

# Índice

Prólogo	9
Introducción. Relaciones internacionales y <i>digital games</i>	15
Capítulo 1. La reconstrucción del pasado en China: teoría y práctica a través de los videojuegos	27
1. IDENTIDAD Y NACIONALISMO DIGITAL	27
2. EL VIDEOJUEGO HISTÓRICO AL SERVICIO DEL NACIONALISMO	32
3. LA INSTRUMENTALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS VIDEOJUEGOS	40
Capítulo 2. «Nunca olvides la humillación nacional»: la recreación videolúdica de la guerra sino-japonesa (1931-1945)	49
1. LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL EN EL IDEARIO NACIONALISTA CHINO	49
2. ESPACIOS DE VICTIMIZACIÓN: DE LOS MUSEOS DE LA MEMORIA A LOS MEDIOS DIGITALES	59
3. VIDEOJUEGOS BÉLICOS ANTIJAPONESES	65
Capítulo 3. Gobernanza global y guerra tecnológica en China: el videojuego como instrumento de <i>soft power</i>	77
1. MARCO GEOPOLÍTICO Y TECNOLÓGICO	77
2. TENCENT Y LA INDUSTRIA DEL VIDEOJUEGO EN LA ESTRATEGIA GLOBAL CHINA	82

<b>Capítulo 4. Activismo digital: las protestas de Hong Kong a través del medio videolúdico</b>	<b>103</b>
1. EL CONTROL DE LA INDUSTRIA DIGITAL EN CHINA: LOS VIDEOJUEGOS	103
2. ACTIVISMO POLÍTICO DIGITAL EN LOS VIDEOJUEGOS: HONG KONG	114
<b>Conclusiones</b>	<b>133</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>137</b>

## Prólogo

Mi estimado colega Antonio me pidió que realizaré una presentación de su obra «Tecnonacionalismo, guerra digital y videojuegos en China». No aspiro a comentar y analizar los conocimientos y estupendas habilidades de mi colega referidas a su obra, ya que es un profundo experto en ello y poco podría añadir a esa *expertise*.

La verdad es que en el ámbito de las Relaciones Internacionales ha sido poco frecuente, y mucho menos en España, la irrupción de obras que a través de las nuevas tecnologías, la cultura y los ámbitos lúdicos (en un principio) se encuentren contribuciones al área. No solo en forma de libros teóricos sino con análisis de casos, y con el uso de transversalidad: esto es, ideología, tecnología, influencia, política exterior. Y todo ello referida a su uso por parte de la nueva superpotencia en ascenso, la República Popular de China. Ha habido obras serias por ejemplo usando la saga Star Wars para explicar los ámbitos de la Estrategia (véase en este sentido *Strategy strikes back. How Star Wars explains Modern Military Conflicts*, donde autores autorizados como Max Brooks o Stanley McChrystal hacían un abordaje serio de la saga para acercarse a la estrategia y los conflictos). En España también usando «Juego de Tronos» se han hecho análisis de política y relaciones internacionales (*Ganar o morir. Lecciones políticas en Juego de tronos*).

En este contexto, me parece por ello una obra importante e interesante, referida a un ámbito que puede pasar desapercibido pero que forma y conforma las visiones, valores, imágenes y percepciones tal como diría el profesor Robert Jervis, en dos de sus magnas obras, *The Logic of Images in International Relations* y *Perceptions and Misperceptions in International Politics*, y en España por ejemplo el profesor Ruben Herrero de Castro con su *La realidad inventada*. Las imágenes en relaciones internacio-

nales, dice Jervis, son aquellas creencias acerca de los otros que afectan las predicciones de cómo se comportarán bajo determinadas circunstancias. Siguiendo esta idea, Herrero establece que esas imágenes son las representaciones mentales de las percepciones que son «un proceso integrativo por el cual los estímulos son interpretados por los individuos junto con los conocimientos previos y las creencias del actor». Desafortunadamente, las relaciones entre actores se construyen, de hecho, sobre esas imágenes y así Jervis establece que los actores operan en el mundo real (Operational Milieu), pero desde un ámbito psicológico (Psychological Milieu). En este marco general donde juegan todos los análisis en Relaciones Internacionales, mi idea es resaltar el valor de una obra que puede ofrecer una expectativa novedosa a la aproximación en la disciplina. Desde las primeras ideas que delineaba Joseph Nye sobre el *Soft Power*, con su evolución posterior en términos de *Smart Power* and *Sharp Power*, esta obra, entra paradójicamente de lleno en el ámbito de la comunicación estratégica, y concretamente en lo que sería las operaciones de influencia, a través de la uso de la cultura «popular», incluyendo el revisionismo histórico y la creación de un discurso y una narrativa propia, diferente y distinta de la dominante occidental. En este sentido encontramos autores citados en la obra que lo dicen claramente como Hideo Kojima, (p. 136). Joseph S. Nye utiliza las «tres caras del poder» para explicar cómo un actor puede influir o moldear las preferencias de otro en las relaciones internacionales. Así, la primera de ellas hace referencia al ejercicio directo del poder de un actor sobre otro, forzando a ir en contra de sus preferencias iniciales. La segunda se refiere a limitar las opciones de otros actores mediante el control de sus agendas políticas e instituciones. Finalmente, la tercera cara del poder como la capacidad de moldear las preferencias iniciales de otros actores, más que cambiar las situaciones que éstos han de afrontar. En este sentido, y siguiendo la argumentación del autor, la reconstrucción del pasado en su primer capítulo, ya enmarcado en las diferentes iniciativas del PCCh desde la presidencia de

Jiang Zeming, que está teniendo su culmen desde la llegada al poder de Xi Jinping. En este sentido, hay que enmarcar ese esfuerzo que se ve desgranado en el libro en este capítulo con una explicación ordenada y estructurada en los diferentes apartados sobre todo en el segundo, Educación, propaganda, ideología y la instrumentalización política de los videojuegos. Es parte de una ingente comunicación estratégica, que tiene como último instrumento las operaciones de influencia. Estas proporcionan estrategias y tácticas utilizadas en apoyo de campañas de guerra política más amplias. Son acciones diseñadas influir en los líderes de gobiernos extranjeros, empresas e industrias, la academia, los medios de comunicación y otras élites clave de una manera que beneficie la República Popular China. Estas operaciones se realizan a menudo, pero no siempre a expensas de los intereses propios de los países en los que las acciones son dirigidas.

La construcción de una nueva narrativa que justifique la legitimidad del Partido y que a la vez deslegitime la narrativa occidental, sobre todo la de EE.UU.. Tal como establecían Randall L. Schweller and Xiaoyu Pu en su «After Unipolarity: China's Visions of International Order in an Era of U.S. Decline» ya en 2011, China ha trabajado dentro del actual sistema internacional para expandir su economía y aumentar su visibilidad y como un actor político global, acciones, evitando acciones directas que desafían la hegemonía de EE.UU. Usando los canales institucionalizados existentes, China busca aumentar su influencia política y prestigio a través de la participación activa, sin confrontación con el orden existente. Las tácticas específicas son: denunciar el unilateralismo de EE.UU. y la promoción del concepto (aunque no siempre la práctica) del multilateralismo; que participen en y la creación de nuevas organizaciones internacionales; poner en marcha una iniciativa «soft power» de potenciar la diplomacia «en el mundo en desarrollo; votar en contra de los Estados Unidos en las instituciones internacionales; y establecimiento de la agenda internacional en y las organizaciones regionales. Esta estrategia se pone en marcha para conseguir uno de los grandes

objetivos del PCCh para poder llevar a cabo el llamado Sueño de China. Esta campaña tiene detrás una estrategia llamada de las «Tres Guerras», dirigida a través de sus principales instituciones, el Departamento Central de Propaganda y el Departamento del Frente del Trabajo Unido del Partido Comunista de China. Ya en 2007 el Partido hizo público una Gran Campaña de Propaganda Exterior, destinando miles de millones en un intento de controlar las narrativas externas sobre China. Xi Jinping ha intensificado enormemente ese esfuerzo, librando una «guerra del discurso» global. Estableció en la Reunión Nacional de Ideología y Propaganda de 2018: «Debemos mejorar nuestra capacidad de comunicación internacional, contar bien las historias de China, difundir la voz de China, mostrar una China auténtica y completa al mundo y aumentar el poder blando del país y la influencia de Cultura china».

El concepto de «Tres guerras» (san zhong zhanfa o san zhan) es un enfoque estratégico dinámico y matizado para influir en las operaciones que consta de tres elementos interrelacionados: (1) guerra mediática (yulun zhan); (2) guerra psicológica (xinli zhan); y (3) guerra legal (falü zhan). El propósito de las «Tres guerras» es establecer un «poder discursivo» (huayu quan) sobre un adversario: el poder de controlar las percepciones y dar forma a las narrativas que sirven a los intereses chinos, al tiempo que socavan los de un oponente. Así la Guerra psicológica: socava la capacidad del enemigo para realizar operaciones de combate mediante operaciones destinadas a disuadir, escandalizar y desmoralizar al personal militar enemigo y apoyar a la población civil; la de la Opinión pública / guerra mediática, que influye en la opinión pública nacional e internacional para generar apoyo para las acciones militares de China y disuadir a un adversario de emprender acciones contrarias a los intereses de China. Finalmente, la Guerra legal, que utiliza las leyes nacionales e internacionales para reclamar la autoridad legal o hacer valer los intereses chinos. Se puede emplear para paralizar la libertad operativa de un adversario y dar forma al espacio operativo. La guerra legal tam-

bién tiene como objetivo generar apoyo internacional y gestionar las posibles repercusiones políticas de las acciones militares de China.

Quizá el aspecto más claro y directo de esta campaña, lo describe y estructura perfectamente el autor en el segundo capítulo dedicado a la creación de una narrativa virulentamente antijaponesa. Está basada en la invasión, dominio y guerra con el Imperio japonés entre 1931 y 1945 pero que tiene sus antecedentes en las guerras de finales de siglo XIX y la humillación que significó el tratado de Shimonoseki para el imperio chino en 1895. Ya incluso en obras cinematográficas muy conocidas como las películas de Bruce Lee en los años 70 como el Furor del Dragón /Fist of Fury, ambientada en el Shangai dominado por Japón en los años 30, se podía vislumbrar este ambiente antijaponés. La descripción y los debates, incluyendo los planteamientos historiográficos desde los años 80, y sobre todo, con el uso de los debates sobre la toma de Nanjing, en 1937, dan una clara idea del desarrollo de esta postura, aún incluso antes de establecerse una estrategia global y una campaña de comunicación masiva como se estructurará posteriormente. Esta campaña que se construirá pasando desde los museos de la Memoria a los videojuegos claramente antijaponeses (punto 2.3).

Finalmente el autor entra en el capítulo 3, en una explicación más directa sobre la política y estrategia china, y las relaciones con vecinos como India (con numerosos problemas territoriales) y las reclamaciones y construcción de islas artificiales en el Mar del Sur de China. Explica en esta línea, como no solo las instituciones y el partido llevan a cabo esta estrategia, sino los gigantes tecnológicos como Tencent con su despliegue en diferentes ámbitos como Tencent Games, QQ (mensajería con juegos en línea, música, películas;) y WeChat, «la aplicación móvil independiente más grande del mundo con mil millones de usuarios a nivel global». Además, no solo este despliegue permite lanzar las diferentes campañas que hemos visto sino la modulación de información y la censura sobre todo, aunque no solo, para la

diáspora china, como en casos que el autor desgana en Australia o Canadá y muestra en diferentes cuadros explicativos. En esta línea y para terminar el libro, el autor hace un estudio de caso referido a Hong Kong, donde toma una pregunta abierta que sirve de colofón al libro en general; ¿Cómo combinar el tecno-socialismo con el capitalismo de Estado? Paradójicamente, y en última instancia, el estado y la ideología ganan, ya que incluso uno de sus instrumentos más importantes para implementar su estrategia, Tencent, debido a que la censura china ha actuado más contundentemente, ha sufrido enormes repercusiones económicas negativas. A la vez, ha producido un movimiento activista con una narrativa de resistencia usando los mismos instrumentos, los video-juegos.

Esta es una obra muy iluminadora de los diferentes mecanismos que utilizan los estados para llevar a cabo sus campañas y estrategias en su comunicación estratégica y en última instancia las operaciones de influencia diseñadas por el PCCh y que tienen un innovador y diferencial instrumento en el mudo digital, los videojuegos, y que tienen la capacidad de conformar percepciones, imágenes y acciones tanto de audiencias nacionales como foráneas. En suma, cumple la misión que determina el autor al final del libro: «El control de la información, la gobernanza de Internet, el filtro y registro de datos, son elementos clave dentro de la guerra tecnológica que China mantiene con las grandes potencias internacionales, en especial EE.UU.».

David García Cantalapiedra