.

Secondo alcuni osservatori stranieri la Cina non ha semplicemente aderito al concetto di *soft power* ma lo ha fatto evolvere puntando anche sul commercio, sull'economia e sull'investimento, oltre che sulla cultura e sulla diplomazia. I cinesi sono cioè riusciti nell'impresa di coniugare *hard* e *soft power*. Più che di un sistema di valori, Pechino preferisce parlare di attrattività dei prodotti e di rapidità nella realizzazione di progetti. La Cina ha adottato il sistema occidentale ma lo ha poi surclassato essendo capace di produrre di più e a costo più basso.

In cinese esistono tre termini diversi per *soft power* ma il più utilizzato è *Ruan shili* che letteralmente significa "forza dolce". Poi c'è *ruan quanli* dove *quanli* significa "avere il potere o il diritto di fare qualcosa" e *ruan lilian* dove *lilian* vuol dire "forza fisica o la forza".

Alcuni pensatori cinesi stimano che il declino dell'Occidente sia ormai vicino. Quando questo succederà il mondo si orienterà verso il concetto di armonia cinese. Secondo un'altra corrente invece la Cina deve utilizzare anche le armi economiche, finanziarie e normative in suo possesso. Altri ancora sostengono l'importanza dello sviluppo interiore.

Senza dubbio la Cina è diventata un modello da seguire per alcuni Paesi. In un documento ufficiale il PCC ha dichiarato di voler espandere ulteriormente il suo *soft power* tra il 2011 e il 2015. Per farlo saranno sviluppate le industrie culturali e i servizi culturali pubblici soprattutto nelle zone rurali e in quelle più a ovest; verrà data maggiore importanza ai media d'informazione e soprattutto verrà prestata attenzione a internet. I siti internet scritti in cinese e quindi destinati esclusivamente all'uso interno purtroppo non sono ancora stati analizzati per mancanza di personale qualificato nell'uso della lingua. I siti tradotti in inglese, essendo destinati a un pubblico straniero, non possono essere considerati parimenti attendibili.

Risulta difficile ascoltare la propaganda cinese basata sul concetto di armonia senza pensare ai numerosi problemi interni della Cina. Lo stesso entusiasmo che il popolo cinese mostra per il *soft power* è stato indotto dall'autorità del governo di Pechino. La fragilità del Paese è ancora estrema e il resto del mondo deve rimanere vigile se non vuole farsi suggestionare dal nettare delle parole cinesi.

Analizzando la situazione fin qui descritta, ci si sente spettatori di una partita di go giocata su scala mondiale dove trionferà chi meglio ingannerà l'avversario. La Cina cerca di vincere senza combattere attraverso tutte le strategie di *soft power* esaminate.

Sitografia

http://bdc.aege.fr/public/Le_softpower_chinois.pdf