



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)**

HISTORIA – AMÉRICA LATINA

**DIPLOMACIA CULTURAL Y GASTRODIPLOMACIA: LAS RELACIONES
EXTERIORES CHINAS CON AMÉRICA LATINA (2002-2017)**

MATÍAS MAXIMILIANO MARTÍNEZ

Foz do Iguaçu
2018



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)**

HISTORIA – AMÉRICA LATINA

**DIPLOMACIA CULTURAL Y GASTRODIPLOMACIA: LAS RELACIONES
EXTERIORES CHINAS CON AMÉRICA LATINA (2002-2017)**

MATÍAS MAXIMILIANO MARTÍNEZ

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia de la Universidad Federal de Integración Latino-Americana, como requisito parcial para la obtención del título de Licenciatura en Historia – América Latina.

Orientadora: Prof. Dra. Mirian Santos Ribeiro de Oliveira

Foz do Iguaçu
2018

**DIPLOMACIA CULTURAL Y GASTRODIPLOMACIA: LAS RELACIONES
EXTERIORES CHINAS CON AMÉRICA LATINA (2002-2017)**

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia de la Universidad Federal de Integración Latino-Americana, como requisito parcial para la obtención del título de Licenciatura en Historia – América Latina.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Mirian Santos Ribeiro de Oliveira
UNILA

Prof. Dr. Pedro Afonso Cristovão dos Santos
UNILA

Prof. Dr. Samuel Quirino Oliveros Calderon
UNILA

Foz do Iguaçu, _____ de _____ de _____.

A Mirian, por tu confianza, tu cariño, tu sinceridad, tu honestidad. Muchas gracias por embarcarte en este trabajo conmigo y el de los últimos años.

A los meteretes, la familia que elegí para vivir esta experiencia fronteriza.

A Les Gorriones, Alma y Lucas, por todas esas noches apoyándonos mutuamente.

A Serafina, mi amiga, mi compañera, mi confidente, mi viditai, por completamente todo.

Matías.

MARTÍNEZ, Matías Maximiliano. **Diplomacia cultural y gastrodiplomacia: las relaciones exteriores chinas con América Latina (2002-2017)**. 2018. pp. 1 - 60. Trabajo de Conclusión de Curso (Graduación en Historia – América Latina) – Universidad Federal de Integración Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2018.

RESUMEN

El siguiente trabajo monográfico tiene como objetivo el análisis del proceso histórico de diplomacia cultural que ha realizado China a partir de la gastronomía desde el portal digital “China.com” y su radio online “CRI – China Radio Internacional” en el periodo 2002 - 2017. Se abordará específicamente la sección de “gastronomía” y “cultura” que dicha página web ofrece a los usuarios hispanohablantes. La diplomacia cultural ha sido definida por China como uno de los pilares fundamentales con los cuales se construyen las relaciones diplomáticas. Para la realización de nuestro objetivo, definiremos qué es la diplomacia cultural, la diplomacia pública, y poder blando o *soft power*, para así analizar y presentar este fenómeno en las relaciones exteriores de China en el plano global, de manera genérica, y en América Latina, de manera específica. Posteriormente, procederemos al análisis de nuestro objeto de estudio: la página web “China.com” y su radio online “CRI – China Radio Internacional”. Definiremos los conceptos básicos que nos permitirán realizar dicha labor: alimento; comida; alimentación; gastronomía; gastrodiplomacia. A partir del desarrollo de los objetivos, se pudo constatar que China efectivamente está utilizando a la gastronomía como un elemento para la construcción de una imagen amistosa del país.

Palabras-claves: China. América Latina. Diplomacia cultural. Gastrodiplomacia. Gastronomía.

MARTÍNEZ, Matías Maximiliano. **Diplomacia cultural e gastrodiplomacia: as relações exteriores chinesas com América Latina**. 2018. pp. 1 - 60. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História – América Latina) – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2018.

RESUMO

Este trabalho monográfico propõe analisar o processo histórico da diplomacia cultural que vem realizando a China por meio da gastronomia. Adotamos como fontes o portal digital “China.com” e a rádio online “CRI – China Radio Internacional” no período de 2002 – 2017. Abordaremos os setores “gastronomia” e “cultura”, disponibilizados pelo site para os usuários hispanofalantes. A diplomacia cultural tem sido definida pela China como um dos eixos fundamentais para construir suas relações diplomáticas. Para alcançar nosso objetivo de estudo iniciaremos pelas definições de diplomacia cultural, diplomacia pública, e poder brando ou *soft power*. Desta forma, apresentaremos e analisaremos o fenômeno nas relações exteriores da China num plano global, de forma genérica, e na América Latina, de forma mais específica. Em seguida, será feita a análise do objeto de estudo: o site “China.com” e sua rádio online “CRI – China Radio Internacional”. Definiremos os conceitos básicos que possibilitam o trabalho: alimento; comida; alimentação; gastronomia; gastrodiplomacia. A partir do desenvolvimento dos objetivos, foi possível afirmar que a China de fato utiliza a gastronomia como elemento constitutivo de sua *nation brand*.

Palavras-chaves: China. América Latina. Diplomacia cultural. Gastrodiplomacia. Gastronomia.

Contenido

INTRODUCCIÓN	13
1. CHINA, LA DIPLOMACIA CULTURAL A PARTIR DEL SIGLO XXI	17
1.1 ¿Diplomacia cultural? ¿Diplomacia Pública? ¿Poder Blando?.....	19
1.2. La diplomacia cultural china en el plano internacional	21
1.2.1. La promoción de la lengua y la cultura en plano internacional	22
1.2.2 La diplomacia cultural china en África.....	24
1.3. Primera reflexión.....	27
2. ¿DIPLOMACIA CULTURAL “AL ATAQUE” !: CHINA EN AMÉRICA LATINA	28
2.1. Difusión de la lengua y la cultura china: Hanban y los Institutos Confucio.....	29
2.1.1. Hanban u Oficina General del Instituto Confucio	29
2.1.2. Institutos Confucio.....	31
2.2. Los medios de comunicación digitales en la diplomacia cultural china	32
2.2.1. El Diario del Pueblo	33
2.2.2. China Radio Internacional	34
2.2.3. China.com	37
2.3. La diáspora en la diplomacia cultural de china.....	37
2.4. Segunda reflexión	39
3. PANZA LLENA, CORAZÓN CONTENTO: LA GASTRONOMÍA EN LA DIPLOMACIA CULTURAL DE CHINA	40
3.1. La receta de la gastrodiplomacia.....	41
3.1.1. Alimento, comida, gastronomía y cultura	41
3.1.2. Gastronomía, cultura y diplomacia	43
3.2. La gastrodiplomacia en la diplomacia cultural china.....	45
3.2.1. ¿Gastrodiplomacia online? China y sus páginas webs.....	46
3.3. Tercera reflexión	51
CONSIDERACIONES FINALES	52
REFERENCIAS	54

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se propone el estudio del proceso histórico de diplomacia cultural de China en América Latina a partir de cómo se presenta la gastronomía en el sitio web China.com y su radio CRI – China Radio Internacional, en el periodo del 2002 – 2017. La diplomacia cultural ha comenzado a ocupar un lugar fundamental en la agenda política de China en las presidencias de Hu Jintao (2002 – 2013) y Xi Jinping (2013 – actualidad). Es por ello que adoptamos un recorte temporal de 2002 a 2017.

En Latinoamérica, al igual que en China, la gastronomía forma parte fundamental de una identidad cultural fuerte. “En China, como en algunos países latinoamericanos, hablar de comida es hablar de costumbres, tradición, festejos, encuentros y, en general, de toda la vida cotidiana” (DE VEGA, 2013, p. 119). La gastronomía es un elemento fundamental para hacer diplomacia cultural puesto que

es un símbolo territorial, es una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar. Es una fórmula de comunicación y transmisión cultural”. (FUSTÉ-FORNÉ, 2016 p. 6)

Las relaciones con China asumen una creciente importancia en el marco de las relaciones internacionales latinoamericanas en las últimas décadas del siglo XX (WILHELMY, 2000, p. 3). Este nuevo proceso histórico de relaciones exteriores sino-latinoamericanas está marcado por una fuerte diplomacia pública:

China introduce estos dos conceptos - soft power y diplomacia pública - a partir de los años noventa en el ámbito académico, pero será a partir de la “era Hu Jintao” cuando se incorporará definitivamente en el discurso y la práctica de la política exterior china con el fin de que el mundo comprenda que China quiere un “desarrollo pacífico”. (RODRÍGUEZ ARANDA, 2013, p. 331)

La diplomacia cultural es una gran herramienta para crear una imagen amistosa del país que la utiliza y, en el caso de China, método para alcanzar un “ascenso pacífico” en el escenario internacional. Es por ello que “la elección de la diplomacia cultural por parte de China no fue algo arbitrario, sino una necesidad producto del aislamiento del país a la mitad de los años cincuenta” (LIU, 2008, p. 98). En “El soft power en la política exterior de China”, Rodríguez Aranda y Van de Maele (2013, p. 503), afirman que desde el año 2000 se puede analizar el uso del soft power por parte de China hacia América Latina, utilizando cuatro dimensiones de su política exterior. Entre las mencionadas dimensiones, los autores destacan como primera y más importante a la dimensión

cultural, sobre la política, la económica y la militar.

El gobierno de Hu Jintao se ha tomado conciencia de la importancia de proyectar la cultura china en el mundo como el principal recurso de diplomacia pública del país, considerando la atracción que ésta genera. Para lograr dicho objetivo, China ha desarrollado su diplomacia pública que consiste en programas del gobierno cuyo objetivo es informar o influir en la opinión pública de otros países. Para ello, utiliza como principales instrumentos las publicaciones, películas, intercambios culturales, radio, televisión, turismo y deporte, además de la promoción del idioma y la celebración de conferencias, simposios y talleres en el extranjero (SADDIKI, 2009, p. 109; RODRÍGUEZ ARANDA; VAN DE MAELE, 2013, p. 503).

Volviendo a la premisa de pensar la gastronomía como una parte fundamental de una identidad cultural fuerte, tenemos que traer a discusión el rol que juegan los institutos Confucio. Estos son un importante proyecto del gobierno chino destinado a crear, dentro de organizaciones educativas extranjeras ya establecidas, centros para la enseñanza de lengua y cultura china (CORNEJO, 2014, p. 6). Estos centros promotores de la cultura han sido política del Estado chino que comenzó con la fundación del primer Instituto Confucio en Seúl, Corea del Sur, en 2004. En América Latina, también es posible constatar el despliegue de estos institutos:

[...] en el año 2006 se establece el primer Instituto Confucio en México y hoy tenemos 25 Institutos Confucio y 10 Aulas Confucio en 12 países de América Latina, destacando: México (4), Perú (5), Colombia (2), Cuba (1), Chile (2), Brasil (3), Argentina (2), Costa Rica (1). (RODRÍGUEZ ARANDA; VAN DE MAELE, 2013, p. 505)

Los institutos Confucio se caracterizan por realizar cursos destinados a la enseñanza del mandarín y talleres enfocados en la cultura del país asiático. Entre todos estos talleres, vamos a subrayar la realización de talleres culinarios que se han concretado en diferentes países latinoamericanos.

Cabe recalcar que el instituto Confucio no es el único centro de promoción cultural que tiene China en el resto del mundo. En España, por ejemplo, se encuentran asociaciones como la Organización del Fondo Chino Español y la Asociación de Chinos de Ultramar. La primera cuenta con un fondo económico de financiación privada

[...] que se dedica a solucionar las necesidades económicas más urgentes y periódicamente realiza actividades culturales: exposiciones de pintura, charlas sobre literatura, etc. En un futuro y si la Organización dispusiera de un local propio, llevarían a cabo las siguientes actividades: cursos de Tai Chi, cursos de acupuntura, comidas interculturales y la creación de un Centro Cultural Oriental, cuyo propósito fundamental sería dar a conocer y difundir la historia china a través de diferentes manifestaciones culturales: pintura, literatura, música y

arte. (PETIT, 2002, p. 334)

Sin embargo, no son solo estas organizaciones las encargadas de promocionar la gastronomía china. Un factor que influye en la proyección de la cultura china en el mundo, pero que no es controlado por el gobierno chino directamente, es la diáspora china. Este fenómeno es calculado en más de 50 millones de “embajadores” culturales dispersos en todas las regiones del mundo (GUERRA, 2010, p. 2). Wilhelmy (2000, p. 6) destaca que las comunidades de origen chino en América Latina son relativamente pequeñas, lo que limita su impacto en las relaciones bilaterales, y que, generalmente, se observa la coexistencia de una generación mayor que se limita a los negocios de tipo tradicional, como la gastronomía.

Así mismo, Wilhelmy concluye que,

Por otra parte, en América Latina asistimos a una revalorización del papel de las minorías étnicas, lo que permite pensar que en el futuro los descendientes de inmigrantes chinos podrán interesarse en acceder a un mayor protagonismo social, cultural y económico en las vinculaciones con China. (2000, p. 7)

Otro aspecto a considerar dentro de la diplomacia cultural, y es lo que el presente proyecto pretende abordar, son los medios de comunicación utilizados por el gobierno:

En el caso de China existen diversos ejemplos, entre los que destacan el canal de televisión a 24hrs CCTV 9, que comenzó a emitir en 2007 y que para 2009 tenía servicios en inglés, español, francés, ruso y árabe, además de la agencia Xinhua, la People’s Daily y el proyecto reciente Global Times que pretende competir internacionalmente con CNN, BBC, o Al-Jazeera. (RODRÍGUEZ ARANDA; VAN DE MAELE, 2013, p. 505)

Según las informaciones que el portal brinda a sus usuarios, “China.com” fue fundada en mayo de 1999, siendo así uno de los primeros portales que aparecieron en el país. Este sitio web “se ha convertido en una valiosa plataforma para promocionar a China en Internet, y es además uno de los medios más influyentes sobre China” (CHINA.COM, 2018). La página está disponible en 25 idiomas y ofrece a los usuarios más de 20 canales con información de “primera mano” y servicios a todo el mundo. Y además posee una sección sobre los asuntos militares del gobierno. En la sección “sobre nosotros”, la página explica cómo se sustenta económicamente:

El accionista principal de China.com es el Grupo de Medios y Transmisión Global (Global Broadcasting Media Group, GMG), que es la única plataforma administradora de todos los medios y de la industria cultural de Radio Internacional de China y la Red de Transmisión Internacional de China (China International Broadcasting Network, CIBN). (CHINA.COM, 2018)

Este portal digital es uno de los tantos medios que utiliza el país asiático para llevar a cabo su diplomacia cultural con el resto del mundo. En una entrevista realizada por el *Diário do Povo* en el año 2004 al entonces ministro de cultura chino Sun Jiazheng, él afirma que la diplomacia cultural es uno de los intereses fundamentales de China y que, junto con la diplomacia política y económica, es considerado uno de los tres pilares de la diplomacia china (DIÁRIO DO POVO, 2005). En la entrevista, el exministro de cultura también nos comenta que la nueva generación de líderes dirigidos por el exsecretario del Partido Comunista de China, Hu Jintao, ha colocado en un lugar indispensable a la función de la diplomacia cultural.

En lo que a la gastronomía respecta, el portal posee dos secciones en las cuales podremos encontrar información directa: la sección de “Gastronomía” y la sección de “Cultura”. La sección de gastronomía se encuentra subdividida en cuatro tópicos: “Recetas”; “Secretos del Chef”; “Tu cocina”; y “Restaurantes”. En la sección de “Cultura”, podemos encontrar una gran diversidad de tópicos, entre ellos el de “Cocina”. Este contiene una gran variedad de artículos sobre la cultura que gira en torno a la comida. Los temas de los artículos van desde la recomendación de platos para mejorar el estado de humor, relatos de origen sobre los platos, prácticas gastronómicas, historia sobre los restaurantes más famosos del país, entre otros.

En lo que al desarrollo de la monografía respecta, el texto se encuentra dividido en tres capítulos. En el primer capítulo, definiremos qué es la diplomacia cultural, la diplomacia pública, y el poder blando o *soft power*. Estos conceptos serán las herramientas con la cual analizaremos este fenómeno en las relaciones exteriores de China. Presentaremos, de modo general, la diplomacia cultural china en el plano internacional. En el segundo capítulo, identificaremos y analizaremos las políticas culturales chinas que han sido destinadas a las relaciones diplomáticas para con América Latina. Estas políticas serán agrupadas en tres grupos: 1. Difusión de la lengua y la cultura china: Hanban y los institutos Confucio; 2. Los medios de comunicación digital en la diplomacia cultural china; 3. La diáspora en la diplomacia cultural de china. En el tercer capítulo, abordaremos a la gastronomía en la diplomacia cultural de China. Definiremos qué es alimento, comida, alimentación, gastronomía, y gastrodiplomacia. Estos conceptos nos permitirán analizar nuestro objeto de estudio, la página web China.com y su radio CRI – China Radio Internacional. Discutiremos, también, cual es la importancia de la gastronomía como política cultural para China.

1. CHINA, LA DIPLOMACIA CULTURAL A PARTIR DEL SIGLO XXI

*“Y el juicio imparcial de los otros
te arropas bien y te apresuras por la niebla
de la lluvia de otoño derribado por el viento frío
y su tráfico incesante
y la familia en el rascacielos
se queda quieta detrás de tu espalda bajo la lluvia turbia”*

Lin Mang¹

En las últimas décadas, las políticas exteriores de la República Popular China han cobrado más visibilidad en el escenario internacional. Con la llegada de Hu Jintao al poder, como Secretario General del Partido Comunista Chino, en el 2002, y como presidente de la República Popular de China, en el 2003, diversas políticas públicas han sido implementadas con el fin de mejorar la imagen del país en el ámbito de las relaciones exteriores. El Estado chino ha aumentado progresivamente su participación en los asuntos mundiales, al igual que “ha desplegado un conjunto de acciones dirigidas a la opinión pública global, renovando o reforzando instrumentos existentes y creando otros nuevos” (ROTH, 2006, p. 483). La diplomacia cultural tiene una larga historia en la estrategia de política exterior de varios países y, en los últimos años, ha cumplido un papel fundamental en las relaciones internacionales (BARBA, 2015, p. 35). Entonces, ¿cuál es el papel que cumple la misma en la agenda internacional china a inicios del nuevo milenio?

En este primer capítulo nos enfocaremos en la definición de los conceptos claves que serán utilizados en el presente trabajo monográfico tales como: diplomacia cultural; diplomacia pública; y poder blando o “*soft power*”. Una vez desarrollados, identificaremos y analizaremos algunas de las políticas culturales para las relaciones exteriores que fueron impulsadas en el gobierno de Hu Jintao (2002-2012) y Ji Jinping (2013-2017) en el plano internacional. Pretendemos así entender cuán importante es para el gobierno chino la utilización de políticas culturales a la hora de entablar las relaciones exteriores y como impactan a nivel mundial. Una vez alcanzado los objetivos de este capítulo, lo concluiremos con una reflexión final.

¹ Fragmento de la poesía “*El sonido del goteo*”, de Lin Mang. Esta poesía formó parte de una muestra de poesía presentada en el Encuentro Internacional de Poesía China – Colombia, que se realizó en octubre del año 2013. Este fragmento fue elegido porque forma parte de la diplomacia cultural china-colombiana. Disponible en: <<https://www.festivaldepoesiademedellin.org/es/Diario/ChinaColombia2013.html>>. Consultado el: 06 de jul. del 2018.

En el año 2004, el “*Diário do Povo*”² realizó una entrevista al entonces ministro de cultura chino, Sun Jiazheng. La entrevista trataba sobre la diplomacia cultural que el gobierno de Hu Jintao comenzaba a llevar a cabo.

[Reportero] *Juntamente com a diplomacia política e econômica, a diplomacia cultural faz parte da diplomacia geral da China. A minha pergunta é: Como a diplomacia cultural obedece e serve ao trabalho diplomático geral do país?*

[Sun Jiazheng] *A nova geração de líderes dirigida pelo secretário-geral do Partido Comunista da China, Hu Jintao, elevou para o lugar indispensável a função da diplomacia cultural. A diplomacia cultural assim como a diplomacia política e econômica são consideradas como os três pilares da diplomacia chinesa. A diplomacia cultural criou um bom ambiente para a nossa diplomacia geral e contribuiu para o desenvolvimento das relações bilaterais. Ela desempenha um papel único no relacionamento entre os líderes chineses e seus homólogos dos outros países e no desenvolvimento com as potências. Incrementou a confiança e esclareceu dúvidas para o desenvolvimento das relações com os países vizinhos. Estabilizou, consolidou e desenvolveu as relações com os países em desenvolvimento. Impulsionou as relações com os países que ainda não estabeleçam relações diplomáticas com a China.*³ (DIÁRIO DO POVO, 2004)

Ahora bien, ¿cómo podemos interpretar la respuesta de Sun Jiazheng?, teniendo en cuenta que el medio en el que se realizó la entrevista es una plataforma del oficialismo chino. Una respuesta válida podría ser lo que Roth considera que se encuentra detrás de la diplomacia cultural china:

[...] en primer lugar, con la necesidad de gestionar una creciente interdependencia con el mundo exterior y, en segundo lugar, la necesidad de proyectar una imagen amistosa y atractiva sobre la escena mundial que ahuyente posibles recelos ante una hegemonía amenazadora. (ROTH, 2006, p. 483)

Es menester, antes de continuar de lleno en las políticas chinas, definir qué es la diplomacia cultural. Podremos, así, tener una base teórica que nos permita analizar las políticas utilizadas por China desde la cultura, para la construcción de las relaciones exteriores.

² En chino simplificado 人民日报, *Rénmín Ribào*, es un periódico oficial del Partido Comunista Chino que es publicado en todo el mundo, en diferentes idiomas, con una tirada de millones de ejemplares.

³ Ministro chinês da Cultura fala da diplomacia cultural. Disponible en: <<http://portuguese.cri.cn/1/2005/01/11/1@21959.htm>>. Consultado el: 28 de jun. de 2018.

1.1 ¿Diplomacia cultural? ¿Diplomacia Pública? ¿Poder Blando?

La cultura ha estado presente en la agenda gubernamental de la política exterior de un país, siendo considerada un tercer pilar fundamental en las relaciones entre los Estados (BARBA, 2015; SADDIKI, 2009). La diplomacia cultural vincula entonces dos conceptos polivalentes: cultura y diplomacia. De ese modo, una definición de dichos términos, de modo amplio o general,⁴ puede ayudarnos a entender qué es y cómo funciona la diplomacia cultural (BARBA, 2015).

Para definir la cultura, Said Saddiki recurre a la UNESCO, la cual, en su Declaración Universal sobre de Diversidad Cultural del año 2001, reafirma que:

la cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, la manera de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (UNESCO, 2001)

Para Saddiki la cultura, en general, es “una forma de vida”; y afirma que

la consideración de la cultura como “una forma de vida” de una nación implica también su visión del mundo y de otras naciones. Así, cada pueblo actúa en el mundo sobre la base de cómo cree estar en él y de cómo imagina que están los otros pueblos. (SADDIKI, 2009, p. 89)

Entonces, ¿cómo entendemos a la cultura, a esa “forma de vida”, dentro del ámbito diplomático? Una respuesta a ello podría ser que la cultura en la diplomacia, es decir la diplomacia cultural, se refiere al papel que desempeñan los factores culturales en las relaciones internacionales (SADDIKI, 2009). Milton Cummings definió a la diplomacia cultural como “el intercambio de ideas, información, arte y otros aspectos de la cultura entre las naciones y sus pueblos para fomentar el entendimiento mutuo” (CUMMINGS, 2003, p. 1 apud SADIKKI, 2009, p. 109). La diplomacia cultural no significa solamente la transmisión y la difusión de cultura y valores nacionales, sino que

Un elemento importante de la diplomacia cultural también es el hecho de escuchar a las demás naciones del mundo, comprender su propia forma de vida y buscar un terreno cultural común para compartirlo con ellos. Así pues, la diplomacia cultural no debe basarse exclusivamente en contar nuestras historias al resto del mundo; hay que tener en cuenta también que “el éxito de la diplomacia cultural depende del diálogo intercultural y del respeto mutuo”. (SADDIKI, 2009, p. 109)

⁴ El presente trabajo monográfico no pretende abordar las diferentes definiciones de cultura que compiten entre sí. Es por ello que la monografía se sirve de una definición de “modo amplio o general” de cultura que incluya diversos aspectos y productos culturales (religión, estructura social, literatura, tradiciones, valores, arte, música, cine, ciencia, etc.).

Ahora bien, abordaremos brevemente otros conceptos que tienen relación con la diplomacia cultural y que han de ser utilizados en la presente monografía: diplomacia pública y poder blando (“*soft power*”). Para Saddiki, la diplomacia cultural se considera como una piedra angular de la diplomacia pública. Pero, ¿qué es la diplomacia pública? El gobierno brasilero, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, concibe a la diplomacia pública como una política pública del Estado:

Tradicionalmente, o conceito de "diplomacia pública" esteve associado à promoção da imagem de um país no exterior. No Brasil, a "diplomacia pública" é entendida não só nessa acepção tradicional, mas também no sentido de maior abertura do Ministério das Relações Exteriores e da política externa brasileira à sociedade civil, em um esforço de democratização e transparência das políticas públicas nacionais. (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE BRASIL, 2018)

Por otra parte, el gobierno español, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores, entiende a la diplomacia pública como:

aquella dirigida a la opinión pública, al mundo empresarial y a la sociedad civil en general, tiene como objetivos la proyección de nuestros valores y tomas de posición más allá de nuestras fronteras; [para] dar a conocer y proyectar con mayor eficacia y alcance la realidad de nuestro país y explicar a tan vastos destinatarios nuestras posiciones en relación con las principales cuestiones internacionales y las razones en las que se sustentan nuestras principales iniciativas de política exterior. (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE ESPAÑA, 2018)

Para María Claver Ruíz, Directora General de Medio y Diplomacia Pública de España, la diplomacia pública se compone de tres elementos: capacidad de comunicar, tejer alianzas y conseguir una mayor influencia en la escena global (RUÍZ, 2014). Para concluir, “Si bien la diplomacia pública se ocupa tanto de necesidades políticas a corto plazo como de intereses políticos a largo plazo, la diplomacia cultural pone el énfasis en el intercambio a largo plazo entre naciones” (SHULTZ, 1997).

Estos dos conceptos, diplomacia cultural y diplomacia pública están relacionados con el ya mencionado “poder blando” o “*soft power*”. El término fue acuñado por Joseph Nye, quien lo define como:

la habilidad para conseguir lo que uno pretende por medio de la seducción, y no por medio de la coerción o el pago. Surge del carácter atractivo que tienen la cultura, la política o los ideales políticos de un país. Cuando nuestra política es vista como legítima a ojos de los demás, nuestro poder blando se incrementa mucho. (NYE, 2004, p. 164 apud SADIKKI,

2009, p. 109)

Nye afirma que el poder blando de un país debe basarse en tres recursos principales:

su cultura (en aquellas partes en que resulta atractiva a otros), sus valores políticos (cuando el país está a la altura de los mismos en casa y en el extranjero), y su política exterior (cuando ésta es vista como legítima y con autoridad moral reconocida). (NYE, 2004, p. 164 apud SADIKKI, 2009, p. 110)

En contraposición al “poder blando”, nos encontramos con el “poder duro” o “*hard power*”. Este, según Nye, significa la habilidad de hacer que los otros hagan lo que uno quiere, pero utilizando para ello la fuerza económica y militar.

1.2. La diplomacia cultural china en el plano internacional

En el debate internacional sobre el ascenso de China, Roth comenta que la “teoría de la amenaza” predice que el auge expansivo del gigante recién despierto producirá inevitablemente el enfrentamiento con sus vecinos e incluso conflictos a mayor escala. En respuesta a esto, surgió en China la teoría del “ascenso o desarrollo pacífico”, la cual tiene como objetivo principal luchar contra la pobreza mediante la incorporación a la globalización económica y las relaciones con otros Estados a partir de la cooperación y la amistad (ROTH, 2006). Cabe preguntarse cómo se traduce esta teoría en la práctica. Roth considera que, en términos generales, la teoría y la práctica conciben. Son coherentes. Menciona algunos casos puntuales a modo de ejemplo: desactivar los potenciales conflictos regionales, apostando siempre por la vía pacífica y del diálogo; multilateralismo en el plano global, en el cual su imagen internacional se ve beneficiada por el desgaste que sufre Estados Unidos por sus políticas en Medio Oriente; asegurarse el abastecimiento por vías diplomáticas, evitando presiones y conflictos en la rivalidad por los mercados internacionales, véase la carrera por el petróleo protagonizada por China y EE UU, los mayores consumidores de petróleo del mundo.

Aun así, añade Roth, este ascenso chino en el plano global, en muchos casos, produce una imagen contraria a lo que busca transmitir, véase como ejemplo: que su modelo despierta el temor a las deslocalizaciones y la pérdida de empleos en el resto del mundo; que su capacidad de compra impulsa el crecimiento en otras regiones, al mismo tiempo que la avaricia de materias primas provoca dudas sobre su encarecimiento y posible escasez; que preocupan las repercusiones del crecimiento desordenado sobre el medio ambiente y las posibles consecuencias sociales y políticas de las desigualdades de renta; que las declaraciones sobre el “socialismo armonioso” chocan con el relato de la fiebre consumista, el urbanismo desatado y las fortunas fabulosas que rinden los viajeros; la política de internacionalización de sus empresas, que ha culminado con intentos de compra de

grandes compañías extranjeras, se ha topado en algunos casos con los recelos de las autoridades económicas occidentales.

En lo que respecta directamente a la aplicación de la diplomacia cultural, o en general a diplomacia pública, China ha realizado un gran avance en materia de difusión de su cultura. A continuación, desarrollaremos como se ha llevado a cabo este proceso.

1.2.1. La promoción de la lengua y la cultura en plano internacional

En el año 2004, se fundó el primer Instituto Confucio (IC) en Seúl, República de Corea. Actualmente, cuenta con sede en diferentes países y tiene el objetivo de difundir la cultura y el idioma de China. Esta iniciativa fue un éxito rotundo. Para marzo del 2007, China ya contaba con más de 140 IC en el mundo. Esto llevó a que Hanban⁵, una institución no gubernamental y el órgano ejecutivo del Consejo Internacional del Idioma Chino, afiliado al Ministerio de Educación, ampliase sus objetivos iniciales:

Hanban ha ampliado sus objetivos iniciales con la intención de alcanzar la cifra de 500 institutos en 2010 y 1.000 en 2020. Para enseñar chino a 100 millones de estudiantes en 2020, se ha calculado que será necesario formar a 5 millones de profesores. En la actualidad, reconocen las mismas fuentes, sólo 5.000 profesores en China tienen el certificado de enseñanza de chino a extranjeros. (ROTH, 2006, p. 489)

El gran esfuerzo institucional chino para la promoción de su idioma viene acompañado de una importantísima demanda del chino como idioma extranjero, reflejo de la cada vez más ascendente proyección económica y política de China. Según Roth (2006, p. 491) “hay entre 30 y 40 millones de personas aprendiendo chino en todo el mundo”. Son más de 2500 universidades e institutos de enseñanza superior los que ofrecen cursos de chino, en más 100 países. Son los países vecinos del gigante asiático quienes más demandan la enseñanza de su lengua.

En Corea del Sur el número de estudiantes de chino aumentó en un 66% de 2000 a 2005, hasta los 160.000. En Japón, el número de colegios que ofrecen lengua china se triplicó entre 1993 y 2005, y es ya la segunda lengua extranjera en la enseñanza después del inglés. En Tailandia se ha fijado el objetivo de alcanzar el 30% de los estudiantes matriculados en programas de lengua china en cinco años. China respalda esta tendencia mediante asistencia técnica docente y a través la cooperación al desarrollo, por ejemplo, prestando ayuda para la

⁵ El Hanban es la máxima representación de la difusión del idioma y la cultura de China y la que se encarga de proporcionar los servicios y recursos didácticos necesarios para su enseñanza, contribuyendo al desarrollo multicultural a través de las uniones entre universidades. Fuente: Instituto Confucio de la Universidad de Valencia. Disponible en: <<https://www.uv.es/uvweb/instituto-confucio-uv/es/hanban/-es-hanban-1285919278085.html>>. Consultado el: 31 de oct. de 2018.

asistencia a colegios chinos en Camboya. (ROTH, 2006)

Esta demanda del chino también tuvo su aumento fuera de la región de Asia-Pacífico, más precisamente en los Estados Unidos. El chino aún está lejos en la enseñanza universitaria de idiomas como el español, el francés o el alemán. No obstante, en lo que respecta a la educación primaria y secundaria, al menos 27 estados ofrecen el idioma chino en sus sistemas públicos. En el año 2005 se calculaba que había alrededor de 24.000 niños aprendiendo chino y unos 150.000 en las *Heritage Schools*. En el año 2006, el *College Board* firmó un acuerdo de cinco años con Hanban con el objetivo de expandir la enseñanza de la lengua y la cultura china en las universidades. Este tipo de políticas, entre otras, convirtió a China en el tercer destino académico para los estudiantes universitarios estadounidenses en los periodos 2003/4 y 2004/5, después de India y Argentina (ROTH, 2006).

Para Roth, otro factor importante en la difusión global del chino, sobre todo en Asia y Norteamérica, es el volumen y distribución de la diáspora china. “Las comunidades chinas repartidas por el mundo constituyen una red de mantenimiento básico del idioma, al proporcionar una estructura escolar básica” (ROTH, 2006, p. 492). En Estados Unidos, la comunidad hablante de chino asciende a más de dos millones.

[...] la incipiente demanda de chino como lengua extranjera ha sido atendida en primera instancia por las escuelas de *Heritage Chinese*, organizadas por las comunidades chinas de forma espontánea. A ellas han acudido los padres que no hablan chino y que en número creciente desean que sus hijos estén expuestos a él (ROTH, 2006, p. 492).

El gigante asiático ha sido también organizador de grandes eventos internacionales, tales como: los Juegos Olímpicos de Beijing en el año 2008 y la Exposición Universal de Shanghái en el 2010. Roth añade que la influencia cultural china se ha extendido por Asia y por el mundo mucho antes de que el gobierno decidiera incorporarla como un elemento principal en su agenda internacional. Es así como diversas agencias públicas chinas se encargan regularmente de recordar los logros de la historia china, tales como:

una tradición intelectual milenaria, irradiada en el primer milenio a. C. a los países vecinos; inventos como el papel, la pólvora, la imprenta, la porcelana o la seda que se difundieron por Asia antes de llegar a Occidente a través de los viajeros medievales. La imagen lejana de Cathay y sus riquezas inspiró la expansión marítima europea. La antigua filosofía china, la medicina tradicional, las artes marciales, la caligrafía y la pintura se dieron a conocer mundialmente por medio de misioneros, comerciantes y enviados diplomáticos, sobre todo

desde el período de los Tratados Desiguales⁶ (ROTH, 2006, p. 486).

1.2.2 La diplomacia cultural china en África

A continuación, presentaremos de modo general la diplomacia cultural de China en África. Este trabajo no pretende abordar las controversias que genera la presencia de chinos en el territorio africano; o las consecuencias negativas que trae la relación entre ambos; o la venta de armamento militar; o la falta de integración entre africanos y residentes chinos; entre otros.

En la era Hu Jintao, los acercamientos de China a África han aumentado progresivamente, sobre todo en lo que respecta al nivel diplomático, “la presencia en el 2006 del presidente Hu Jin Tao a varios países en el continente, mientras que Wen Jiabao, primer ministro, visitó otros países en el mismo continente” (MEJÍA MENA, 2015, p. 40)

En África, China ha aumentado también su presencia política y económica, lo cual se traduce en la mejora de su imagen pública. Cada año, Pekín destina 400.000 y 500.000 RMB⁷ para financiar la diplomacia cultural con los países africanos. Esta cifra es invertida de dos maneras:

la primera está destinada a las actividades de intercambio people-to-people (lo que incluye funcionarios culturales, viajes de grupos artísticos, intercambios académicos, intercambios de artistas). La segunda, menor, es una pequeña ayuda cultural regular (lo cual incluye libros, panfletos, reproductores de DVD, equipos de audio, sistemas de iluminación y pequeñas sumas económicas). (LIU, 2008, p. 98)

Aun así, las relaciones entre China y África no se rigen por la diplomacia cultural, sino que son regidas por la cooperación económica. Según Mejía Mena (2015, p. 42) “en el año 2009 China se convirtió en el primer de África”,

Para el 2012 se alcanzó un crecimiento de \$198.49 miles de millones de dólares en intercambio, cerca de 19,3% de crecimiento. Entre 1998 y 2008 los valores por intercambio comercial pasaron de \$6 miles de millones a \$107 miles de millones. (MEJÍA MENA, 2015, p. 42)

Haifang Liu, investigadora del Instituto de Estudios Occidentales y Africanos de la

⁶ El periodo de los Tratado Desiguales (mediados del S. XIX – siglo XX) hace referencia a la calidad de condiciones en los que fueron firmados ciertos tratados entre Estados del este asiático (China, Japón y Corea) y potencias occidentales. En el caso chino, los tratados entre los países occidentales y el estado Qing fueron una de las muestras más palmarias de cómo las grandes potencias euro-americanas desplegaron su estrategia colonial hasta el subcontinente chino: se trató de tratados desiguales en los que China realizó concesiones sin que existan contrapartidas a su favor (MARTINÉZ-ROBLES, 2010).

⁷ Renminbi, abreviado RMB, es la moneda de la República Popular de China y es emitida por el Banco Popular Chino. El Yuan es la unidad básica del renminbi.

Academia China de Ciencia Sociales, aborda como la diplomacia cultural de China ha comenzado a multiplicar los medios en los cuales se produce. Estos medios van desde el incremento de simposios y foros en donde se debate sobre ‘el desarrollo compartido’ – a los que asisten académicos, funcionarios y diplomáticos, tanto africanos como chinos – hasta la implementación de ciudades hermanas:

A principios del año 2003 había 30 provincias chinas en las que unas 260 ciudades habían establecido hermandad con otras 1130 ciudades de un total de 106 países. En agosto de 2005, había 46 ciudades, de 23 provincias de 28 países africanos, hermanadas con ciudades chinas. (LIU, 2008, p. 99)

Al igual que con América y Europa, la presencia de ciudadanos chinos en África es uno de los medios más importantes de propagación de la cultura china en dicho continente. El papel de los actores no gubernamentales también parece ir en aumento:

Algunos cantantes y actores afiliados con asociaciones filantrópicas han empezado a aterrizar en África. Algunos empresarios, a título individual, han hecho contribuciones caritativas y de protección del medio ambiente. Luo Hong, presidente de la compañía Holiland, es un muy buen ejemplo. Viajó a diferentes países africanos como fotógrafo aficionado e hizo amistad con algunos africanos. Donó cantidades de dinero a grupos de interés público, como uno con un proyecto de protección del Lago Nakuru en Kenia. (LIU, 2008, p. 100)

China ha aumentado su producción audiovisual de manera exponencial. En lo que a cine respecta, el cine chino gana en volumen y premios, pero progresa lentamente en las taquillas de Occidente. En el año 2006 se produjo un número récord de películas: 330 (ROTH, 2006). En el ámbito de los documentales, una acción para popularizar a África en la audiencia fue la serie de televisión “*A Passage to Africa*” que se emitió y filmó en el año 2003. Liu, sobre esta serie, reflexiona sobre el impacto que tuvo en la audiencia china:

El programa ayudó a abrir los ojos, por lo general, a buena parte de los televidentes, puesto que supuso una ruptura con las tradicionales imágenes de dolor que se transmitían en la mayoría de cadenas. A través de las cámaras de la serie, África se convirtió en un gran jardín salvaje, lleno de apasionadas personas, con maravillosos escenarios de gran belleza... Gracias a este programa, el número de turistas chinos en África ha aumentado. (LIU, 2008, p. 100)

En mayo del 2000, se celebró el “*Meet in Beijing Arts Festival*”⁸. Es un festival internacional de artes⁹ que se realiza todos los años en Beijing. Tiene como objetivo la promoción de intercambios culturales a través de la presentación de la cultura china y las artes internacionales. La primera edición¹⁰ se realizó con la intención de celebrar la llegada del nuevo milenio y tuvo un gran éxito. Su debut contó con la participación de 38 grupos de 24 países. Ofrecieron 109 performances, 6 shows al aire libre y 6 exhibiciones artísticas. En el año 2004 se celebró la cuarta edición del festival. Contó con la participación de 9 grupos africanos. Según Liu, este festival sirve al Estado chino en la medida que, a través del mismo, manipula el discurso retórico público para justificar la necesidad de establecer relaciones con África.

En el discurso oficialista, este programa anual hace hincapié en ‘la afinidad a la gente’, por su “riqueza y variedad cultural, la universalidad, la ejemplificación de la unión de creadores, la comunicación y la cooperación, y también, la esencia orgánica de lo que significan la armonía, la concordancia y la paz” que son todos “objetivos del gobierno chino” y la personificación del espíritu de la “Olimpiada Popular”. (LIU, 2008, p. 102)

Según Liu, los conceptos de “variedad cultural” y “afinidad al pueblo” siguen la lógica de la diplomacia cultural china de los años 1950. En particular, el segundo concepto, “fue redescubierto de entre la historia de las relaciones internacionales de China y se ha vuelto a convertir en el tema central de la política cultural de la República Popular China (RPCh)” (LIU, 2008, p. 102). Invitar a países africanos a participar de eventos en China “convierte al discurso en algo más razonable y más cercano a la gente. De hecho, en el actual contexto chino, los discursos de diplomacia cultural y de diplomacia pública coexisten, de tal forma, que se solapan y justifican mutuamente” (LIU, 2008, p. 103). A partir de este análisis, la autora problematiza el uso del eslogan “afinidad al pueblo” y las funciones que cumple en la discursiva oficialista. En primera instancia, convirtió el concepto de políticas “orientadas a la gente” como un valor ideal para alcanzar una sociedad armónica, a raíz de la grieta cada vez más aguda entre ricos y pobres. Mientras que, en segunda instancia, la utilización de ese tipo de eslogan de “carácter doméstico para dotar de corrección política los actos de diplomacia cultural puede significar, a su vez, que la sociedad civil está pidiendo una mayor apertura” (LIU, 2008, p. 103).

⁸ Este festival nacional es coorganizado por el *Ministry of Culture and Tourism of the People’s Republic of China, State Administration of Radio and Television and People’s Government of Beijing Municipality*, y copresentado por *China Arts and Entertainment Group (CAEG)* y *Beijing Municipal Bureau of Culture*.

⁹ *Art Festival*: < <http://meetinbeijing.org.cn/en/jianjie.asp?id=155>>. Consultado el: 2 de jul. de 2018

¹⁰ *Meet in Beijing Arts Festival*: < http://en.chinaculture.org/library/2008-01/31/content_127367.htm>. Consultado el: 2 de jul. de 2018

1.3. Primera reflexión

En este primer capítulo, pudimos crear la base teórica que nos permitirá comprender las diferentes políticas culturales que serán abordadas a lo largo del trabajo monográfico. Es a partir de esta base teórica que partimos hacia adelante con la identificación y análisis de algunas políticas en concreto que forman parte de la diplomacia cultural china.

Observamos las políticas culturales que el gobierno chino impulsó con el objetivo principal de crear una percepción internacional más favorable para su “ascenso pacífico”. La diplomacia cultural china, en conjunto con su creciente peso político y económico, ha tenido un gran impacto en el escenario internacional. La República Popular China se está disputando la hegemonía política y económica con Estados Unidos, y la diplomacia cultural resulta muy favorable para su imagen en comparación a la cada vez más erosionada imagen yanqui. La apertura de China al mundo viene acompañada de una gama de elementos muy sólidos (cultura y valores milenarios). La diplomacia cultural resulta una política muy estratégica para entablar sus relaciones exteriores a partir de la amistad y el intercambio entre el mundo y China. Aun así, como pudimos observar en la reflexión de Liu (2008), este fenómeno no solo condiciona las relaciones bilaterales de China, sino que, también genera un cambio interno en el país.

En el capítulo siguiente, continuaremos con la identificación de este fenómeno en el plano latinoamericano. Desarrollaremos de manera más amplia algunos elementos que han sido apuntados en este primer capítulo.

2. ¡DIPLOMACIA CULTURAL “AL ATAQUE !: CHINA EN AMÉRICA LATINA

Una serenidad sorprendida se eleva en el horizonte, de repente.

Ellas caen elegantemente de una dinastía a

Otra. Un cielo de blancos destellos, de repente.

Volúmenes dispersos se reúnen lejos de antiguas leyendas

Zhang Qinghua¹¹

11 de noviembre del año 2004, Hu Jintao acompañado por el Ministro de Relaciones Exteriores y canciller de China, Li Zhaoxing, realizó su primera visita a cuatro países de América Latina en calidad de presidente. Brasil, Argentina, Chile y Cuba fueron los Estados latinoamericanos que recibieron al mandatario chino durante su visita de 12 días. Asistieron también a la XII Reunión Informal del Foro de los Líderes de Economías Miembros de la Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC), que se celebró en Santiago de Chile. Durante la visita, el mandatario chino asistió a cerca de cien actividades incluyendo conversaciones, entrevistas, discursos e inspecciones. En la página web del Ministerio de Relaciones Exteriores de China¹², podemos encontrar una entrevista realizada en el 25 de noviembre al canciller Li Zhaoxing, en el avión de regreso a Beijing. En la entrevista, Li Zhaoxing comentó que la visita cumplió con las metas previstas de ampliar los consensos, aumentar la confianza mutua, extender la cooperación y promover el desarrollo en conjunto. El ministro chino rescató que, entre los frutos logrados en el viaje a América Latina, se encuentra, en primer lugar, “sentar una nueva base y abrir nuevas perspectivas para inyectar nueva fuerza motriz al desarrollo de las relaciones tradicionales de amistad entre China y América Latina”. En la página web del Diario del Pueblo¹³, *People's Daily*, podemos encontrar un segmento donde a partir de noticias breves y concisas, se desarrolla toda la agenda realizada por el mandatario chino en América Latina.

24 de noviembre del año 2006, dos años han pasado de la visita de Hu Jintao, se

¹¹ Fragmento de la poesía “*Una orilla de garzas*”, de Zhang Qinhua. La poesía formó parte de una muestra de poesía presentada en el Encuentro Internacional de Poesía China – Colombia, que se realizó en octubre del año 2013. El fragmento forma parte de la diplomacia cultural china-colombiana, es por ello que fue elegido. Disponible en: <<https://www.festivaldepoesiademedellin.org/es/Diario/ChinaColombia2013.html>>. Consultado el: 06 de jul. del 2018.

¹² Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. Disponible en: <<http://www.fmprc.gov.cn/esp/zt/hjtzxzf/x2004hjtcf/t173849.shtml>>. Consultado el: 03 de jun. del 2018

¹³ Visitas de Hu Jintao a cuatro países de América Latina. Disponible en: <<http://spanish.peopledaily.com.cn/32001/40326/40398/index.html>>. Consultado el: 03 de jun. del 2018

inaugura, en el Centro de Estudios y Certificación de Lenguas Extranjeras de la Universidad Autónoma de Nuevo León, el primer Instituto Confucio de la Oficina Nacional de la Enseñanza del Chino como lengua Extranjera.¹⁴ Para ese momento, en el mundo ya había 121 sedes del Instituto Confucio, en 52 países distintos. Medidas como la implantación de centros de difusión de la lengua y la cultura china en América Latina, visitas presidenciales de China a América Latina, entre otras, fueron llevadas a cabo por el Hu Jintao, y posteriormente por Xi Jinping, en esta nueva era de la historia de China.

En este capítulo identificaremos y analizaremos las políticas culturales chinas que han sido destinadas a América Latina desde la Era Hu Jintao, 2003 – 2013, hasta mediados de la Era Xi Jinping, 2013 – 2017, tales como: Hanban e institutos Confucio; medios de comunicaciones digitales destinados a la audiencia hispanohablante; y la diáspora china en América Latina. Una vez alcanzados los objetivos de este capítulo, lo concluiremos con una reflexión final.

2.1. Difusión de la lengua y la cultura china: Hanban y los Institutos Confucio

A continuación, presentaremos las dos instituciones más importantes del gobierno chino que se encargan de la difusión del mandarín y su cultura en América Latina. Ambas forman parte del Ministerio de Educación y están destinadas a la implementación de políticas públicas en el extranjero. En esta sección predomina el uso de fuentes primarias sobre estos procesos. Y la razón principal es que es complicado encontrar documentos o artículos en español o portugués que presenten una visión externa. Además, los pocos análisis que se han encontrado sobre este tema no son relevantes para ser citados en este trabajo puesto que, no tienen que ver con nuestro objetivo.

2.1.1. Hanban u Oficina General del Instituto Confucio

Como fue mencionado en el capítulo anterior, en el año 2004 se funda el primer Instituto Confucio en Seúl, República de Corea (Corea del Sur). Esta iniciativa fue llevada a cabo con el fin de difundir la lengua y la cultura china en el plano internacional. Esta política está a cargo del Hanban¹⁵ (*Confucius Institute Headquarters*), una institución pública que depende del Ministerio de Educación de China. Este organismo proporciona recursos y servicios a docentes que se dedican a la enseñanza de la lengua y la cultura china a nivel mundial, satisfaciendo así la necesidad de los alumnos de chino en el extranjero y contribuyendo a la multiculturalidad (HANBAN, 2018). El

¹⁴ Univesia México, “Inauguran primer Instituto Confucio en América Latina”. Disponible en: <<http://noticias.univesia.net.mx/vida-universitaria/noticia/2006/11/29/51063/inauguran-primer-instituto-confucio-america-latina.html>>. Consultado el: 03 de jun. de 2018

¹⁵ Abreviación del *Hanyu Bangongshi*

mismo cuenta con diversas instituciones destinadas al ámbito educativo.¹⁶ Entre las funciones principales de este órgano encontramos:

- “Apoyar a instituciones extranjeras de todo tipo y nivel en el desarrollo de la enseñanza del chino y la divulgación de la cultura china;
- Elaborar, perfeccionar y difundir los criterios para evaluar la aptitud del profesorado dedicado a la enseñanza del chino como lengua extranjera, los criterios de la aptitud en lengua china dirigidos a alumnos extranjeros, así como el Plan de Enseñanza Universal para la enseñanza del chino como lengua extranjera;
- Seleccionar y formar al profesorado y voluntariado de chino enviado al extranjero;
- Elaborar y organizar los exámenes de evaluación para el nivel de chino;
- Ejecutar el “Nuevo Plan Confucio de Estudios Sinológicos”, apoyando la profundización en los estudios sinológicos;
- Gestionar las becas del Instituto Confucio y organizar eventos importantes, como el Concurso Puente del Chino, entre otros;
- Construir una plataforma multidimensional compuesta por internet, televisión y radio dedicada a la enseñanza del chino como lengua extranjera, ofreciendo, además, recursos docentes digitales”. (HANBAN, 2018)

En el año 2014, en Santiago de Chile, Chile, se funda la Oficina General del Instituto Confucio/Hanban. Esta Oficina Regional del Hanban posee una estructura orgánico-funcional pequeña y flexible a fin de evitar crear una estructura burocrática. Opera como una unidad central de conducción y coordinación de los Institutos Confucio de la región. Con la llegada del Hanban a Latinoamérica, se crea la comisión del Centro Regional de Institutos Confucio para América Latina (CRICAL). El CRICAL posibilita y tiene como objetivo que los Institutos Confucio desempeñen un rol de carácter estratégico en el proceso de intensificación y profundización de las relaciones de América Latina con la República Popular China, revalorizando el área geográfica influyente de la región y el idioma en común (CRICAL, 2018). Es por ello que el CRICAL busca: tomar la iniciativa en lo referente a la selección, organización y evaluación de las actividades a ser desarrolladas en el marco de los objetivos que les son propios; formular en forma conjunta a Hanban una oferta cultural, educacional académica, económica, tecnológica y comercial; generar una economía de escala que redunde en beneficio de todas las partes, y que haga más eficiente la relación con Hanban y la asignación y uso de los fondos que ésta provee; elaborar estrategias operativas

¹⁶ Ver cuadro n°1 en anexo

incorporando diversos elementos surgidos de las experiencias y realidades de sus miembros, con el objeto de definir líneas de acción aptas para hacer frente a la problemática común (CRICAL, 2018).

2.1.2. Institutos Confucio

Dos años luego de la creación del primer Instituto Confucio y la primera visita de Hu Jintao en América Latina en calidad de presidente, se crea, en Nuevo León, México, el primero de Latinoamérica. Estos centros de enseñanza y divulgación de la lengua y la cultura china llevan el nombre del filósofo y educador Confucio.¹⁷ Estas instituciones educativas sin ánimo de lucro divulgan la lengua y la cultura china con el fin de reforzar los intercambios en el ámbito de la educación y las humanidades entre China y el resto del mundo y de impulsar el desarrollo de las diversas culturas del mundo (HANBAN, 2018). Ofrecen servicios tales como: enseñanza de la lengua china; formar un profesorado de chino; ofrecer materiales didácticos para la enseñanza del chino; organización de eventos de intercambio lingüísticos y culturales entre China y el extranjero; entre otros. Actualmente, contamos con 33 I.C. en toda América Latina:¹⁸ Brasil (10), México (5), Colombia (4), Perú (4), Argentina (2), Chile (2), Ecuador (2), Cuba (1), Bolivia (1), Costa Rica (1) y Guyana (1).

Los I.C. también realizan cursos y talleres enfocados en la cultura del país asiático. Entre todos estos talleres, vamos a subrayar la realización de talleres culinarios que se han concretado en diferentes países latinoamericanos. En Chile, el instituto Confucio de la Universidad Santo Tomás ha realizado tres eventos culinarios en el año 2017: Club Chino en Viña del Mar: Arte del té, Curso de Gastronomía China en Santiago y un taller de cocina china.¹⁹ En Perú, en el 2017, el instituto Confucio de la Pontificia Universidad Católica del Perú realizó un taller de preparación de Jiaozi, en el marco de la celebración del Año Nuevo Chino, un plato tradicional de esa época.²⁰ En Colombia,

¹⁷ Confucio (551 a.C. – 479 a.C.) fue una de las figuras más influyentes de historia china. Procedente de una familia noble arruinada, a lo largo de su vida alternó periodos en los que ejerció como maestro con otros en los que sirvió como funcionario del pequeño estado de Lu, en el norte de China. La esencia de sus enseñanzas, el confucianismo, se condensa en la buena conducta en la vida, el buen gobierno del Estado (caridad, justicia, y respeto a la jerarquía), el cuidado de la tradición, el estudio y la meditación. Las máximas virtudes son: la tolerancia, la bondad, la benevolencia, el amor al prójimo y el respeto a los mayores y antepasados. Disponible en: <<http://www.critical.cl/quien-es-confucio/>>. Consultado el: 26 de mayo. 2018

¹⁸ Ver cuadro n° 2 en anexo

¹⁹ Instituto Confucio de la Universidad Santo Tomás. Disponible en: <<http://www.confucioust.cl/agenda/categorias/comida-china/>>. Consultado el: 26 de may. de 2018

²⁰ Instituto Confucio de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Disponible en: <<http://agenda.pucp.edu.pe/evento/taller-jiaozi/>>. Consultado el: 26 de may. de 2018

en el 2017, el instituto Confucio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano,²¹ y en Ecuador, en el año 2015, el instituto Confucio en la Universidad San Francisco de Quito,²² realizaron un taller de gastronomía china. En Brasil, también se han organizados clases gratuitas de culinaria china, en el instituto Confucio de la Fundação Armando Álvares Penteado.²³

Los Institutos Confucio no son sólo el mejor ejemplo de la diplomacia cultural china, sino que talvez sean la bandera de este fenómeno. Son considerados por diversos autores, ya mencionados en este TCC, como la política más ambiciosa del gobierno chino. Desde la apertura del primer en el 2004, se han diseminado por todo el globo a pasos agigantados. Son centros de divulgación de lengua y cultura china importantísimos para poder llevar a cabo la estrategia diplomática de esta nueva Era de la política de la RPCh. El éxito que tuvo los tres primeros años esta iniciativa llevó a que el gobierno chino redoble sus esfuerzos y objetivos con respecto a la implantación de los mismos en todo el globo.

2.2. Los medios de comunicación digitales en la diplomacia cultural china

Los medios de comunicaciones masivos ocupan un rol importante a la hora de difundir la imagen del país, ya sea interna o externamente. Según Niklas Luhmann (2007), todo lo que sabemos acerca de la realidad, lo conocemos por los medios de comunicación. Los mismos tuvieron su apogeo en el siglo XX a raíz de una serie de inventos tecnológicos que establecieron nuevas dimensiones para la distribución de la comunicación (LUHMANN, 2007). En China, Jaime Roth (2006) nos dice que las autoridades mantienen el monopolio informativo de los medios de comunicación. Invierten grandes esfuerzos en controlar la información que se difunde desde China al resto del mundo, como así también mantener a su población al margen de determinados contenidos informativos procedentes del exterior,

Las estadísticas chinas disponibles siguen siendo poco accesibles e incompletas. Apenas existen instituciones que publiquen informes o análisis críticos o alternativos con alcance internacional. Excepto en entornos controlados como los complejos turísticos, no es posible ver libremente cadenas de televisión o adquirir prensa extranjera. Se habla de decenas de miles de “ciberpolicías” que vigilan permanentemente la red con el fin de bloquear la

²¹ Instituto Confucio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Disponible en: <<http://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/instituto-confucio/1476/taller-de-gastronomia-china-0>>. Consultado el: 26 de may. de 2018

²² Instituto Confucio en la Universidad San Francisco de Quito. Disponible en: <<http://icusfq.ec.chinesecio.com/es/node/390>>. Consultado el: 26 de may. de 2018

²³ Instituto Confucio de la Fundação Armando Alvares Penteado. Disponible en: <<http://www.faap.br/noticias/2015/aula-gratuita-culinaria-chinesa.asp>>. Consultado el: 26 de may. de 2018

búsqueda de determinadas expresiones o el acceso a páginas concretas en internet. (ROTH, 2006, p. 485)

A pesar de la censura en China, el extraordinario desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) está creando un clima favorable para la libertad de información y el debate. Hoy en día podemos visitar diferentes tipos de páginas web y plataformas digitales oficiales de China. Ellas se encuentran en diferentes idiomas generando, en los internautas, una impresión de modernidad e independencia, e incluso de apertura de costumbres y libertad de opinión (ROTH, 2006). A continuación, abordaremos algunos de los principales medios de comunicación, sean estos digitales o no, que sirven a la diplomacia pública/cultural de la República Popular China.

2.2.1. El Diario del Pueblo

El Diario del Pueblo, en chino: *人民日报*, pinyin: *Rénmín Ribào*, órgano del Comité Central del Partido Comunista chino (PCCh), es un diario que tiene una de las mayores tiradas del mundo con más de tres millones de copias. Fundado en el año 1948, era uno más de los diferentes periódicos locales del PCCh, siendo órgano oficial del diario Liberación, editado en Yenan o Yan'an. Al año siguiente, se convertiría en el periódico oficial del partido, logrando una tirada de 30.000 ejemplares ese año (SENENT-JOTSA, 1977). Hoy en día, su tirada diaria es de tres a cuatro millones de ejemplares. El 1 de enero del 1997 se creó “El Diario del Pueblo en línea”, www.people.com.cn,²⁴ versión digital del diario en chino simplificado y tradicional que ha llamado la atención a nivel nacional e internacional. El *people.com.cn* ofrece a los usuarios de internet las noticias publicadas a última hora por el Diario del Pueblo como así también sus publicaciones periódicas subordinadas (PEOPLE.COM.CN, 2018). La primera edición extranjera de la página fue en inglés y se creó en el 1998. A finales de ese mismo año, contarían también con la versión en japonés, mientras que las versiones en español y francés llegarían a mediados del 2000. Y finalmente, para el 2001 tendrían la versión en ruso y árabe, logrando así, una cobertura que se extiende por todos los países y regiones donde se habla japonés o una de las lenguas de trabajo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Actualmente, “Diario del Pueblo en línea” también ofrece contenido en alemán y portugués.

Ahora bien, ¿cuál es el rol que cumple esta plataforma digital en la diplomacia cultural china para con América Latina? Podemos responder rápidamente que cumple el rol de llevar a diferentes partes del globo las noticias chinas en múltiples idiomas. Aun así, no es la única función que lleva a cabo. Para responder a esta pregunta, nos focalizaremos en la versión en español del

²⁴ La actual página <www.people.com.cn> anteriormente era el sitio web <www.peopledaily.com.cn>.

Rénmín Ribào. Además de actualizar las noticias correspondientes a las siete secciones (China, Mundo, América Latina, Economía, Opinión, Ciencia y Cultura, y Deportes) de lunes a viernes, el “Diario del Pueblo en línea” presenta otras secciones, la cuales cumplen dos funciones: difusión de la cultura e intercambio cultural. Han elaborado “secciones especiales” en las cuales se presentan: los órganos estatales del gobierno chino; las biografías de los líderes chinos; la geografía, la historia y la cultura de China; y diversos reportajes sobre lugares de interés turísticos. Esporádicamente, se publican artículos especiales que tienen como objetivo que los lectores estén al corriente de la evolución histórica, étnica, religiosa, económica y cultural de múltiples regiones de China. Así mismo, la página promueve el aprendizaje del chino en sus lectores.

Por otra parte, haciéndonos eco del interés de algunos lectores por aprender el chino, hemos recopilado y traducido varios centenares de refranes y proverbios chinos, de los que todas las semanas publicamos diez, ofreciendo tanto el original como su traducción literal y su equivalente en español. Pretendemos con ello que los lectores puedan conocer desde otro ángulo la sabiduría de los pueblos y contribuir a la intercomunicación entre el pueblo chino y los de habla hispana. (TANG, 2018)

Tang Baisheng, Redactor Jefe de la Edición en español de *people.com.cn*, comenta que, luego de haber iniciado esta sección, gracias a un lector, hubo un mayor interés en seguir presentando a China en sus diversas facetas.

Poco después de iniciar esta sección, un lector nos hizo llegar desde México varios refranes de este país. En adelante, redoblabamos nuestros esfuerzos para presentar algunos personajes célebres de la cultura china, así como poemas y canciones, a fin de familiarizar a los lectores con las múltiples facetas de la civilización china. En este sentido, aprovechamos la sección de cultura del Diario del Pueblo para labrar con nuestro empeño una parcela dedicada al arte y la literatura chinas como presente a nuestros queridos lectores. (TANG, 2018)

De esta manera, tanto la versión en español como la versión en portugués del diario digital sirven a la diplomacia cultural china para con América Latina, divulgando las noticias del gigante asiático en nuestra región. Sin embargo, la difusión de la cultura y la lengua de China, en conjunto con la promoción de intercambios culturales con sus lectores, crea un terreno fértil para la diplomacia cultural.

2.2.2. China Radio Internacional

La China Radio Internacional es un medio de comunicación internacional de la República Popular China. En sus casi 77 años al aire, “ha ayudado a aumentar el entendimiento mutuo entre China y el mundo entero, expresando una aspiración del espíritu de la paz y una apreciación por

las culturas de distintas etnias”.²⁵ Realizó su primera emisión el día 03 de diciembre del 1941,²⁶ bajo el nombre Radio Xinhua de Yan'an, en pleno desarrollo de la Segunda Guerra Sino-japonesa²⁷ (1937 – 1945). Su primera transmisión fue en japonés y dirigida al ejército invasor nipón. El locutor de esta emisión fue Hara Kiyoshi, un japonés que estaba en contra del fascismo. Al igual que el Diario del Pueblo, esta radio nació en la ciudad de Yan'an o Yenan.²⁸ Durante la guerra, la radio era utilizada como medio por el cual se convocaba al pueblo a participar en la resistencia contra Japón. Tras la victoria en la guerra, se crearía la versión en inglés de la Radio Xinhua. Posteriormente, en la ciudad de Beijing, se abriría la radio en dialectos chinos. Para el año 1949, la emisora Xinhua transmitiría programas hacia el sur de China y el sudeste asiático en tres dialectos: Chaozhou, cantonés y Minnan. Luego, la radio Xinhua sería trasladada a Beijing, donde se le cambiaría el nombre a “Radio Internacional de China”.

Actualmente, la China Radio Internacional es el medio de comunicación con más diversidad de lenguas del mundo. Es transmitida en más de 60 lenguas,²⁹ teniendo un sitio web para cada uno de ellos. También ofrece servicios de televisión y varias publicaciones. A día de hoy, Radio Internacional de China ya estableció 60 emisoras FM en todo el mundo, que cada día transmiten 1.200 horas de programación, lo que satisface mucho la necesidad de los oyentes extranjeros de conocer China. Cuenta con dos estaciones radiales en América Latina, una en Buenos Aires, Argentina, y otra en Rio de Janeiro, Brasil³⁰ (CRI ONLINE, 2011).

China Radio Internacional posee una amplia y variada programación para América

²⁵ CRI Online. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/1161/2011/06/14/1s219545.html>>. Consultado el: 06 de jun. del 2018.

²⁶ Se ha considerado esa fecha como el nacimiento de la “China Radio Internacional”.

²⁷ La Segunda Guerra Sino-japonesa fue un conflicto militar que ocurrió del 1937 al 1945 en el marco de la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945). China contó con apoyo internacional de la Unión Soviética, los Estados Unidos de América y la Mancomunidad Británica. Japón contó con apoyo internacional de Nankín, Manchukuo y Mengjiang. Fue la mayor guerra en Asia en el siglo XX.

²⁸ La ciudad de Yan'an, en el noroeste de China, era la sede donde estaba ubicado el Comité Central del Partido Comunista de China en ese momento.

²⁹ Algunos de los idiomas en los que transmite la CRI: albanés, árabe, bengalí, bielorruso, birmano, camboyano (jemer o khmer), croata, chino simplificado, chino tradicional, checo, inglés, esperanto, filipino, francés, alemán, griego, hausa o jausa, hebreo, hindi, húngaro, indonesio, italiano, japonés, kazajo, kirguís, coreano, laosiano o lao, malayo, nepalí, persa, polaco, portugués, pastún, rumano, ruso, serbio, cingalés, español, suajili, tamil, tailandés, tibetano, turco, urdú o urdu, ucraniano, uigur, vietnamita, mongol, kumba, islandés, danés, finés, sueco, estonio, lituano, entre otros.

³⁰ También cuenta con estaciones radiales, sin contar con la de Beijing, China, en: Tokio, Japón; Seúl, Corea del Sur; London, Inglaterra; Berlín, Alemania; Moscú, Rusia; Washington, EE UU; El Cairo, Egipto; Sídney, Australia; y Ankara, Turquía.

Latina que es transmitida de lunes a viernes.³¹ La “CRI Online”³² es la página web del radio y en ella podemos encontrar diferentes secciones en las cuales se encuentran:

- Boletín Informativo: es una sección de tipo noticiero que busca mantener a sus oyentes sobre los acontecimientos más importantes en China y el ámbito internacional con un especial enfoque en Latinoamérica;
- China en chino: es una sección en la cual buscan que los oyentes se sumerjan en la lengua china a través del análisis y traducción de canciones chinas, películas, jergas del mundo cibernético, proverbios, gastronomía, entre otros;
- Presencia de cultura: sección en la cual, a partir del segmento “Mil y Una Hojas”, cuentan a sus oyentes diversos temas que van desde el desarrollo cultural de China-América Latina, historia del cine y relatos de cuentos y leyendas, hasta acontecimientos históricos o, inclusive, chistes;
- China Hoy: es una sección en la cual presentan aspectos de la sociedad actual de China. Es llevado a cabo a través del libre diálogo y de una forma amena, para dar a los oyentes una idea clara de cómo viven y piensan los chinos;
- Entrevistas: es una sección donde, a partir de las entrevistas, recopilan “Mil y una historias” que aguardan por ser escuchadas. Conversan con todo tipo de personas en busca de anécdotas de chinos que viajan por el mundo o las vivencias de los hispanohablantes en China;
- Café y Té: es una sección en la cual dan a conocer a los oyentes las similitudes y diferencias de la cultura oriental y la occidental, el encuentro y choque que hay en las mismas;
- Arte de la palabra: es una sección dedicada al universo literario. Acerca a sus oyentes comentarios, novedades literarias, recomendaciones de obras clásicas y nuevos talentos, entrevistas con autores, traductores e investigadores del campo literario;
- Carta de Beijing: es una sección en la cual los oyentes pueden enviar sus mensajes, comentarios, cartas, etc., y la radio brinda un espacio al aire para ellas.

Como podemos ver, mientras que el “Diario del Pueblo en línea” está enfocada en la divulgación de noticias del país, la CRI Online está destinada a la difusión e intercambio cultural con sus internautas.

³¹ Ver cuadro n° 3 en anexo.

³² Página web: <espanol.cri.cn>

2.2.3. China.com

Fundada en mayo de 1999, China.com es uno de los primeros portales digitales que aparecieron en el país. Este sitio web “se ha convertido en una valiosa plataforma para promocionar a China en Internet, y es además uno de los medios más influyentes sobre China” (CHINA.COM, 2018). La página está disponible en 25 idiomas y ofrece a los usuarios más de 20 canales con información de “primera mano” y servicios a todo el mundo, además de también poseer una sección sobre los asuntos militares del gobierno. Este sitio web tiene como mayor accionista al “Grupo de Medios y Transmisión Global”³³ (*Global Broadcasting Media Group, GMG*). La empresa de servicios tecnológicos Huawanghuitong es la encargada de las operaciones de china.com. Este sitio web ofrece una gran cantidad de contenido sobre China. Contiene siete categorías las cuales se subdividen en una gran cantidad de secciones que, a su vez, vuelven a subdividirse, siendo la categoría de “Cultura” la mayor de ellas:

- Noticias: reportajes, política, internacional, economía, cultura, sociedad, y deportes;
- Economía: reportajes y análisis, noticias, *made in China*, negocio en China, oportunidades e informaciones;
- Cultura: historia, filosofía, etnias y religiones, lengua, costumbres, cocina, artes plásticas, artesanías, arquitectura, vestimenta, música, óperas, danzas, juegos y deportes, literatura, arqueología, ciencia y tecnología, y medicina;
- Fotogalería: paisaje, cultura, y sociedad;
- Vídeos: entrevistas, reportajes, viaje en China, e intercambios culturales;
- Servicios: para viajar, para negociar, para estudiar, e informaciones generales;
- China en chino: para aprender chino, diálogo, cantando en chino, del cine chino, paladar chino, hola chino, y Ming y Laura;

Es una página web que, en conjunto con la CRI, está destinada a la difusión masiva de China en los más diversos sentidos. En materia de diplomacia cultural en campo informático, estos dos medios son las herramientas más fuertes con las que cuenta China en América Latina y el mundo.

2.3. La diáspora en la diplomacia cultural de china

La diáspora china es un fenómeno muy interesante para repensar a la diplomacia cultural del gigante asiático por dos motivos: es una de las mayores diásporas del mundo, con

³³ Es una plataforma administradora de todos los medios y la industria cultural de Radio Internacional de China y la Red de Transmisión Internacional de China (*China International Broadcasting Network, CIBN*). Fuente: <<http://espanol.china.com/about/>>. Consultado el: 06 de jun. del 2018

aproximadamente unos 50 millones de personas; y el gobierno chino no tiene control directo del mismo. Estos “embajadores” culturales se encuentran repartidos en todas las regiones del mundo, habiendo una mayor presencia en el Sudeste Asiático, América del Norte y Australia (RODRIGUEZ ARANDA, VAN DE MAELE, 2013). Las comunidades chinas distribuidas por el mundo sirven como elemento constitutivo de una red de mantenimiento básico del idioma,³⁴ por parte de la RPCh.

A finales del siglo XIX, la diáspora china “ha popularizado en muchas capitales de Europa y América aspectos culturales como el arte mobiliario, la gastronomía, la gimnasia y las fiestas del calendario chino” (ROTH, 2006). En un análisis de las relaciones entre China y América Latina realizado por Manfred Wilhelmy (2000), repara en que las comunidades chinas en AL son relativamente pequeñas. Eso limita el impacto de la diáspora en las relaciones bilaterales. Observa que estas comunidades están integradas por una “generación mayor, limitada a los negocios de tipo tradicional (como la gastronomía), con generaciones más jóvenes que tienen mayores grados de integración a la vida social de los países de inmigración” (WILHELMY, 2000). Para Wilhelmy, este proceso conlleva a que la comunidad china se mezcle con la comunidad local, dando origen a las familias sino-latinoamericanas, lo cual tiende a disminuir la vinculación con el país de origen. No obstante, concluye el autor, los avances en materia de comunicación y accesibilidad de los mismos y las posibilidades para viajar facilitan la mantención de los contactos con su país de origen. Para Wilhelmy, las comunidades chinas son “actores sociales” que forman un elemento más de las relaciones entre China y América Latina.

Por otra parte, Carolina Guerra Zamponi,³⁵ en el seminario titulado *La Diáspora China* (2010), aborda a la diáspora china como un catalizador que debe ser tenido en cuenta al momento de afianzar los intercambios entre la República Popular China y la República Argentina. Este seminario tuvo como objetivo el desarrollo de este fenómeno en conjunto con las políticas que los conducen, para poder entender como contribuye y facilita un mayor acercamiento con la sociedad receptora y un mejor entendimiento cultural, político y económico, desde el cual se amplía la comprensión e interacción entre Argentina y China. El Estado chino ha prestado especial atención a las relaciones con sus migrantes. A partir del año 2000, el gigante asiático promovió la flexibilidad y movilidad y no la repatriación constante. China y sus organismos esperan que sus migrantes “conserven y desplieguen una serie de asociaciones, lazos y relaciones con equivalentes y entidades

³⁴ Tema previamente abordado en la subdivisión 1.2.1. “La promoción de la lengua y la cultura en plano internacional”, del primer capítulo.

³⁵ Seminario presentado en septiembre del 2010 por C. Guerra titulado “La Diáspora China” en el marco de las “Estrategias del Relacionamento con la República Popular China” del “Concejo Argentino para las Relaciones Internacionales”.

en China desde su plataforma en un país foráneo” (GUERRA, 2010, p. 2). Guerra concluye que “la labor de la política china sobre la cuestión de la diáspora está rigurosamente supeditada a las estrategias globales de asuntos exteriores donde priman las nociones de soberanía nacional y conexión interestatal (GUERRA, 2010, p. 2).

A su vez, Sun Yanfeng (2013) aborda el valor de la diáspora china alrededor del mundo. Para el investigador chino, las comunidades chinas distribuidas por el globo son un vehículo fundamental para extender el poder blando de China, puesto que a través de ellos

[...] se pueden presentar suficientemente las condiciones nacionales, modelos de desarrollo, y la política interna y exterior de China en latitudes foráneas, promoviendo el entendimiento del extranjero sobre la nación china y simultáneamente elevando de forma efectiva el poder blando de China”. (YANFENG, 2013, p. 189.)

2.4. Segunda reflexión

En este segundo capítulo, pudimos adentrarnos en algunas de las políticas culturales más importantes que están siendo destinadas a América Latina. Hemos abordado y analizados los tres ejes más importantes en los cuales se apoya la diplomacia cultural china en AL: Institutos Confucio, medios de comunicación y diáspora china. China apuesta cada vez más en los centros educativos y sus medios de comunicación por internet. Podemos palpar esa ambición en la gran cantidad de idiomas en la cual difunden su cultura a través de internet, como así también, en la cada vez mayor proliferación de Institutos Confucio. Sin duda alguna, la diáspora china es un elemento muy llamativo, puesto que tiene la característica de no ser controlada directamente por el Estado, en comparación a los dos primeros ejes. Las comunidades chinas han sido actores claves para la difusión de la cultura china de manera pasiva, en relación a los I.C. y los medios de comunicaciones. Así mismo, el Estado chino es consciente de ello y por eso es que, cada vez tiene una relación más estrecha con los más de 50 millones de compatriotas dispersados por el globo. En el próximo capítulo, nos adentraremos aún más en estas políticas culturales para poder identificar y analizar el rol que cumple la gastronomía en la diplomacia cultural de la RPCh.

3.PANZA LLENA, CORAZÓN CONTENTO: LA GASTRONOMÍA EN LA DIPLOMACIA CULTURAL DE CHINA

*Haikus*³⁶

*“En la escudilla,
arroz para mañana.
Tomaré el fresco.”*

*“El rruiseñor
me ha sacado del sueño
¡al desayuno!”*

*“Sólo una cosa
ha dejado el ladrón:
la luna en la ventana.”*³⁷

Ryōkan Taigu³⁸

En el año 2009, Jay Chou (周杰伦) ganaba el premio a la mejor canción del año en la vigésima edición del Premio de Música de Oro de Taiwán. El galardón fue para canción titulada “el aroma del arroz” (稻香). En ella, la voz poética se sirve de la memoria organoléptica para transportarse a su nostálgica niñez en el campo, sin salir del frenesí de la sociedad taiwanesa. El arroz es símbolo e ingrediente principal de la cocina china. Estos granos son el pilar de la dieta nacional, junto a la soja. “Los alimentos son poesía... y la poesía alimenta”, con esta frase da inicio José Muchnik (2006) a su compilación de poesías sobre comida. “¿Cómo entender el sentimiento [...] de

³⁶ Los haikus son poemas japoneses que se caracterizan por ser escritos en tres versos sin rima, de 5, 7 y 5 sílabas, respectivamente. Tradicionalmente, todo haiku debe incluir un kigo. El kigo es una palabra o expresión que indica la época del año a la que se refiere el poema. De escrita sencilla, los haikus suelen referirse a la naturaleza o la vida cotidiana. Fuente: Taller de Escritores. Qué es (y qué no es) un haiku. Disponible en: < <https://www.tallerdeescritores.com/que-es-un-haiku>>. Consultado el: 10 de sept. del 2018.

³⁷ Traducciones realizadas por Teresa Herrero y Jesús Munñarriz. Haikus en japonés (segundo y tercero): “鶯にゆめさ
まされし朝げかな”; “ぬす人に取り残されし窓の月”.

³⁸ Ryōkan, 良寛, (1758 – 1831), también conocido como Taigu Ryōkan, fue un monje budista Zen, calígrafo y poeta que vivió en Niigata, Japón.

un chino frente a su bol de arroz?” (MUCHNIK, 2006, p. 3) Para el autor, la poesía es el medio para conocer y entender ese sentimiento; es una manera con la cual podemos llegar a los alimentos, a los paisajes que lo vieron nacer, a su alma. La comida es uno de los pilares más importantes de nuestra cultura pues, como dice el dicho “somos lo que comemos”. Es más, la comida es cultura cuando:

[...] *se produce*, porque el hombre no utiliza solo lo que encuentra en la naturaleza [...], sino que ambiciona crear su propia comida superponiendo la actividad de producción a la de captura. [...] *se prepara*, porque, una vez adquiridos los productos básicos de su alimentación, el hombre los transforma mediante el uso del fuego y una elaborada tecnología que se expresa en la práctica de la cocina. [...] *se consume*, porque el hombre, aun pudiendo comer de todo, o quizá justo por este motivo, en realidad no come de todo, sino que elige su propia comida con criterios ligados ya sea a la dimensión económica y nutritiva del gesto, ya sea a valores simbólicos de la misma comida. (MONTANARI, 2004, p. 9 - 10)

La comida es un elemento estratégico para la diplomacia cultural, puesto que la comida es un símbolo territorial que refleja aspectos geográficos, sociales, políticos y económicos de una sociedad. En este capítulo, abordaremos a la gastronomía en la diplomacia cultural de China en la Era Hu Jintao, 2003 – 2013, hasta mediados de la Era Xi Jinping, 2013 – 2017. Para ello, definiremos los conceptos que utilizaremos para dicho análisis, tales como: gastronomía, gastrodiplomacia, entre otros. Analizaremos nuestro objeto de estudio, la página China.com y su radio CRI Online. Analizaremos la importancia de la gastronomía como una política cultural e identificaremos los platos que son presentados en dicha página web. Una vez alcanzados los objetivos de este capítulo, concluiremos con una reflexión final del mismo.

3.1. La receta de la gastrodiplomacia

¿Es posible entablar relaciones diplomáticas a partir de la gastronomía? Claro que es posible. Para ello debemos conocer muy bien los ingredientes necesarios de esta interesante receta. A continuación, definiremos conceptos básicos como comida, alimento, alimentación y gastronomía. Dichos términos, en conjuntos con la diplomacia, dan lugar al concepto clave para el análisis de nuestro objeto de estudio: la gastrodiplomacia.

3.1.1. Alimento, comida, gastronomía y cultura

Para entender por qué la comida es un elemento estratégico para la diplomacia cultural, debemos definir bien la base. La Real Academia Española (2018), define alimento como el “conjunto de sustancias que los seres vivos comen o beben para subsistir”; comida como “lo que se come y bebe para nutrirse”; y alimentación como “acción y efecto de alimentar o alimentarse”. El diccionario gastronómico de la página web Correio Gourmand define alimento como “*substância ou mistura de substâncias, no estado sólido, líquido, pastoso ou qualquer outra forma adequada,*

destinadas a fornecer ao organismo humano os elementos normais à sua formação, manutenção e desenvolvimento” (CORREIO GOURMAND, 2018). Define también alimentación como “[...] *hábitos, padrões ou dietas alimentares que refletem a adaptação dos diferentes povos do mundo às condições sócio-econômicas, geográficas e culturais em determinado período”* (CORREIO GOURMAND, 2018). Ambas definiciones de alimento no contemplan la producción, preparación y posterior consumo de dichas sustancias, puesto que este proceso está relacionado directamente a la cultura. Aquí entra en juego la gastronomía, como el área de estudio de la relación entre cultura y alimento.

En lo que a gastronomía respecta, Cecilia Isabel Gutiérrez de Alva (2012) nos dice que, a menudo, se relaciona erróneamente a la gastronomía únicamente con el arte de cocinar y los platillos alrededor de una mesa. El arte de cocinar es una pequeña parte de esta disciplina. Por ejemplo, no podemos afirmar que

un cocinero es un gastrónomo, ya que la gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida. [...] Son propias de un gastrónomo actividades como degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, entender, conocer, contextualizar, experimentar e investigar los alimentos. (GUTIÉRREZ DE ALVA, 2012, p. 6)

La autora nos invita a pensar en la gastronomía como una actividad interdisciplinar en donde las Bellas Artes (danza, teatro, pintura, música, escultura y arquitectura), las ciencias exactas y naturales (física, matemáticas, química, biología y agronomía), y las ciencias sociales (antropología, historia, letras, filosofía, sociología) convergen alrededor del alimento. Entonces, ¿Qué es la gastronomía? ¿Es una ciencia? ¿Un arte? ¿Una actividad interdisciplinar? Gutiérrez de Alva responde a estas preguntas con la siguiente definición:

La gastronomía es el conocimiento razonado de todo lo que se relaciona con el hombre en lo que a su alimentación se refiere. [Es una actividad interdisciplinar porque] depende de la historia Natural - Por [...] la clasificación de los insumos/substancias. Depende de la Física - Por el examen de su composición y calidad. Depende de la Química - Por [...] su análisis [...] químico y su desglose nutricional. Depende de la cocina - Por lo que se refiere al arte de preparar los insumos y convertirlos en algo agradable al gusto. Depende del comercio - Por [...] la búsqueda de formas de compra que permitan al consumidor adquirir la mercancía con las mejores ventajas de calidad y precio. Depende de la Política - Por lo que representa en materia de recaudación fiscal, e intercambio comercial globalizado. [...] La gastronomía se encuentra en todos los niveles de la sociedad; si bien es ella la que dirige los banquetes de reyes y políticos, también es ella quien define los minutos necesarios para la correcta cocción de un huevo. (GUTIÉRREZ DE ALVA, 2012, p. 7)

“Dime lo que comes y te diré el Dios al que adoras, dónde vives, a qué cultura perteneces y en cuál grupo social estás incluido: Sophie Bess.” frase que da inicio al trabajo de Cristiane Nunes dos Santos titulado “Somos lo que comemos”. En su estudio, aborda a la alimentación como un indicador del modo de vida, cultura, y educación de las personas. Los hábitos alimenticios se encuentran influenciados por factores tales como la clase social, la raza, la religión, la edad, la educación, la salud, y el ambiente social. Siendo así, el gusto es una construcción social y no individual. “La manera como se come, lo que se come, dónde se come y cómo se siente quien come con relación a la comida, son todos elementos relacionados con la identidad cultural” (SANTOS, 2007, p. 235).

Por otra parte, para Francesc Fusté-Forné, “la gastronomía es un símbolo territorial, una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar” (2016, p.6). El autor aborda a la gastronomía típica como una parte importante del patrimonio de cada sociedad ya que en ella se refleja la identidad cultural de cada contexto (cultivos, productos, formas de comer, etc.). La cocina, el espacio en el cual se desarrolla el arte de cocinar, el proceso de creación de la comida, es para Fusté-Forné la cultura en sí misma, el desarrollo de una comunidad y la vida de cualquier sociedad. Si la cocina es cultura en sí misma, entonces, “la gastronomía es [también] una fórmula de comunicación y transmisión cultural” (FUSTÉ-FORNÉ, 2016, p.6).

Entonces, brevemente, ¿qué es la gastronomía? Después de la anterior exposición de diferentes perspectivas sobre la gastronomía podremos concluir que: la gastronomía es la relación de los alimentos con la cultura, en la cual se plasma la identidad cultural de cada sociedad. De esta manera, la gastronomía sirve como herramienta de transmisión cultural.

3.1.2. Gastronomía, cultura y diplomacia

Como dijimos anteriormente, la gastronomía es una herramienta de transmisión cultural. Esto puede significar una transmisión cultural intrafamiliar, intrarregional, intrasocial, como así también interregional, internacional. Este proceso está ligado a diversos intereses ya sea, la transmisión de la identidad cultural generacional o la proyección de la imagen de una sociedad a otra. ¿No suena esto algo familiar?, ¿diplomacia cultural?, ¿diplomacia pública? Sí, así es. La gastronomía es una excelente herramienta para llevar a cabo las relaciones exteriores entre diversas naciones, a través de la cultura.

En el año 2002, Tailandia lanzaba el “*Global Thai program*”, una iniciativa del gobierno para reforzar la marca del país, *nation brand*, a través de su gastronomía. El programa buscaba aumentar la cantidad de restaurantes tailandeses a casi el doble en tan solo un año, dada su

creciente popularidad en el extranjero. El objetivo era claro, ayudar a los restaurantes tailandeses en el extranjero a importar los ingredientes, ayudarlos a contratar chefs tailandeses y financiar estos emprendimientos a través de préstamos. Fue en un análisis, realizado en el 2002, sobre como Tailandia utilizaba sus restaurantes a nivel internacional como centros de diplomacia pública, que se introdujo el término “gastrodiplomacia” (ROCKOWER, 2012; MERINO AYALA, 2016).

Paul Rockower (2012) define a la gastrodiplomacia como el acto de ganar corazones a través del estómago. Es una manera de llevar a cabo la diplomacia pública a partir de la combinación de la diplomacia cultural y la marca del país, o *nation brand*. Mientras que la diplomacia pública busca elementos exóticos de la cultura local para ser compartidos al extranjero, la gastrodiplomacia crea puntos de acceso entre las diferentes naciones a partir de algo tan familiar como el sentido del gusto (ROCKOWER, 2012, p. 1). Según Carolina Merino Araya, “los países apelan a la gastrodiplomacia para alcanzar variados propósitos y objetivos, entre los cuales destacan mejorar la imagen país, incrementar el comercio, potenciar el turismo y reforzar el intercambio intercultural” (MERINO ARAYA, 2016, p. 10).

Entonces, cabe preguntarnos ¿qué es esa marca del país o *nation brand*? Es un término que refiere a la construcción de la imagen de todo un país a partir de un producto, práctica o característica específica. Este concepto permite que un producto remita rápida e inequívocamente a un país. Ejemplos de *nation brand* pueden ser: el mate, infusión de yerba mate, que nos remite a países como Argentina y Uruguay; el arroz que nos lleva a pensar rápidamente en China; el sushi para Japón; el café para Colombia; entre otros. En este caso, la gastrodiplomacia busca crear una marca de país a partir de la gastronomía.

La gastrodiplomacia ha sido una herramienta utilizada por las potencias medias o potencias intermedias. Las potencias medias son aquellas naciones que no llegan a ser superpotencias, aun así, poseen influencia a nivel global. Cuentan con capacidades materiales más limitadas que las superpotencias, aun así, suelen tener elevados indicadores de capacidades inmateriales (altos niveles de desarrollo humano, sistemas educativos y sanitarios eficientes, capacidad para invertir en investigación y desarrollo, entre otras). Como ejemplos de países que han recurrido a la gastrodiplomacia para visibilizarse mundialmente, tenemos a:

- Tailandia: primer país en utilizar esta herramienta en el año 2002 con su programa “*Global Thai Program*”. Posteriormente, en el año 2006, lanzaría su segundo programa “*Kitchen of the World*”.
- Japón: A raíz del éxito que obtuvo Tailandia con la gastrodiplomacia, Japón buscó replicarla con su programa “*Loved around the World*”. Lanzado en el año 2005, buscaba

hacer del sushi su *nation brand*. El gobierno recurrió a la creación de organizaciones sin fines de lucro para que promovieran los restaurantes japoneses en el extranjero.

- Malasia: en el año 2006, el gobierno malayo lanzaba el “*Malaysian Kitchen for the World*”. Este programa es uno de los más dinámicos puesto que ha “combinado elementos de diplomacia cultural y culinaria, destacando su cocina tradicional *Peranakan*, la cual fusiona sabores chinos y malayos” (MERINO AYALA, 2016, p. 12).
- Perú: en el 2006, Perú también impulsaba su campaña gastrodiplomática en Washington DC, durante una representación diplomática. El programa se llamó “Cocina peruana para el Mundo”. Su principal objetivo era “mejorar la imagen país a través del uso de la gastronomía, como también elevar la reputación y familiaridad mundial con la cocina peruana” (MERINO AYALA, 2016, p. 12 – 13).
- República de Corea (Corea del Sur): en el año 2009, se lanzaba el programa “*Korean Cuisine to the World*”. Dicha campaña ha sido apodada como “*kimchi diplomacy*”. El kimchi es una comida y técnica de fermentación del repollo. Es muy popular de la República de Corea y en la República Popular Democrática de Corea (Corea del Norte). Al igual que marcas como Samsung, Kia Motors, Hyundai, o la canción Gangnam Style³⁹ del rapero PSY, el kimchi se convirtió en la *nation brand* del país surcoreano a través de la gastrodiplomacia (MERINO AYALA, 2016, p. 13).
- Taiwán: en el año 2010, la isla lanzó su compañía gastrodiplomática llamada “*All in Good Taste: Savor the Flavors of Taiwan*”. El objetivo es claro: colocar a la cocina local en el escenario internacional en cuatro años. Al igual que con Tailandia, el gobierno taiwanés se propuso a brindar asistencia y préstamos a restaurantes en el extranjero. Para ello, se creó la “Fundación de Comida Taiwanesa”. Integrada por un comité de expertos culinarios, esta fundación tiene como objetivo asistir a las confiterías y restaurantes que promueven la comida taiwanesa en el extranjero. Esta campaña está logrando colocar al “bubble tea” como una *nation brand* de Taiwán (MERINO AYALA, 2016, p. 13).

3.2. La gastrodiplomacia en la diplomacia cultural china

En los capítulos anteriores, definimos qué es la diplomacia cultural y otros términos que necesitamos entender para poder analizar como China se está proyectando en el ámbito

³⁹ Es una canción del género k-pop interpretada por el cantante y rapero surcoreano PSY. Lanzada en julio del 2012, alcanzó rápidamente el puesto número uno en *Gaon Chart*, la lista musical nacional de Corea del Sur. El videoclip de la canción fue el vídeo más reproducido de la plataforma Youtube en el año 2012, alcanzando, actualmente, las 3.212.671.729 visualizaciones. Ganó un *Récord Guinness* por ser el vídeo con mayor cantidad de “MeGusta”, un total de más de 11 millones.

internacional. Analizamos la diplomacia cultural del gigante asiático y la importancia que tiene en la actual coyuntura internacional. Abordamos las políticas culturales que fueron destinadas para esbozar una imagen amistosa para sus relaciones exteriores. A continuación, con la base teórica ya definida, analizaremos el papel de la gastrodiplomacia en la diplomacia cultural china. Cómo es un tema muy amplio para analizar, hemos elegido a la página China.com y su radio CRI Online como objetos de estudio.

3.2.1. ¿Gastrodiplomacia online? China y sus páginas webs

La página digital China.com es un medio oficialista de China que cuenta con la información más completa que podemos buscar sobre el país. El sitio web nos ofrece desde informes sobre cuestiones económicas, políticas y culturales hasta informes militares. Fundada en el año 1999, esta plataforma digital se convirtió en uno de los sitios más importantes de internet para promocionar a China. En el inicio de la página, podemos encontrarnos con la barra de herramientas que nos redireccionan a los contenidos más importantes como “Noticias”; “Gastronomía”; “Economía”; “Cultura”; entre otros. A continuación, analizaremos la sección gastronomía y cultura de dicho sitio web con el objetivo de identificar la gastrodiplomacia. La sección “gastronomía” tiene un claro objetivo: la promoción de la gastronomía china. Se encuentra subdividida en:

- Recetas: en esta subdivisión, que a su vez se encuentra dividida en recetas de “Carnes y aves”, “Pescados y mariscos”, “Vegetales” y “Pastas y harinas”, podemos encontrar diferentes tipos de recetas de comida china. Todas ellas, a excepción de las últimas que se han agregado, tienen el formato: imagen ilustrativa del plato, ingredientes y paso a paso. Las últimas recetas que se han subido al portal, que datan de agosto del 2017, tienen un plus en comparación a las otras: colocan un breve relato sobre el origen del plato;
- Restaurantes: brinda a los usuarios información sobre restaurantes chinos situados en diferentes partes del mundo hispano. Colocan la ubicación del restaurante, información sobre el chef, sobre los platos de comida que se ofrecen y su precio;
- Secretos del chef: ofrece a los usuarios una serie de consejos sobre cómo utilizar cierto tipo de ingredientes y/o alimentos que pueden ayudar a atender algún tipo de necesidad; muestra también información sobre cómo se estructura la cocina china en relación a los ingredientes;
- Tu cocina: es un espacio de interacción que el portal brinda a los internautas para que ellos compartan sus comidas, ya elaboradas, con otros usuarios.

En la sección de “Cultura”, podemos encontrar una gran diversidad de tópicos, entre ellos el de “Cocina”. Este contiene una gran variedad de artículos sobre la cultura que gira en torno a

la comida. Los temas de los tópicos van desde la recomendación de platos para mejorar el estado de humor, relatos de origen sobre los platos, prácticas gastronómicas, historia sobre los restaurantes más famosos de China, entre otros.

Por otra parte, tenemos a la Radio China Internacional, la radio digital de la página China.com. La misma transmite semanalmente cuatro programas: “boletín informativo”; “China hoy”; “China en chino”; y “Mil y una hojas”. Este último tiene como objetivo la presentación de la cultura del gigante asiático y el intercambio cultural con sus oyentes. Mil y una hojas es emitido los días lunes, martes, jueves y viernes para el mundo hispanohablante. En este espacio podemos encontrarnos con secciones que abordan la gastronomía china, e incluso, la comparan con la de países hispanohablantes.

Entonces es momento de preguntarnos: ¿dónde está la gastrodiplomacia? A continuación, identificaremos los elementos que nos dirán si existe o no una intención “gastrodiplomática” por parte del gobierno chino. Como dijimos anteriormente, la gastrodiplomacia es, básicamente, utilizar a la gastronomía en conjunto con la diplomacia cultural para crear una *nation brand* que permita la inserción amigable de un país en el escenario global. Tanto la página China.com como su radio utilizan a la gastronomía como un elemento para promocionar al país en el escenario global. En la sección “gastronomía”, a simple vista, puede parecernos una página común y corriente de internet que comparte recetas de comida. Aun así, si analizamos detenidamente otros elementos de esta sección, nos encontraremos con algunas particularidades que nos permitirían crear un puente con la gastrodiplomacia.

En la subdivisión “restaurantes”⁴⁰ de dicha sección, nos encontramos con cuatro entradas. Cada una de ellas lleva por título el nombre de un restaurante: primera entrada del 16/11/2015 “江南屋 Gang Nam House”⁴¹; segunda entrada del 17/11/2015 “聚龙轩 Restaurante Mandarín”⁴²; tercera entrada del 17/11/2015 “北京食府 Beijing Restaurante”⁴³; y cuarta, última

⁴⁰ Subdivisión “restaurantes”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

⁴¹ 江南屋 Gang Nam House. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151116/505425.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

⁴² 聚龙轩 Restaurante Mandarín. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151116/505397.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

⁴³ 北京食府 Beijing Restaurante. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20150922/467143.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

entrada, del 20/11/2015 “Restaurante El Bund”⁴⁴. En estas entradas, básicamente, se difunden cuatro restaurantes de comida china localizados en Ciudad de México, México; Madrid, España; Buenos Aires, Argentina; y Madrid, España, respectivamente. Nos brindan informaciones sobre el establecimiento tales como: dirección, horario de atención, características del restaurante, tarifas y número telefónico para el contacto. Así también nos dan informaciones sobre los platos recomendados de cada uno de los restaurantes. Colocan una imagen ilustrativa del plato en cuestión con una breve descripción, pudiendo, eventualmente contener informaciones sobre su origen. La entrada del restaurante Gang Nam House es la que más se destaca porque, a diferencia del resto, contiene una foto del chef del establecimiento acompañada de una descripción de su origen y sus habilidades culinarias.

Por otra parte, tenemos a la subdivisión “secretos del chef”.⁴⁵ En ella, la página, a través de sus entradas, presenta y difunde a la cocina china. Las entradas nos presentan diferentes características de la gastronomía china, ya sean, desde los utensilios básicos que integran la cocina hasta ingredientes que no pueden faltar en ninguna alacena que suministre los insumos necesarios para la creación de platos chinos; elaboración y utilización de salsas y condimentos; cuales son las frutas y verduras más consumidas en China; técnicas de cocina; entre otros. Todas estas entradas vienen acompañadas de imágenes ilustrativas, al igual que en los “restaurantes”.

Entonces, ¿dónde podemos identificar la gastrodiplomacia? En estas subdivisiones presentadas podemos apreciar características de la gastrodiplomacia. Podemos observarlas cuando el gobierno difunde una serie de restaurantes que se encuentran en diversos países hispanohablantes, brindando informaciones sobre los platos que sirven y una respectiva descripción de sus orígenes. Cuando nos ofrecen informaciones sobre el chef de uno de esos restaurantes, brindando datos sobre su origen y habilidades culinarias. Cuando presentan a la cocina china y los elementos que la integran. Cuando explican cómo utilizar los utensilios, condimentos, etc. De esta manera, la página logra transportar la gastronomía china a la casa de cada uno de los curiosos internautas.

Otra subdivisión más interesante todavía es la de “Tu cocina”.⁴⁶ Es un espacio para quienes se atrevieron a preparar algunas de las recetas de comida china la compartan con la página y con otros internautas. Esto quiere decir que no sólo se está difundiendo la gastronomía, sino que, a partir de ella, se crea un puente para el intercambio cultural. Esto sucede en la medida que cada

⁴⁴Restaurante El Bund. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151120/509631.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

⁴⁵ Subdivisión “secretos del chef”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/abc/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

⁴⁶ Subdivisión “tu comida”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/upload/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

persona que replique alguna de las recetas expuestas en la página tendrá que, según el país y/o región que se encuentre, prescindir de algunos ingredientes o utilizar algunos similares de su región. Es ahí cuando ocurre el intercambio cultural.

En el caso de la subdivisión “comida”⁴⁷ de la categoría “cultura”,⁴⁸ nos encontramos con entradas que presentan, a los visitantes, a la cultura que circunda a la comida china. Con títulos como “diferentes culturas gastronómicas chinas”;⁴⁹ “cultura culinaria en Beijing”;⁵⁰ “vivir en China: en un restaurante chino”;⁵¹ entre otros, la página aproxima a sus internautas a entender las dinámicas que giran en torno a la culinaria china. Con entradas como “El sabor del viejo Beijing: la olla mongola de cobre”;⁵² “Las escuelas principales de la cocina china”;⁵³ “¿Qué comían los chinos antiguos durante el verano?”;⁵⁴ “Ocho tipos de cocina tradicional china”;⁵⁵ “¿Cómo cocinaban los antiguos chinos?”;⁵⁶ “Las cuatro escuelas de la Comida China”;⁵⁷ entre otros, los visitantes pueden entender el origen y los dinamismos de la cultura y gastronomía china. No debemos olvidar que China ha sabido utilizar en sus campañas de diplomacia cultural el discurso de la cultura milenaria. Por ende, estas entradas refuerzan dicho discurso. Al igual que “secretos del chef”, títulos como “Una breve

⁴⁷ Subdivisión “comida”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁴⁸ Categoría “cultura”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁴⁹ Diferentes culturas gastronómicas chinas. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20171129/1138568.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁰ Cultura culinaria en Beijing. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20171009/1094592.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵¹ Vivir en China: en un restaurante chino. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170925/1085377.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵² El sabor del viejo Beijing: la olla mongola de cobre. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170828/1058841.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵³ Las escuelas principales de la cocina china. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170829/1059763.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁴ ¿Qué comían los chinos antiguos durante el verano? Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170830/1060813.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁵ Ocho tipos de cocina tradicional china. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170526/977233.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁶ ¿Cómo cocinaban los antiguos chinos? Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170608/988482.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁷ Las cuatro escuelas de la Comida China. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170621/1000089.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

introducción a los orígenes de la Cocina China, ingredientes y métodos de Cocción”;⁵⁸ y “El arte del corte en la cocina china”;⁵⁹ entre otros, brindan técnicas de cocina para aquellas personas que se animan a practicar el arte de la cocina china.

En síntesis, la subdivisión “comida” es funcional a la gastrodiploMACIA de manera similar a las subdivisiones de la categoría “gastronomía”⁶⁰. La diferencia que yace entre ellas es que la primera está dirigida a la cocina china y sus platos, mientras que la segunda se encarga de presentar la dinámica cultural que circunda a la gastronomía china.

La China Radio Internacional Online tiene una función similar, dado que está subordinada a la página China.com. Aun así, la radio tiene sus diferencias con respecto a cómo se presenta a la gastronomía. El programa “Mil y una hojas”⁶¹ es el único que, en sus emisiones, abordó temas relacionados a la gastronomía. Recortes de emisiones de este programa titulados como “Pisco aterriza en China”⁶², “Festival de gastronomía peruana en China”⁶³, o “chile chino vs chile mexicano”⁶⁴, abordan temáticas gastronómicas que, como dijimos anteriormente, se lograron a través del puente que se ha creado entre la cultura china y otras culturas o sea, un intercambio cultural. Si analizamos todas las emisiones que han realizado en este programa, veremos que el objetivo del mismo es claro: el intercambio cultural entre China y otros países. Eso quiere decir que podemos encontrarnos desde emisiones como “Té blanco: té chino más natural”,⁶⁵ que buscan explicar a los oyentes las propiedades de una de las infusiones más tradicionales y populares de la República

⁵⁸ Una breve introducción a los orígenes de la Cocina China, ingredientes y métodos de Cocción. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170925/1085024.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁵⁹ El arte del corte en la cocina china. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170911/1073330.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶⁰ Categoría “gastronomía”. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶¹ Mil y una hojas. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/index.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶² Pisco aterriza en China. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180726/162548.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶³ Festival de gastronomía peruana en China. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180727/163108.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶⁴ Chile chino vs chile mexicano. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180829/176503.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶⁵ Té blanco: té chino más natural. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180502/125457.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

Popular China, como así también emisiones como “¿Cómo preparar un mate rico?”,⁶⁶ que abordan temáticas culturales de otros países o regiones.

3.3. Tercera reflexión

En este último capítulo, desarrollamos conceptos básicos para poder definir y entender lo que es la gastrodiplomacia. Esta base teórica nos permitió analizar nuestro objeto de estudio, el sitio web China.com y su radio CRI Online, en busca de indicios de la utilización de la gastrodiplomacia. A partir del análisis de nuestro objeto de estudio, pudimos constatar que, efectivamente se está utilizando a la gastronomía como un elemento para construcción de la diplomacia cultural, es decir, una mejor imagen del país. Entradas tales como, “Los 8 platos favoritos de los extranjeros en China”,⁶⁷ o “Consejos para extranjeros sobre modales en la mesa china”,⁶⁸ dejan en claro que la intención de la página, en lo que a secciones como “gastronomía” o “comida” respecta, es la de crear un nexo con el público extranjero. En este caso, el público que es objetivo de esta política cultural es el hispanohablante, especialmente el latinoamericano.

⁶⁶ ¿Cómo preparar un mate rico? Disponible en: <http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180510/129243.html>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶⁷ Los 8 platos favoritos de los extranjeros en China. Disponible en: <http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170703/1010199.html>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

⁶⁸ Consejos para extranjeros sobre modales en la mesa china. Disponible en: <http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170829/1059240.html>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

CONSIDERACIONES FINALES

A partir de la base teórica en la cual definimos qué es la diplomacia cultural, la diplomacia pública, y poder blando o *soft power*, pudimos analizar y comprender las diferentes políticas culturales que abordamos en todo el trabajo monográfico. Esta base teórica nos permitió identificar y problematizar algunas de las políticas más importantes que forman parte de la diplomacia cultural china en el plano internacional. El gobierno chino recurre a estas políticas de manera muy estratégica. Puesto que, en un escenario global en el cual se está disputando la hegemonía económica con los Estados Unidos, la diplomacia cultural permite que China cree una imagen amigable muy favorable en comparación a la desgastada imagen internacional de los EE. UU. El gigante asiático está demostrando que la diplomacia cultural resulta favorable para la construcción de sus relaciones exteriores.

Pudimos identificar cuáles son las políticas culturales que China está destinando hacia América Latina. Los institutos Confucio son la política más osada del gigante asiático. Esta iniciativa es la más ambiciosa y la bandera de la diplomacia cultural de China. Estos centros de difusión de la lengua y la cultura sin fines de lucro realizan talleres y cursos relacionados a lo que cultura china respecta, como resaltamos la realización de los talleres gastronómicos. Los medios de comunicación digital también son una gran apuesta de China. Los mismos ocupan un rol importante a la hora de difundir la imagen del país, tanto nacional como internacionalmente. El Diario del Pueblo no destaca sólo por ser uno de los diarios con mayor tirada del mundo, sino que es de los primeros medios de comunicación con que contaba el Partido Comunista Chino en sus inicios, al igual que con la radio CRI – China Radio Internacional. Actualmente, China.com es una de las plataformas digitales más completas para la difusión del país asiático en el mundo. Esta página web y su radio tienen un alcance de gran magnitud debido a la cantidad de presupuesto que se le destina. Eso permite que estos sitios webs difundan la cultura y las noticias de China en una gran cantidad de países a raíz de diversidad de idiomas en la que opera. También tenemos a la diáspora china. Según la OIM – Organización Internacional para las Migraciones, en el año 2010, había 214 millones de inmigrantes internacionales en todo el mundo. Se estima que, de este total, 50 millones de inmigrantes son de origen chino, convirtiendo a la diáspora china en la mayor del mundo. La misma es funcional a la diplomacia cultural china en la medida que estas comunidades son actores claves en la difusión de su cultura. Si se la compara con los institutos Confucio y con los medios de comunicación digital que abordamos anteriormente, las comunidades chinas son un elemento muy llamativo dado que no son controladas directamente por el gobierno chino.

Finalmente, desarrollamos los conceptos básicos para poder definir y entender lo

que es la gastrodiplomacia. Esta herramienta posibilitó el análisis de la página web China.com y su radio CRI – CHINA RADIO INTERNACIONAL. Se demostró que el gobierno chino está haciendo uso de la gastronomía como herramienta para la construcción de la imagen del país en estos medios digitales de comunicación.

Aun así, teniendo en cuenta otras características de la gastrodiplomacia, que fueron expuestas en la base teórica realizada anteriormente, ¿podemos afirmar que la República Popular China está haciendo uso de una campaña gastrodiplomática? ¿O que China es una potencia media? Pues sí, China sí está haciendo uso de la gastrodiplomacia. Y no, China no es una potencia media, es una superpotencia. Pues, como definimos anteriormente, las potencias medias suelen ser países que poseen limitaciones en lo que a capacidades materiales refiere.

En el caso de China, podemos pensar que, a partir de nuestro objeto de estudio, sí estaría haciendo uso de la gastrodiplomacia para esbozar una imagen amigable en el plano internacional. Ya que, como expusimos anteriormente, la receta de la gastrodiplomacia se forma a partir de la fusión de la gastronomía con la diplomacia cultural, elementos que hemos logrado identificar en las entradas de la página CHINA.COM y las emisiones de su radio. Así mismo, la gastrodiplomacia no es la bandera de la diplomacia cultural china, ni mucho menos una campaña como lo es para Malasia, Perú o la República de Corea. Podemos pensarla como un recurso adicional, como un plus, de su diplomacia cultural ya que su verdadera campaña diplomática está en los Institutos Confucio. Cómo China no es una potencia intermedia, no necesita apelar a la gastrodiplomacia para ocupar algún espacio en la agenda internacional.

REFERÊNCIAS

Fuentes primarias

CENTRO REGIONAL DE INSTITUTOS CONFUCIO PARA AMÉRICA LATINA. **¿Quién es Confucio?** Disponible en: <<https://www.critical.cl/quien-es-confucio/>>. Consultado el: 26 de may. 2018.

CENTRO REGIONAL DE INSTITUTOS CONFUCIO PARA AMÉRICA LATINA. **Hanban.** Disponible en: <<https://www.critical.cl/hanban/>>. Consultado el: 26 de may. 2018.

CENTRO REGIONAL DE INSTITUTOS CONFUCIO PARA AMÉRICA LATINA. **Institutos América Latina.** Disponible en: <<https://www.critical.cl/institutos/>>. Consultado el: 26 de may. 2018.

CENTRO REGIONAL DE INSTITUTOS CONFUCIO PARA AMÉRICA LATINA. **Objetivos y Funciones.** Disponible en: <<https://www.critical.cl/objetivos-y-funciones/>>. Consultado el: 26 de may. 2018.

CENTRO REGIONAL DE INSTITUTOS CONFUCIO PARA AMÉRICA LATINA. **Quiénes Somos.** Disponible en: <<https://www.critical.cl/quienes-somos/>>. Consultado el: 26 de may. 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **¿Cómo preparar un mate rico?** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180510/129243.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Chile chino vs chile mexicano.** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180829/176503.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Consejos para extranjeros sobre modales en la mesa china.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170829/1059240.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Festival de gastronomía peruana en China.** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180727/163108.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Los 8 platos favoritos de los extranjeros en China.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170703/1010199.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Mil y una hojas.** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/index.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Pisco aterriza en China.** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180726/162548.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA RADIO INTERNACIONAL. **Té blanco: té chino más natural.** Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/audioonline/1001hojas/1027/20180502/125457.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **¿Cómo cocinaban los antiguos chinos?** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170608/988482.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **¿Qué comían los chinos antiguos durante el verano?** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170830/1060813.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Comida.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Cultura culinaria en Beijing.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20171009/1094592.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Cultura.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Diferentes culturas gastronómicas chinas.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20171129/1138568.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **El arte del corte en la cocina china.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170911/1073330.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **El sabor del viejo Beijing: la olla mongola de cobre.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170828/1058841.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Gastronomía**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Las cuatro escuelas de la Comida China**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170621/1000089.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Las escuelas principales de la cocina china**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170829/1059763.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Ocho tipos de cocina tradicional china**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170526/977233.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Restaurante El Bund**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151120/509631.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Restaurantes**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Secretos del chef**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/abc/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Sobre Grupo de Medios y Transmisión Global (GMG)**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/about/gmg.html>>. Consultado el: 06 de jun. del 2018

CHINA.COM. **Sobre nosotros**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/about/>>. Consultado el: 06 de jun. del 2018.

CHINA.COM. **Tu comida**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/upload/>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Una breve introducción a los orígenes de la Cocina China, ingredientes y métodos de Cocción**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170925/1085024.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **Vivir en China: en un restaurante chino**. Disponible en: <<http://espanol.china.com/culture/food/1580/20170925/1085377.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **北京食府 Beijing Restaurante.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20150922/467143.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **江南屋 Gang Nam House.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151116/505425.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CHINA.COM. **聚龙轩 Restaurante Mandarín.** Disponible en: <<http://espanol.china.com/food/restaurant/9890/20151116/505397.html>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CORREIO GOURMAND. **Alimentación.** In: Dicionário gastronómico. Disponible en: <>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CORREIO GOURMAND. **Alimentos.** In: Dicionário gastronómico. Disponible en: <>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

CRI ONLINE. **Desde las cuevas de Yan'an hasta la FM de su ciudad.** 2011. Disponible en: <<http://espanol.cri.cn/1161/2011/06/14/1s219545.htm>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

DIÁRIO DO POVO. **Ministro chinês da Cultura fala da diplomacia cultural.** 2004. Disponible en: <<http://portuguese.cri.cn/1/2005/01/11/1@21959.htm>>. Consultado el: 28 de jun. de 2018.

INSTITUTO CONFUCIO DE LA FUNDAÇÃO ARMANDO ALVARES PENTEADO. **Aula gratuita de culinária chinesa no Instituto Confúcio.** Disponible en: <<http://www.faap.br/noticias/2015/aula-gratuita-culinaria-chinesa.asp>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

INSTITUTO CONFUCIO DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. **Taller de cocina china: Cómo hacer Jiaozi.** Disponible en: <<http://agenda.pucp.edu.pe/evento/taller-jiaozi/>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

INSTITUTO CONFUCIO DE LA UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO. **Taller de Gastronomía China.** Disponible en: <<http://www.utadeo.edu.co/es/noticia/destacadas/instituto-confucio/1476/taller-de-gastronomia-china-0>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

INSTITUTO CONFUCIO DE LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS. **Comida China.** Disponible en: <<http://www.confucioust.cl/agenda/categorias/comida-china/>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

INSTITUTO CONFUCIO EN LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO. Disponible en: <<http://icusfq.ec.chinesecio.com/es/node/390>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

LIN, M. **El sonido del goteo**. In: El Dragón en el Valle de la Poesía. Encuentro Internacional de Poesía China – Colombia. Disponible en: <<https://www.festivaldepoesiademedellin.org/es/Diario/ChinaColombia2013.html>>. Consultado el: 06 de jul. del 2018.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE BRASIL. **Diplomacia Pública**. Disponible en: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/diplomacia-publica>> Consultado el: 21 de abr. de 2018.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE ESPAÑA. **Diplomacia del Siglo XXI: “Diplomacia pública”**. In: Política Exterior y cooperación”. Disponible en: <<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/Diplomaciapublica.aspx>>. Consultado el: 21 de abr. de 2018.

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA. **Canciller Li Zhaoxing Comenta los Óptimos Frutos de la Gira del Presidente Hu Jintao por América Latina**. Disponible en: <<http://www.fmprc.gov.cn/esp/zt/hjtzxzf/x2004hjtcf/t173849.shtml>>. Consultado el: 03 de jun. del 2018.

PUEBLO EN LINEA. **Visita a 4 países**. Disponible en: <<http://spanish.peopledaily.com.cn/32001/40326/40398/index.html>>. Consultado el: 03 de jun. del 2018

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **ALIMENTACIÓN**. 2018. Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Disponible en: <<http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=alimentaci%C3%B3n>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **ALIMENTO**. 2018. Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Disponible en: <<http://dle.rae.es/srv/search/search?w=alimentos>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. **COMIDA**. 2018. Diccionario de la lengua española (23.a ed.). Disponible en: <<http://dle.rae.es/srv/fetch?id=9w3sObI>>. Consultado el: 19 de sept. del 2018.

TANG, B. **Conozca China en people.com.cn**. Disponible en: <<http://www.chinatoday.com.cn/hoy/2k209/10.htm>>. Consultado el: 26 de may. de 2018.

UNIVERSIA. **Inauguran primer Instituto Confucio en América Latina**. Disponible en: <<http://noticias.universia.net.mx/vida-universitaria/noticia/2006/11/29/51063/inauguran-primer-instituto-confucio-america-latina.html>>. Consultado el: 03 de jun. de 2018.

ZHANG, Q. **Una orilla de garzas**. In: El Dragón en el Valle de la Poesía. Encuentro Internacional de Poesía China – Colombia. Disponible en: <<https://www.festivaldepoesiademedellin.org/es/Diario/ChinaColombia2013.html>>. Consultado el: 06 de jul. del 2018.

Fuentes secundarias

BARBA, F. R. **Diplomacia Cultural ¿Qué es y qué no es?** In: Espacios públicos, vol. 18, n° 43, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. 2015, pp. 34 – 55.

DE VEGA, E. **China, inversiones extranjeras en servicios: el mercado gastronómico**. In: Temas de Asia Oriental, Sociedad, Cultura y Economía. Revistas. Uv. Mex. 2013. pp. 117-135.

SANTOS, C. **SOMOS LO QUE COMEMOS. identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo**. Estudios y Perspectivas en Turismo [en línea] 2007, 16 (Sin mes): [Fecha de consulta: 14 de septiembre de 2018] Disponible en :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713889006>> ISSN 0327-5841.

FREITAS, M.; FONTES, G.; OLIVEIRA, N. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura**. Salvador: EDUFBA, 2008. 422 p. ISBN 978-85-232-0543-0.

FUSTÉ-FORNÉ, F. **Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario**. Dixit n° 24. Girona, España, may. 2016, pp. 04 – 16.

GUTIÉRREZ DE ALVA, C. **Historia de la gastronomía**. Red Tercer Milenio S.C., primera edición. México, 2012.

INTERNACIONALES. In: Revista CIDOB d’Afers internacionals, núm. 88. Barcelona, 2009. pp. 107-118.

LIU, H. **La diplomacia cultural de China hacia los países africanos en el nuevo siglo**. In: África, la nueva frontera china. Casa Asia, 2008. pp. 96 – 113.

LUHMANN, N. **La realidad de los medios de masas**. México D.F.: Universidad Iberoamericana/Anthropos, 2007.

MEJÍA MENA, P. F. **Análisis del Poder Blando de China**. Tesis de Maestría en Relaciones Internacionales. Universidad Andina Simón Bolívar, 2015, pp. 1 – 54.

MENDEZ, D. **El Soft Power de China**. 2010. Disponible en: <<http://www.zaichina.net/2010/05/14/el-poder-blando-de-china/>>. Consultado el: 28 de may. de 2018.

MERINO ARAYA, C. **Gastrodiplomacia: la nueva estrategia de la diplomacia pública**. In: CUADERNOS DE ESTUDIOS INTERNACIONALES N.º 4 – 2016.

MONTANARI, M. **La comida como cultura**. Ediciones Trea. España, 2004.

MUCHNIK, J. **Versos para soñar... y saborear, de aceitunas y olivos... de pan y vino...** Congreso ALTER, 2006. España, Baeza.

ROCKOWER, P. **Recipes for gastrodiplomacy**. Place Branding and Public Diplomacy. Nov. 2012, pp. 1 – 12

RODRÍGUEZ ARANDA, I.; SHOUGOU, Y. (compiladores). **La diplomacia pública de China en América Latina. Lecciones para Chile**. In: Gestión y Análisis de Políticas Públicas, núm. 12. Instituto Nacional de Administración Pública. Madrid, 2014. pp. 138-141.

RODRÍGUEZ ARANDA, I.; VAN DE MAELE, D. **El soft power en la política exterior de China: consecuencias para América Latina**. In: Polis, Revista Latinoamericana, Volumen 12, N° 35. Santiago de Chile, 2013. pp. 497-517.

RODRIGUEZ BARBA, F. **Diplomacia Cultural ¿Qué es y qué no es?** Espacios públicos, vol. 18, n° 43, Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. 2015, pp. 34 – 55.

ROTH, J. **China descubre la diplomacia pública**. In: Anuario Asia-Pacífico. España, 2006. pp. 483 – 493.

RUÍZ, M. C. **Introducción**. In: La Diplomacia Pública como reto de la política exterior. Escuela Diplomática. Madrid, 2014. pp. 10 – 19.

SADDIKI, S. **El papel de la diplomacia cultural en las relaciones internacionales**. In: Revista CIDOB d’Afers Internacionals, n° 88. Marruecos, 2009. pp. 107 – 118.

SHULTZ, G. P. **Diplomacy in Information Age**. In: Ponencia presentada en la Conferencia sobre Diplomacia Virtual, U.S. Institute of Peace, Washington DC, el 1 de abril de 1997. pp. 9.

UNESCO. **Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural**. In: Serie sobre la Diversidad

Cultural n° 1, 2001.

YANFENG, S. El papel de las comunidades chinas de ultramar en la diplomacia pública entre China y Latinoamérica. 2013.

ANEXOS

Cuadro n° 1: Instituciones que integran el Hanban

Divisiones del Hanban	
División de Asuntos Generales	División de Institutos Confucio de Europa
División de Recursos Humanos	División de profesorado
División de Inspección Disciplinaria	División de voluntariado
División de Auditoría	División de Docencia y Recursos Educativos
División de Finanzas	División de Pruebas Académicas y Becas
División de Gestión de Activos	División de Asuntos Culturales
División de Desarrollo y Planificación	División de Sinología y Estudios sobre China
División de Estudios Políticos	División de Intercambios Internacionales
División de Institutos Confucio de Asia y África	División de Servicio de Información (Oficina Editorial del Instituto Confucio)
División de Institutos Confucio de América y Oceanía	División de Logística

Cuadro creado por el autor. Fuente: Confucius Institute Headquarters, 2018

Cuadro n° 2: I.C. con sus respectivas fechas de inicio de actividades

Institutos Confucio en América Latina	
Institución/País	Fecha de inicio
Ciudad de México, México	22 de noviembre del 2006
Universidad Autónoma de Nuevo León, México	11 de marzo del 2007
Universidad Autónoma de Yucatán, México	25 de septiembre del 2007
Universidad de los Andes, Colombia	02 de noviembre del 2007
Universidad Autónoma de Chihuahua, México	05 del marzo del 2008
Universidad Santo Tomás, Chile	28 de abril del 2008
Centro de Cultura de Asia de São Paulo, Brasil	03 de junio del 2008
Universidad Nacional Autónoma de México, México	12 de noviembre del 2008
Universidad Católica de Santa María, Perú	19 de noviembre del 2008
Universidad Estatal Paulista, Brasil	26 de noviembre del 2008
Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú	20 de marzo del 2009
Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile	06 de junio del 2009
Universidad de Buenos Aires, Argentina	27 de mayo del 2009
Universidad de Costa Rica, Costa Rica	07 de agosto del 2009
Universidad de Piura, Perú	17 de agosto del 2009
Colegio Nueva Granada, Colombia	06 de octubre del 2009
Universidad de la Habana, Cuba	30 de noviembre del 2009
Universidad de Brasilia, Brasil	29 de marzo del 2010
Medellín, Colombia	30 de abril del 2010
Universidad de la Plata, Argentina	01 de septiembre del 2010
Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, Brasil	01 de septiembre del 2010
Universidad de Ricardo Palma, Perú	11 de noviembre del 2010
Universidad San Francisco de Quito, Perú	27 de diciembre del 2010
Universidad de San Simón, Bolivia	03 de septiembre del 2011
Universidad Federal de Río Grande del Sur, Brasil	25 de abril de 2012
Universidad Estatal de Campinas, Brasil	25 de abril de 2012
Fundación Armando Alvares Penteado, Brasil	19 de julio de 2012
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá	07 de mayo del 2013
Chinbra – Centro de Lengua y Cultura china, Brasil	26 de noviembre del 2013
Pontificia Universidad de Pernambuco, Brasil	26 de noviembre del 2013
Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil	29 de noviembre del 2013
Siyuan, Academia de Lengua China, Ecuador	30 de noviembre del 2013
Universidad de Guyana, Guyana	23 de mayo del 2014

Cuadro creado por el autor. Fuente: CRICAL, 2018

Cuadro n° 3: Programación semanal de la CRI Online en América Latina

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo
Presencia de la Cultura	China en chino	Punto de contacto	Presencia de la Cultura	Punto de contacto	Mosaico de Fin de Semana	Mosaico de Fin de Semana
Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo	Boletín Informativo
Punto de contacto	Presencia de la Cultura	China en chino	Punto de contacto	Presencia de la Cultura	Mosaico de Fin de Semana	Mosaico de Fin de Semana

Cuadro creado por el autor. Fuente: CRI Online, 2018.

江南屋 Gang Nam House

2015-11-16 09:04:26 CRI Restaurantes 403 Mi menú



Dirección: Calle Nicolás San Juan, 442. Col. Benito Juárez, Ciudad de México, D.F.
Tel: (+55) 5638 0175
Horarios: Martes -- Domingo, 13:00 -- 22:00
Comida: China
Precio: Mex0-250



Presentación

Si te gusta la comida china y quieres probar su más típica gastronomía, Gang Nam House es una excelente opción para ti. Los cocineros aquí tienen más de diez años de experiencia y están especializados en todo tipo de cocina china. El restaurante te ofrece una amplia selección de más de cincuenta platos en la carta. La mayoría de los comensales son de China o del Suroeste de Asia, ya que el sabor tradicional es el factor que atrae a más huéspedes. Cada semana, Gang Nam House introduce cuatro platos nuevos. Además, cada mes el restaurante también coopera con el Instituto Confucio para enseñar a los amigos mexicanos cómo preparar ravioles chinos y otros platos. Ven a Gang Nam House y su sabor te hará volver.



Chef Ren

El chef Ren viene del norte de China, por lo que está especializado en la comida de la región nortea del país, que incluye platos como el pato laqueado de Pekín, el cordero de pincho, el pollo estofado con patatas y los pimientos verdes de Xinjiang. Ren lidera un equipo de unos diez cocineros. Unos vienen de Hubei, una provincia donde la comida es muy picante, y los otros de Guangdong, donde la cultura de los postres es muy popular. Por ello, los clientes pueden probar comida representativa de toda China.

Platos Recomendados



Pato laqueado de Pekín

El pato laqueado es uno de los platos más internacionalmente conocidos de la gastronomía de China. Hoy en día, se puede probar en restaurantes chinos de todo el mundo. Sin embargo, para cocinar el pato bien, los cocineros tienen que dominar una pequeña técnica. El más típico pato laqueado se asa sobre madera de árboles frutales, no en el horno. Con el fin de respetar la tradición y conseguir un mejor sabor, el chef Ren insiste en asar el pato en esta manera. Ése es el secreto del buen sabor.



Cordero de pincho y chuleta de cordero

En Gang Nam House, el cordero de pincho y la chuleta de cordero se han convertido en los platos más famosos. Para el pincho se utiliza la carne de la pierna del cordero y se añade una perfecta mezcla de grasa y carne magra, a la que se añade comino y chile, por lo que no queda empalagoso. ¿Por qué casi todos los comensales piden los platos de cordero? Cuando disfrutas de los pinchos tradicionales, parece que estás en Xinjiang, el lugar de origen de estos platos.



Jiaozi (Ravioles chinos)

La historia de los jiaozi data de la época de la dinastía Han, hace unos 2000 años. Antes la gente solo podía comerlos en los días de fiesta, pero poco a poco se han convertido en una comida muy popular en todo el país. La tradición manda contar los ravioles que te comes, así que recuerda que es mejor comer tres, seis o nueve, los números de la buena suerte.



Bolas rellenas de ajonjolí y arroz glutinoso con pastel de frijoles dulces

En China, los postres de la provincia de Guangdong tienen un reconocimiento general. El cocinero cantonés de Gang Nam House es un experto en todos los tipos de postres chinos como éste. Las bolas están hechas de harina de arroz glutinoso, manteca de cerdo, azúcar y agua, que después se rellenan de ajonjolí y se frien.

Comparte tu plato

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión

Comentar

Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Restaurante El Bund



北京食府 Beijing Restaurant



聚龙轩 Restaurante Mandarin

聚龙轩 Restaurante Mandarin

2015-11-16 09:46:49 CRI Restaurantes 372  Mi menú 

Dirección: Paseo de Recoletos, 37, 28004, Madrid

Horario: Comida: Todos los días de 13:00 a 16:30 horas. Cena: Todos los días de 20:30 a 00:00 horas

Información y reservas: 91 060 98 89 o reservas@royalmandarin.es

Comida: china y japonesa

Presentación

El restaurante Mandarin se encuentra dentro del Gran Casino Madrid y también puedes acceder directamente desde el Paseo de Recoletos. Su propietario chino, Roger Chen, fundador del Grupo Zen, es un empresario que lleva toda su vida dedicado a la gastronomía. Además del Mandarin, Sr. Chen ya posee varios restaurantes dentro en Madrid, como Asia Gallery y Green Tea en el Hotel Westin Palace y Zen Market junto al estadio Santiago Bernabeú.

Sin duda en Mandarin probarás una perfecta combinación de cocina china y japonesa. Especialmente son destacados los platos a la cantonesa. El lugar tiene una capacidad de recibir a aproximadamente 250 personas entre dos plantas con un salón privado para celebrar eventos de todo tipo. Se ofrece todos los días un plato de especialidad con 9 euros. Así que acércate y empieza ya la aventura del auténtico sabor asiático.

Platos recomendados

En este apartado encontrarás las especialidades más recomendables de nuestro chef chino. Puedes comenzar con los entrantes delicados al estilo japonés como tartar de atún y caviar tobikko. O si te gusta pescado crudo flambeado en su exterior y luego loncheado, sería perfecto el tataki de pez limón y salsa de ali oli. A continuación, entre la selección de pescado, carne y ave, tienes platos como lubina al vapor con jengibre, cazuela de buey estilo Szechuan picante y pato laqueado estilo Pekín para elegir. Todos ellos son un espectáculo además con un precio muy asequible.

Bogavante al Teppanyaki

El Teppanyaki es típico en la cocina japonesa que utiliza una plancha de acero para cocinar los ingredientes. Ahora, colocamos el bogavante con el corte hacia abajo en la plancha muy caliente y echamos un poco de aceite de oliva y de sal gruesa, después de unos minutos con el fin de sellar la carne, ya está hecho. El estilo Teppanyaki permite mantener la carne de bogavante más firme y jugosa mientras guarda su exquisito sabor original.

Chill Salt Crispy Soft Shell Crab

Otro plato más para saborear es el cangrejo blando. El cangrejo frito en una sartén con sofritos de ajo, sal y pimienta a fuego alto hasta que empiece a desprender continuamente su aroma soberbio. ¿Cómo puedes resistirte al ver la carne salteada dorada? Toma un vino para acompañar ese sabroso plato.

Sashimi Mandarin Deluxe

Sería una pasada para los aficionados a la comida japonesa. El nombre sashimi viene de la cola de pez que se ponía junto a las rodajas, de manera que se pudiera reconocer de qué tipo era. Se sirven en crudo, salmón, atún y pez espada entre otros, cortados finamente en lonchas.

Bacalao Negro con Miso Sakyo

Este plato requiere una preparación cuidadosa. El bacalao negro está marinado en sake, miso y azúcar previamente y luego gratinado. El miso Sakyo es una salsa típica de la región de Kansai y Kyoto y de ahí viene la abreviatura. La receta aporta al bacalao negro un color amarillento y un sabor más dulce. Siempre en Mandarin puedes tener la comida personalizada a tu gusto.

Dim Sum

Comparte tu plato



Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión

Comentar



Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Restaurante El Bund



北京食府 Beijing Restaurante



江南屋 Gang Nam House

北京食府 Beijing Restaurante

2015-09-22 11:47:55 Restaurantes 481 Mi menú



Nombre: Beijing Restaurante.
Dirección: El Salvador, 5702. Palermo Hollywood, Buenos Aires.
Teléfono: 0054 11 47725316 / 47792108.
Horario: Lunes cerrado. De martes a domingo, de 11:30 a 15 y de 19:30 a 24.
Medios de pago: Efectivo y tarjeta de crédito (Con tarjeta de ICBC, 20% de descuento).
Consumo por comensal: 200 pesos.
Características: Reservas por teléfono, wifi gratis, aire acondicionado y una hora de estacionamiento gratuito.



Ubicado en el barrio de Palermo Hollywood, Beijing Restaurante es un nuevo local de gastronomía china en la capital federal de Argentina que abrió sus puertas en 2014. Gracias al chef y propietario, Li Xiuying, y su equipo de diez cocineros chinos, los comensales pueden probar aquí la verdadera comida del país. Cuenta con dos pisos, de los que la planta baja es el salón principal, que está formado por mesas pequeñas, y el primer piso cuenta con tres salones privados. En un año, Beijing Restaurante se ha convertido en un popular restaurante chino tanto entre los argentinos como entre los inmigrantes chinos. Entre los platos sugeridos destaca el pato de Beijing, también conocido como pato laqueado, para el que se necesita reservar con anticipación. El cerdo salteado con piña, los langostinos con salsa de manteca, la berenjena con vieiras, los langostinos con patatas ralladas y ensalada de frutas, las albóndigas de cerdo con arroz glutinoso, el chao fan de la casa o los rollitos de primavera también son muy recomendables. Si quisiera agregar un postre al final, la leche frita es la mejor opción.

Recomendación:



Pato de Beijing

Es el plato más reconocido internacionalmente de la capital de China y ahora los argentinos tienen la posibilidad de probarlo en Beijing Restaurante. Se trata de un pato entero, asado y dorado en el horno, que se sirve en pedazos con la piel crujiente y la carne blanda. Se come junto con cebolletas picadas, pepino, salsa y otros ingredientes en un crepe.



Cerdo salteado con piña

Es uno de los platos chinos que tienen una mejor acogida entre los occidentales. Tiene mucha fama en el exterior por su sabor agridulce, que se adapta fácilmente al gusto de los extranjeros.



Langostinos con salsa de manteca

Es una combinación de la gastronomía china y occidental. Los langostinos son muy comunes en los platos chinos y la manteca es algo indispensable en muchos otros países. Se mezclan langostinos picados, cerdo picado y queso formando unas bolitas. Después de freírlos, tienen una textura crujiente y un rico aroma a queso.

Comparte tu plato

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Restaurante El Bund



聚龙轩 Restaurante Mandarin



江南屋 Gang Nam House

Restaurante El Bund

2015-11-20 10:38:15 Restaurantes 278 Mi menú



Dirección: Calle Arturo Baldasano, 22 Metro: Arturo Soria
Horario de apertura:
Lunes noche: de 20.30 a 24.00 horas
De martes a domingo: de 13.30 a 16.30 horas y de 20.30 a 24.00 horas
Contacto: Teléfono: 91 115 18 13
Móvil: 622 17 00 82 o reservas@elbund.com

Presentación:

El Bund se sitúa en un chalet tranquilo en la zona de Arturo Soria. Tiene tres plantas además de un pequeño jardín. El restaurante está decorado refinadamente al estilo Shanghai de los años treinta del siglo pasado. Al entrar, acompañado por una tranquila música oriental, te encuentras con los cuadros de tradición antigua y el escaparate de los vinos y té más típicos chinos. Nada más llegar ya te sientes como si estuvieses en la auténtica China.

La carta que ofrece El Bund goza de una gran variedad de gastronomía china. Aquí puedes probar los platos de todo tipo, sea de ciudades famosas como Beijing y Shanghai o de localidades características como Sichuan y Hangzhou. También para los que tienen requisitos altos hay platos delicados como halotis, cohombro de mar, nido de golondrina y vejiga de pescado. Es un sitio de lujo muy recomendable para aquellos comensales que desean degustar las mejores comidas chinas.

Sugerencias:



Olla sichuanesa de gambas picante

Centenares de comensales chinos están aficionados a la olla sichuanesa. Se puede combinar con todo, pollo, costillas hasta las tripas de cerdo. Saltean los sofritos con aceite a fuego alto. Luego calientan todos los ingredientes en la olla durante un buen tiempo con verduras de zanahoria, patata o raíz de loto. En comparación a la cocina de otras zonas de China, la sichuanesa tiene un sabor más fuerte pero delicioso. Te deleitará la lengua con este exquisito sabor picante. Una vez que lo has probado, es imposible parar.



Pescado escabechado a la sichuanesa

Pescado escabechado es otro plato típico a la sichuanesa y ha logrado ser uno de los más populares en toda China. Para preparar esta especialidad, necesitan al pescado fresco y la receta especial con jengibre, ajo y pimienta de todo tipo. Los cocinan juntos hasta que la sopa se convierte al color lácteo. La receta permite mantener los lomos tiernos y sabrosos. Se sirven junto con col china fermentada y ácida.



Pato laqueado a la pekinesa

Si eres fanático de la comida china, no podrías dejar de probar el pato pekín mundialmente conocido. Para que puedas tener la oportunidad de saborear uno de las mejores recetas pato laqueado, te invitamos al restaurante El Bund. Se enrollan dentro de las crepés las carnes cortadas con un aspecto crujiente acompañadas por cebolleta china y salsa de judía dulce. Umm, será buenísimo.



Daditos de pato salteados con tofu ahumado y verdura, acompañado por un bollito casero de maíz

Entre las opciones golosas, tienes una especialidad de daditos de pato salteados con tofu ahumado y verdura, servidos en bollitos caseros de maíz. Se sirven tan caliente que al verterlo podrás apreciar el hervir de este deleitoso platillo.



Dim Sum

Además de todas estas degustaciones, tienes una variedad de Dim Sum que nunca deberías perder. Los Dim Sum caseros preparadas por nuestro chef chino, te llevarán a acercarte al gusto oriental que se elaboran en recipientes de vapor para garantizar la mejor calidad de los raviolos, shaomai y los panecillos chinos con relleno jugoso. Es absolutamente un lujo poder terminar la comida con estos riquísimos postres chinos.

Comparte tu plato

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión **Comentar**

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



北京食府 Beijing Restaurante



聚龙轩 Restaurante Mandarin



江南屋 Gang Nam House

Diferentes culturas gastronómicas de China

Cocina 2017-11-29 15:11:15 CRI Liu Sha



China es un país que tiene una tradición de gastronomía muy profunda. No hay otro país que tenga tantos estilos gastronómicos. Además, cada región dispone de sus propias características. Durante miles de años, la gastronomía china, viene perfeccionando constantemente las técnicas de cocción, y la puesta de comidas en el plato, se convierte cada vez más famosa en el mundo.

China es un país de de larga historia y de gran extensión, puesto que se ha formado la cultura gastronómica multicolor. A continuación vamos a hablar de unos estilos de comida china.



Comida de la corte

En cualquier sociedad feudal, la clase dominante no sólo ha influenciado al pueblo en la ideología, sino también en las cosas de vida cotidiana para ostentar su autoridad. E incluso los actos de comer y beber. De acuerdo con las aficiones de los gobernantes, se desarrolló la comida de la corte.

En primer lugar, la comida de la corte consistió en la estricta selección de condimentos. Los emperadores disponían de poder omnimodo, así que podían reunir a los cocineros de más alta técnica y los condimentos más raros del país. Ya en la Dinastía Zhou (siglo XI-256 a.de J.C.), en el palacio, había personales que se encargaban especialmente de la dieta del emperador. También en esta Dinastía, los gobernantes empezaron a comer las “ocho comidas preciosas”. En el Registro de Asuntos Cotidianos de la Corte, escrito por Xin Xiuming, en una receta de Ci Xi, madre de emperador de Tongzhi, había seis platos en los que se utilizó el nido de salangana.

En segundo lugar, la cocción era muy esmerada. Muchos emperadores de la antigüedad tenían poca salud, requería que la cocción de comida imperial se hiciera esmeradamente con el objetivo de realizar la asistencia cuidadosa. Algunos de los condimentos buenos, necesitaban pasar por muchos procesos y cocerse durante mucho tiempo, y se utilizaron cuchillos especiales para cortar en diferentes formas para que fueran agradables a la vista, por ejemplo, la forma de peonía.

En tercer lugar, hay muchas variedades de comida imperial. Según el libro Incenso Imperial, escrito por De Ling, funcionaria de la Reina madre Ci Xi, en el tren de Beijing a Fengtian, la cocina imperial ocupa cuatro coches. “Cincuenta hornos, cincuenta cocineros, y cien platos para cada comida.” Además las comidas no podían repetirse. De aquí se ve la fastuosidad y el derroche de la vida de la familia imperial. Sin embargo, la receta imperial impulsa objetivamente el desarrollo gastronómico de China.



La comida de los nobles, aunque no era tan lujosa como la imperial, también era rica y variada. Entre ellos, los platos de la familia Kong y de la familia Tan son más conocidos.

Durante muchas generaciones, en los platos de la familia Kong, se desarrollaban las características de cocción fina, de mucho valor nutritivo, además, prestaban mucha atención a los factores culturales. Por ejemplo, en las vasijas, se grababan las poesías, y el nombre de los platos siempre tenía relación con confucio.

1 2 3 >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión

Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35 Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallerín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08 La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36 La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos

Calendario

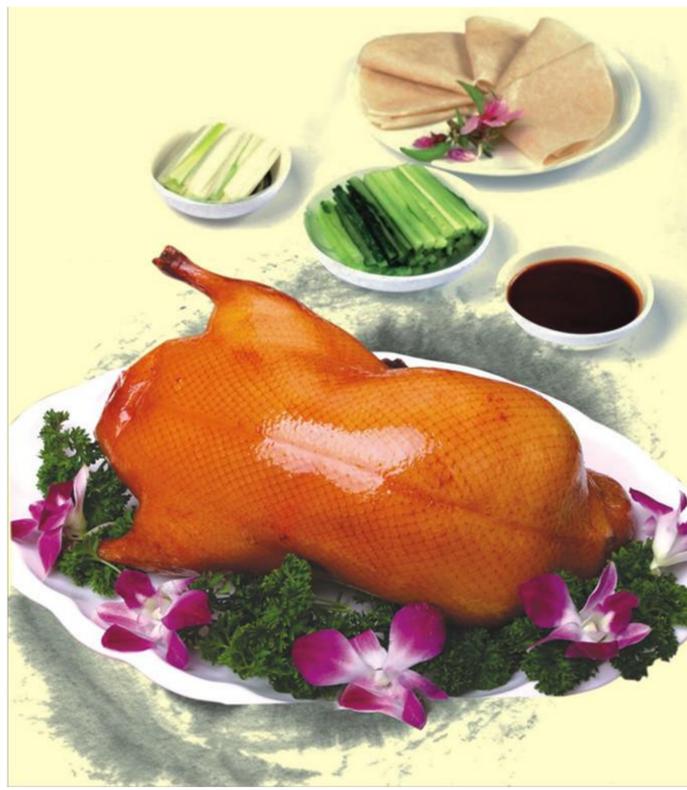
Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Cultura culinaria de Beijing

Cocina 2017-10-09 08:53:07



Beijing es una ciudad de importancia estratégica en el norte de China desde los Períodos de la Primavera y el Otoño y de los Estados Combatientes (722-221 antes de nuestra era). Cinco dinastías, incluyendo las Liao (907-1125), Jin (1115-1234), Yuan (1206-1368), Ming (1368-1644) y Qing (1616-1911), establecieron la capital en Beijing. Muchas personas de diversos grupos étnicos como han, manchú, mongol y hui se radicaron aquí, debido a que esta ciudad es el centro político, económico, cultural y de asuntos exteriores de China.



El arte culinaria de Beijing destaca por sus alimentos de sabor local, alimentos musulmanes de res y cordero, platos del estilo imperial de las dinastías Qing y Ming, platos de los Tan con productos del mar, y platos especiales de otras provincias y ciudades. Como base de la cocina de Beijing, la cocina de Shandong ha tenido una gran influencia en los alimentos de Beijing, donde hay muchos restaurantes del estilo de Shandong.



Los alimentos musulmanes, que son otro componente importante de la cocina de Beijing, incluyen el afamado "Quanyangxi", un banquete típico de Beijing. En este ágape entran más de 100 platos preparados con las diferentes partes de la oveja. Lo que es más, la carne de oveja asada, pasada por agua en el caldero o estofada es popular y bien apreciada entre los beijingeses.

Los materiales que entran en los platos de estilo imperial son seleccionados y guisados con gran esmero. Estos platos suelen tener nombres elegantes y poéticos. El estilo imperial se originó principalmente de las cocinas de las Cortes Ming y Qing.

Cultura culinaria de Beijing

Antaño, los platos de los Tan eran favoritos de los funcionarios feudales. Sobresalen por el sabor original de los ingredientes, el gusto moderado y condimentos abundantes, así como el tiempo preciso de cocinar y la temperatura suficiente. Las aletas de tiburón estofadas en salsa negra son el plato más típico entre los preparados con tales aletas.

El arte culinaria de Beijing se caracteriza por platos fritos, sofritos, salteados, asados, pasados por agua, estofados y pasados a vapor. Como capital del país, Beijing reúne a los mejores cocineros, materiales, delicias y verduras frescas de cada estación que llegan de todas partes de China. El plato de pato laqueado de Beijing, de fama mundial, usa patos especialmente cebados.



A medida del desarrollo social y de la profundización de la reforma, las técnicas culinarias se están mejorando constantemente. Los alimentos de Beijing continuarán deleitando a la gente con sus sabores especiales.

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

☺ Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes

Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.

Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofritas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,

Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos

- El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'ierzhuang
- Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas
- Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		

Vivir en China: en un restaurante chino

Cocina 2017-09-25 17:09:17



A los chinos les encanta comer fuera, especialmente cuando van a entretener invitados. Esta costumbre resulta en una abundancia de restaurantes por todas partes. Comer juntos, al igual que los occidentales bebiendo en bares o con amigos, es una reunión social, un acción de gracias, una celebración de relaciones familiares y lazos de amistad.

A diferencia de un restaurante occidental, donde cada comensal recibirá un menú, en un restaurante chino se ofrece un menú a cada mesa, incluso si hay una docena de comensales. Normalmente, el que recibe el menú y pide la comida, o el que está sentado cerca de la puerta será el que pagará.



Los chinos piensan que “repartir la cuenta” es algo vergonzoso y descortés. La práctica común es que los otros comensales se turnen para pagar por las comidas.

Se pedirán platos fríos y calientes. Normalmente, el último plato será una sopa. La fruta se servirá al final, siendo considerado como un postre.

Asimismo, a diferencia de las cortesías de algunas culturas que requieren que las personas coman silenciosamente, los chinos hablan en voz alta cuando comen en restaurantes. Probablemente, los invitados desafiarán el uno al otro a juegos de beber a lo largo de la comida.

En la mesa, los comensales suelen dejar su pelo suelto, exponen sus preferencias personales e intentan demostrar su buena voluntad y amistad compartiendo la comida juntos. Por lo tanto, algunas personas se aprovechan de dicha oportunidad para realizar comercios. Algunos usan la comida y bebida como las principales formas para crear y sostener una relación cooperativa con otras personas.

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

😊

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35

Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08

La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36

La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang

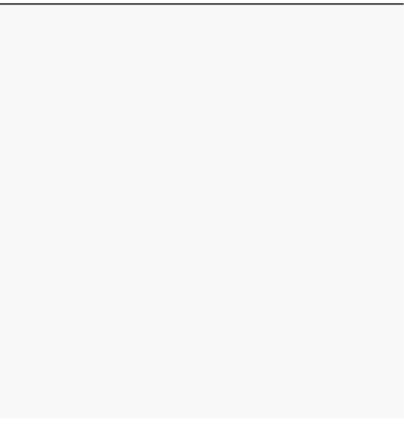


Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos



Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Videos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		

El sabor del viejo Beijing: la olla mongola de cobre

Cocina 2017-08-28 16:56:38



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang

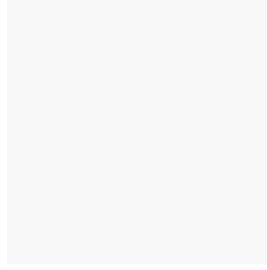


Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos



Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					



En la antigua Beijing existe una costumbre: "comer unas diez veces de la olla mongola en el invierno", lo cual no sólo sirve para resistir el frío, sino también como forma de convivencia y afecto entre los comensales.



Para comer las finas tajadas de carne, se necesita una olla de cobre y fuego de carbón. En la olla sólo hay agua, jengibre y trozos de cebolla larga. Cuando el fuego hace hervir la sopa clara, se toman las tajadas de cordero con los palillos, se las escaldan en la sopa, y se las moja en la salsa fría de ajonjolí y sésamo al notar el cambio de color de la carne.



La carne, generalmente de cordero, o de ternera, está cortada en tajadas muy finas y se integran los sabores de la carne y la salsa. Al final se siente calor en el estómago, la olla es caliente y la salsa todavía es fría. Luego se pide una tortilla con semillas de sésamo y se toman unas copas de licor. Todos los amigos se reúnen alrededor de la mesa en medio de una atmósfera animada que hace olvidar el frío de afuera.



¿Qué se puede comer en Beijing? "Tajadas de carne cocinadas instantáneamente, pato asado y carne asada" son los tres platos más famosos que caracterizan al antiguo Beijing. Comer las tajadas de carne se ha convertido en un símbolo de la gastronomía beijinesa, lo cual no sólo se limita al invierno, sino también en todo el año. En la estación invernal, la olla mongola es el absoluto protagonista en la mesa. La buena marcha de los negocios de los restaurantes dedicados a este plato en toda la ciudad puede demostrar la posición inquebrantable de la olla entre los clientes.



La olla mongola de China se separa en dos escuelas. La escuela sureña incluye la de Guangdong y Sichuan, y la norteña, es el tipo que se come en Beijing. En el invierno frío, se invita a los amigos o familiares, reuniéndose alrededor de la olla, hervida por el fuego del carbón. Las tajadas de cordero rojas, los ajos dulces, la salsa de ajonjolí, las tortillas de sésamo y el licor.



La olla mongola consiste en hervir la carne, haciéndole adquirir el rico sabor de la sopa. Los ingredientes son generalmente productos semielaborados, verduras y setas, los cuales serán más sabrosos si son hervidos por largo tiempo. Sin embargo, las tajadas de cordero cocinadas instantáneamente son todo el contrario.



La sopa clara, la salsa y tajadas de cordero son los tres elementos indispensables. La carne escaldada en el agua hirviendo es mojada en la salsa, para destacar su olor. Los "expertos" en comer este plato siempre ponen ciertas tajadas de cordero en el agua hirviendo, amplían al máximo la superficie de contacto entre la carne y el agua y sacan todas las tajadas en una vez, comiéndolas con la salsa.

Lola

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

😊 Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallerín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36
La costumbre de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como

Las escuelas principales de la cocina china

Cocina 2017-08-29 16:07:29



Hay muchos estilos de cocina en China, pero los cocineros chinos han identificado ocho tradiciones culinarias como los mejores. Estos han creado el curso sobre cómo cocinar chino y se espera como modelos. Cada una de estas escuelas tiene un estilo distinto y diferentes potencias.



Resumen de las Ocho Cocinas de China

Cocina de Sichuan y Hunan: picante

Cocina de Anhui y Fujian: inclusión de alimentos silvestres de sus montañas.

Cocina de Guangdong (cantón), Fujian, Zhejiang, Jiangsu: mariscos y sabores generalmente dulces y ligeros.

Cocina de Shandong: fresco y salado con un montón de platos de marisco.

1. Cocina de Shandong (Cocina de Lu)

La cocina de Shandong está considerada la más antigua y la mejor de China por proceder de la ciudad natal y hogar de Confucio. Ha dado el número más elevado de maestros cocineros famosos. Cuando se habla de la cocina de Beijing, en realidad se trata de la comida de Shandong. Es una de las zonas agrícolas más importantes del país y llena la despensa de la capital casi en exclusiva. Produce trigo, cebada, sorgo, mijo, maíz, brotes de soja y cacahuets. Al sector agrícola se suma una importante industria pesquera a lo largo del río Amarillo y en la costa del norte, especialmente en la rocosa península de Shandong, que abunda en pescado, gambas, marisco, orejas de mar, babosas marinas y erizos. La fruta también es muy buena en Shandong, y el vino y la cerveza, en particular la famosa cerveza Tsingtao, que se exporta a todo el mundo.

2. Cocina Cantonesa (Cocina de Yue)

A la mención del estilo Yue (la comida cantonesa), la gente siempre quiere saber por qué la provincia de Guangdong es más particular sobre los alimentos que cualquier otra provincia de China, y también por qué la gastronomía de la provincia, con cocina cantonesa como el principal ejemplo, ha combinado y mezclado excepcionalmente las tradiciones alimenticias de muchos otros lugares. Guangzhou está situado en el delta del río Zhujiang, tiene rutas convenientes del agua en todas direcciones, por lo tanto ha sido el centro comercial del sur de China. Además, Guangzhou es la más antigua ciudad de puerto que se abrió al comercio exterior de China. Todas las clases de comerciantes que viajan de todas partes de China trajeron sus restaurantes regionales, con una multiplicidad de gustos y estilos. Asistido mucho por los ricos recursos naturales locales, mariscos frescos y animales raros de la tierra, son posibles todos los platos en la mesa de comedor. En la cocina, la comida de Guangzhou tiene los puntos fuertes de la cocina occidental, por lo que es la más extraordinaria en la cocina china, con características de una extensa lista de ingredientes, con el estilo de fantasía, y ser consciente de la nutrición. El cantonés encanta comer, y es consciente de la salud, es famoso por hacer sopas de temporada y gachas.

3. Cocina de Sichuan (Cocina de Chuan)

El plato de estilo Chuan es también un estilo alternativo regional que ha madurado desde hace mucho tiempo y plantea una gran influencia sobre todas las regiones de China. Al hablar del estilo Chuan, casi lo único que viene a la mente de la gente es el sabor picante y caliente. En la realidad, la comida de Sichuan presta gran atención a sabor y sazón, con los distintos tipos. Desde el condimento, podemos ver la cebolla de verdeo, el jengibre, el ajo, el ají, la pimienta negra, la cayutana, el vinagre, la pasta de chile y haba del Pueblo de Qixian, arroz glutinoso fermentado, azúcar, sal y muchos más. Siempre y cuando se hacen esfuerzos, el estilo Chuan puede tener hasta siete sabores, que son ácido, dulce, amargo, picante, hormigueo, fragante y salado. La mayoría de los platos de Sichuan se cocina popular al estilo casero, con características de ser simple y refrescante. Muchas personas que han estado en Sichuan dicen que los alimentos de Sichuan son innumerables, incluyendo los estilos caseros tales como Tirillas de Carne de Puerco en Salsa Picante Fragante, la Carne de Puerco Recocida con Pimiento, el Jugo Lechoso de Soya Picante, Mapo Tofu (Tofu Sazonado con Especias), Rebanadas de Pulmón de Matrimonio (Pulmones de Cerdo en Salsa de Chile) hasta la comida ligera al lado de la calle, incluyendo fragante Pinchos, Entumecida-Picante-caliente (mala) cabeza de conejo, Fideos con Sopa Picante, y los platos famosos en toda la China de Estofado Entumecido-Picante-caliente (mala), Pescado Hervido en Aceite de Chile, todos los alimentos uno nunca puede comer suficiente.

1 2 >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		

¿Qué comían los chinos antiguos durante el verano?

Cocina 2017-08-30 16:19:46



En los días calurosos de verano, es común que no se despierte el apetito. El helado y las frutas parecen más refrescantes que un plato de fideos calientes.

En la antigüedad, los chinos también disfrutaban de "helados" y frutas especialmente preparadas para el cálido verano. Aquí hay tres delicias que les gustaba comer durante esta estación

El Sushan

El sushan es un plato hecho con hielo triturado con leche y mantequilla.

El poeta Wang Lingran de la dinastía Tang (618-907) describió cómo la gente solía preparar y disfrutar el sushan en el poema "Oda a Su He Shan". Según el texto, a este raspado de hielo también se le añadía azúcar, y luego se moldeaba con diversas formas. A veces, el sushan estaba decorado con flores y hojas para hacerlo más hermoso.

"No es ni sólido, ni acuoso y desaparece una vez que toca los dientes", escribió el poeta.

El sushan al que hace referencia el poema, podría ser una forma temprana de helado según los estudiosos. Sin embargo, sólo los reyes y los nobles tenían la suerte de tener grandes congeladores (cajas de hielo) para crear el sushan en verano.



El Hielo y las bebidas heladas

Aunque no había refrigeradores en la antigüedad, guardar comidas en los congeladores con cubitos de hielo en verano era muy popular entre las familias ricas en la dinastía Tang. En ese momento, la gente tenía agua helada o hielo crujiente.

La gente podía comprar fácilmente bebidas heladas en la calle durante la dinastía Song (960-1279). Como un servicio común, algunas personas ricas incluso regalaban agua helada gratis en las calles.

A este tipo de agua de hielo vendida durante la dinastía Song siempre se añadían frijoles dulces o regaliz para ayudar a prevenir el golpe de calor.

Las cerezas con queso y con jarabe de caña

Durante las dinastías Wei, Jin y Sur y Norte (220-581), la comida láctea era muy popular en las mesas del pueblo chino antiguo.

La gente de aquel entonces hacía tres tipos de queso. Uno era el llamado tian lao en chino, que significa un queso dulce, cuya consistencia era más parecida al yogur actual Otro el gan lao en chino, o el queso seco, que es similar al queso sólido que se come hoy. El último era cu lao, un tipo de queso medio-amargo y medio dulce.

El clima de la zona del Río Amarillo en la dinastía Tang era cálido y húmedo, muy diferente al de hoy. Muchos cerezos fueron plantados allí en ese momento. La fruta era común a principios del verano y la gente a menudo añadía al queso jarabe de caña y cerezas.

Lu You, un notable poeta de la dinastía Song, escribió una vez: "cuando llueve, se come la cereza, el melocotón y el queso al mismo tiempo".

Así, en la dinastía Song, cuando el pueblo chino antiguo enviaba cerezas como regalo, a menudo iban acompañadas de queso.

Cuando los ricos nobles comían cerezas con queso y jarabe de caña, solían usar platos y cuencos de oro o de esmaltes de colores para hacer que la fruta pareciera más deliciosa.

(Fei)

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Ocho tipos de cocina tradicional china

Cocina 2017-05-26 10:42:22



China se extiende a lo largo de un gran territorio y cuenta con una gran cantidad de grupos étnicos, lo que la nutre de una gran variedad de tipos de comida china con sabores muy distintos, fantásticos y deliciosos. Ya que los platos locales de China tienen sus propias características, generalmente es aceptado en todo el país que la comida china se divida en ocho tipos de cocina regional. Ciertamente, hay muchos otros tipos de cocina local que se han hecho famosos, tales como la cocina de Beijing y la cocina de Shanghai.



Cocina de Shandong

Compuesta por la cocina de Jinan y la cocina de Jiaodong, la cocina de Shandong, clara, pura y sin grasa, está caracterizada por su énfasis en el aroma, la frescura y la ternura. El chalote y el ajo se suelen utilizar como condimento para que los platos de Shandong tengan un sabor picante. Las sopas son muy importantes dentro de las especialidades gastronómicas de Shandong. Las sopas aguadas son claras y frescas mientras que las sopas cremosas son espesa y de sabor fuerte. La cocina de Jinan suele freír, asar y saltear; y la de Jiaodong es famosa por sus platos de marisco y pescado con un sabor fresco y ligero.

Shandong es la cuna de muchos eruditos de antaño como Confucio y Mencio. Y gran parte de la historia de la cocina de Shandong es tan antigua como el propio Confucio, haciéndola la más antigua gran cocina de China. Pero no se debe esperar obtener más sabiduría de una galleta de la suerte en un restaurante de Shandong en occidente, ya que las galletas de la suerte ni siquiera provienen de China.

Shandong es una gran península rodeada por el Mar del Este y con el río Amarillo serpenteando por el centro. Como resultado, el marisco es un componente muy importante de la cocina de Shandong. El plato más famoso de Shandong es la carpa agridulce. Una carpa agridulce auténtica tiene que haber sido pescada en el río Amarillo. Sin embargo, con los altos volúmenes de contaminación de hoy en día en el río Amarillo, sería mucho mejor que la carpa proviniera de cualquier otro lugar. Los platos de Shandong normalmente son pochados, asados, fritos o salteados. Sus especialidades suelen ser claras, frescas y grasas, una combinación perfecta para la famosa cerveza de Shandong, la cerveza Qingdao.



Cocina de Sichuan

La cocina de Sichuan, conocida a menudo en occidente como cocina de Szechuan, es uno de los tipos de cocina china más famosos a nivel mundial. Caracterizada por su fuerte y picante sabor, la cocina de Sichuan, prolífica en sus gustos, enfatiza en el uso del chile. El pimiento y la pimienta de Sichuan no suelen fallar en este tipo de platos, dando lugar a típicos sabores interesantes. Además, el ajo, el jengibre y la soja fermentada también se utilizan en el proceso culinario. Los vegetales y animales salvajes son escogidos normalmente como ingredientes, mientras que para freír, freír sin mucho aceite, el escabeche y el estofado son las técnicas básicas para cocinar. No se puede decir que alguien que no haya probado la comida de Sichuan llegue alguna vez a China.

Si se degusta la cocina de Sichuan y está demasiado blanda, entonces no está comiendo comida de Sichuan auténtica. Los pimientos del chile y la pimienta de Sichuan son utilizados en muchos platos, dándoles un sabor picante distintivo, denominado ma en chino. Normalmente suele dejar una sensación de adormecimiento en la boca. Aún así, la mayoría de los pimientos fueron importados a China desde las Américas en el siglo XVIII, por lo que se puede agradecer al comercio global por la excelencia de la cocina de Sichuan. El hot pot o "olla caliente" de Sichuan es probablemente el hot pot más famoso del mundo, especialmente el Yuan Yang (pato mandarín), un hot pot medio picante y medio ligero.

1 2 >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión

Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35

Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08

La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36

La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como

Noticias:

Reportajes Política Internacional Economía Cultura Sociedad Deportes

Economía:

Reportaje y análisis Noticias Made in China Negocio en China Oportunidades Informaciones

Cultura:

Historia Filosofía Étnias y religiones Lengua Costumbres Cocina Artes Plásticas Artesanías Arquitectura Vestimenta Música Óperas Danzas Juegos y Deportes Literatura Arqueología Ciencia y tecnología Medicina

Fotogalería:

Paisaje Cultura Sociedad

Vídeos:

Entrevistas Reportajes Viaje en China Intercambios culturales

Servicios:

Para Viajar Para negociar Para estudiar Informaciones generales

China en Chino:

Para aprender chino Diálogo Cantando en chino Del cine chino Paladar Chino Puro chino Hola China Ming y Laura

¿Cómo cocinaban los antiguos chinos?

Cocina 2017-06-08 15:24:46 CRI



En una reciente telenovela que representa a una famosa cocinera de la dinastía Han (202 aC-220 dC), la protagonista prepara platos fritos. De hecho, no había comida salteada en ese momento, ya que los antiguos chinos a menudo cocinaban sus alimentos al vapor o hervidos.

Una característica que distingue a la cocina china es el método de salteado, muy común en la actualidad, pero históricamente surgió después que otras formas igualmente populares. De acuerdo con archivos históricos, el salteado comenzó a utilizarse notablemente en las dinastías Wei, Jin y Sue y del Norte (220-589).



La razón por la que el salteado se presenta más tarde que otras técnicas de cocción está relacionada con la prevalencia de los instrumentos de cocina hechos de metal. Para saltear, el cocinero necesita aceite caliente en un fuego grande y el equipo de cocina adecuado. En aquel entonces el bronce era muy costoso, así que comenzaron a surgir los utensilios de hierro, más barato, y fue así como surgió el salteado de los alimentos.

Y en comparación con otros métodos de cocción, saltear requiere más aceite. Los antiguos chinos utilizaban principalmente grasa animal y una pequeña cantidad de aceite animal no es suficiente para saltear. Así, la comida frita era todavía exclusiva de muchos restaurantes en la dinastía Song (960-1279).

(Fei)

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

😊 Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35

Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08

La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36

La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang



Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Nombres

Los más leídos



Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		

Las cuatro escuelas de la Comida China

Cocina 2017-06-21 16:04:29



La cocina china se divide generalmente en cuatro escuelas: sur (Guangdong), norte (Shandong), este (Shangai) y oeste (Sichuan), inmensas regiones que a su vez se fragmentan en otras menores, cuando de comida se habla.



La escuela del sur también es conocida como "cantonesa", originaria de la provincia de Guangdong y de su dinámica capital Guangzhou.

Esta cocina es amplia y fina; está basada en platos con una gran variedad de ingredientes, hermosa presentación y colores atractivos. Utiliza abundantes condimentos como el aceite de ostra, la salsa Qipu, salsa de pescado y variedad de verduras cocinadas a altas temperaturas con el fin de que estén ligeramente crudas y así mantener los colores y sabores naturales.

Usa productos frescos de río y mar, pero también aves, insectos, ratones, carne de serpiente, gato montés, y otros animales. Evitar el uso excesivo del ajo, el aceite y las especias pudiera considerarse como la peculiaridad de esta cocina, para buscar la perfecta combinación de texturas, colores, aromas y sabores.

La salsa de ostras también se utiliza en la cocina cantonesa, famosa por sus platos agrídulces, como el cerdo agrídulce. La base fundamental de la escuela sureña es el arroz.

En el norte, mientras tanto, la escuela de este tipo de cocina incluye las áreas del norte del río Yangtse hasta la Gran Muralla, y se divide a su vez en tres grandes estilos de cocina: Shandong, Henan y Beijing.

Se caracteriza por la exquisitez de sus ingredientes que se seleccionan con mucho esmero. Es bastante salada, pues los norteños, salaban mucho sus alimentos para realizar los largos viajes al sur. Lo más notable de la gastronomía del norte es el uso de cereales, trigo, maíz y mijo en lugar del arroz.

La influencia de más de un millón de musulmanes que viven en esta zona se aprecia en la abundancia de cordero y vaca en la cocina del norte.

El cerdo se usa a menudo como relleno de los panecillos, y los panecillos vegetarianos hechos con espinacas también se cuentan entre los favoritos del público.

Se utilizan muchísimas especias como ajo, cebolla, semillas de sésamo, aceite, puerros y salsa dulce de judías. El plato más famoso de la escuela del norte es el delicioso pato laqueado.



En el caso de la escuela del este, que abarca las regiones de Fujian, Jiangxi, Zhejiang y Shangai.

Los platos de pescado y crustáceos de distintos sabores son habituales en esta cocina, que se caracteriza por su sabor dulce. Se utiliza sobre todo pescado y marisco, sobresaliendo la sopa condimentada con puerro. Son muy sabrosos los bocadillos de los que existen una gran variedad.

Las formas de cocinar más conocidas son el sofrito, al vapor y a fuego lento en salsa de soja. Otros ingredientes utilizados son el vinagre negro y el vino de arroz (sake).

La escuela del oeste incluye a las provincias interiores de Hunan y Sichuan.

Ha conservado una gastronomía tradicional debido a su aislamiento.

Se caracteriza por su sabor picante y fuerte: se utilizan muchísimas especias, como la guindilla, los granos de pimienta de Sichuan, el jengibre, las cebollas y el ajo. Se eligen cuidadosamente los ingredientes y se sazonan los platos para descubrir distintos sabores como el picante, aroma de pescado, sabor de cinco aromas, el agrio, etc., de este modo todos los platos tienen su peculiaridad.

Sus platos más famosos son el queso de soja con pimientos y pimienta y aleta de tiburón.

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes

 **Cocina** 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallerín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.

 **Cocina** 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,

 **Cocina** 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos

-  El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang
-  Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Golosinas Chinas
-  Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		

Una breve introducción a los orígenes de la Cocina China, ingredientes y métodos de Cocción

Cocina 2017-09-25 10:35:16



La Cocina China siempre ha ocupado un lugar prominente en la vida china. De hecho, en la cultura china, la comida parece ser el núcleo de todos los acontecimientos significativos: nacimientos, bodas, muertes, el año nuevo... todos son honrados con comida como celebración.



Historia de la Cocina China

La Gastronomía china ha sido celebrada desde los tiempos antiguos. En la corte imperial, la comida era el punto focal de los rituales y ceremonias.

Para darte una idea de qué tan importante era la comida en aquellos entonces, de las aproximadamente 4.000 personas que trabajaban en el palacio, 2.200 estaban dedicadas solamente a la preparación de las comidas imperiales, ¡un ejército en sí!

Hay varias características que se desarrollaron en la cocina china:

Los Ingredientes Básicos como en cualquier estilo de cocina, fueron dictados por lo que estaba disponible en el área en esos momentos. Algunos de los productos alimenticios originales de China:

El Arroz ha sido cultivado en China desde tiempos antiguos. En el norte, donde el arroz no crecía a causa del clima, el mijo fue cultivado.



Estos granos básicos constituyen el pilar de la dieta china.

La Soya es también nativa de China y constituye una parte importante de la dieta china. El frijol de soya es rico en proteínas y el ingrediente principal del Tofu.

Del frijol de soya se saca también la leche de soya y la salsa de soya, el condimento chino mejor conocido.

Los brotes de soya son utilizados para acompañar muchos de los platos chinos más populares.

El Té asimismo, tiene sus raíces en China. Se podría decir que el té es la bebida nacional de China.



Es parte de la vida cotidiana, así como de las tradiciones y la cultura china. Como parte de la ceremonia de la boda, por ejemplo, la novia y el novio sirven el té a sus padres como señal de respeto.

A través de los siglos, muchos productos alimenticios se introdujeron en China por los comerciantes. Cacahuates por ejemplo, fueron traídos por los comerciantes de la costa en la dinastía Ming.

Ingredientes Chinos



La cocina china utiliza una gran variedad de ingredientes, unos no dejan de parecernos un poco raros o exóticos, las raíces de loto por ejemplo, u otros vegetales a los que no estamos acostumbrados. El uso de estos alimentos "raros" en la mayoría de los casos nació por la necesidad de ser ingeniosos y aprovechar todo lo que tuvieran disponible para sobrevivir, esto también denota la flexibilidad y la adaptabilidad de la cocina china.

1 2 >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

😊 Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos

- El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang
- Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Golosinas Chinas
- Recomendamos Nada Igual Hasta Ahora: Nombres

Los más leídos

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones	
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad				
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales			
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales			
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China
							Ming y Luara

El arte del corte en la cocina china

Cocina 2017-09-11 15:07:36



Los ingredientes de la cocina china son muy diversos y complejos. Cada plato tiene su propia forma de preparación y depende básicamente de la forma y características de los alimentos, por lo tanto, es necesario un buen uso del cuchillo. Si se desea saltar a fuego fuerte por un corto tiempo, se necesita cortar los alimentos en pedazos pequeños o rebanadas delgadas. Si se quiere hacer un puchero a fuego lento, hay que cortar la comida en trozos más grandes.



Usos del cuchillo :

Para cocinar más fácilmente. Por ejemplo: el plato llamado "rebanadas de pollo salteado". Para poder prepararlo es necesario cortar la carne de pollo en rebanadas y hacerle hendiduras con un cuchillo especial.

Para facilitar que se impregne el sabor. Cortar los ingredientes en forma de cuadraditos, hilos, rebanadas y trozos, o hacer hendiduras en la carne ayuda a reducir el tiempo para que se impregnen los condimentos.

Para facilitar su ingestión. Por ejemplo: el plato de "carne guisada con pedazos". También el tamaño de los trozos de carne del platillo "cerdo guisado con requesón de soya" es muy apropiado para la ingestión.

Para darle un diseño especial. Se necesita una habilidad exquisita en la utilización del cuchillo para modelar los ingredientes y darles un diseño especial.



Requisitos básicos para el uso del cuchillo :

Tamaños iguales y espesores uniformes. Con esto se logra que los condimentos penetren en los ingredientes uniformemente y aseguren el mismo tiempo de cocción para todas las piezas.

Utilizar el cuchillo de acuerdo con las características propias de los alimentos:

Por ejemplo, hay que cortar la carne de pollo siguiendo su veta. Sin embargo, se debe cortar transversalmente la carne de res, de lo contrario, no se puede masticar bien y, en el caso del pollo, es muy fácil que al cocinarla se rompa y haga añicos.



Diferenciar lo principal de lo secundario:

Los ingredientes secundarios deben estar en función de los ingredientes principales, deben acompañarlos, por eso es conveniente que la cantidad de los primeros sea menor que la de estos últimos.

La forma de los ingredientes deben ser apropiada para la forma de cocción elegida y conveniente para ser condimentados:

Si se desea saltar a fuego fuerte por un corto tiempo, se necesita cortar los alimentos en pedazos pequeños o rebanadas delgadas. Si se quiere hacer un puchero a fuego lento, hay que cortar la comida en trozos más grandes.



Utilizar los ingredientes de manera razonable y hacer el mejor uso de cada cosa :

Evitar malgastar los alimentos. En cuanto a lo que sobre y no se use, se debe aprovechar razonablemente.

1 2 3 >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

😊 Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como



Recomendamos

 El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang

 Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Golosinas Chinas

 Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Los 8 platos favoritos de los extranjeros en China

Cocina 2017-07-03 16:15:09



En esta página listamos los 8 platos favoritos de los extranjeros en China. ¿Está en la lista tu favorito?



1. Cerdo en salsa agri dulce

Cerdo en salsa agri dulce, cuyo nombre en chino es Tagcu Iji, es uno de los más comúnmente solicitados por los extranjeros en China. Este plato puede encontrarse también en los restaurantes Chinos de todo el mundo, pero nada mejor que probarlo en la propia China.



2. Pollo picante con cacahuets

Todo un clásico entre los extranjeros que visitan China. El archiconocido Gongbao Jiding mezcla dados de pollo, pepino y zanahoria con cacahuets, un contraste realmente delicioso. Este plato es picante, pero no mucho.



3. Tofu con salsa picante

Su nombre original es Mapo Doufu, que quiere decir 'Tofu de la abuela Ma'. Este delicioso plato de tofu se caracteriza por su deliciosa salsa roja picante. Ideal para vegetarianos.



4. Wantún

Esta sopa de empanadillas hervidas resulta más que reconfortante, especialmente en invierno.



5. Empanadillas hervidas

Los jiaozi, empanadillas hervidas, pueden tener los más variados rellenos. Hay versiones de carne y con verdura, huevo, etc.



6. Rollitos de Primavera

Uno de los grandes símbolos de la cocina china, reconocibles para todos los extranjeros y gran clásico de los restaurantes asiáticos en Occidente. Frito o fresco, puede tener diversos rellenos, y tamaños dependiendo de la zona. En general, suele llevar verdura.



7. Tallarines fritos

Los chinos inventaron la pasta y estos sabrosísimos fideos, o chao mian, son toda una delicia, con su acompañamiento de verduras (también de carne en algunos casos).



8. Pato a la pekinesa

Igualmente conocida como Pato laqueado, se trata de uno de los grandes clásicos de la gastronomía china. El pato es sometido a un proceso especial que le proporciona una carne jugosa y la típica piel brillante y crujiente, que se sirven de forma separada. Se come en unas finas tortitas de trigo junto con cebolleta, pepino y salsa de ciruela.



8. Pato a la pekinesa

Igualmente conocida como Pato laqueado, se trata de uno de los grandes clásicos de la gastronomía china. El pato es sometido a un proceso especial que le proporciona una carne jugosa y la típica piel brillante y crujiente, que se sirven de forma separada. Se come en unas finas tortitas de trigo junto con cebolleta, pepino y salsa de ciruela.

Comentarios de los navegantes 0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión Comentar

☺ Anónimo

Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes

Cocina 2018-08-23 16:21:35
Fideos de salsa roja (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China
 Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encarnan perfectamente.

Cocina 2018-03-08 10:11:08
La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar
 El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,

Cocina 2018-02-08 15:27:36
La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar
 Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como

Consejos para extranjeros sobre modales en la mesa china

Cocina 2017-08-29 10:04:28



La cultura china tiene muchas características que pueden sorprender a los extranjeros, y entre estas también se incluyen los modales en la mesa. Los que vienen a China y quieren quedarse aquí por un largo tiempo o un periodo corto necesitan saber de algunos modales, para ser más apreciado y querido por los chinos.



I La mesa

Una de las circunstancias más habituales a las que tiene que enfrentarse el extranjero en China, especialmente aquel que va en viaje de negocios, es la de tener que compartir mesa con muchos compañeros de negocios o trabajo locales, ya que la mesa es un lugar donde se realizan y, sobre todo, donde se cierran muchas transacciones: el ambiente relajado que otorga es mucho más propicio para terminar de limar las asperezas y, además, permite agasajar de forma elegante a la parte con la que se está negociando. Sin embargo, los modales en la mesa en China y en el mundo occidental son bastante diferentes. A continuación, abordaremos la cuestión de la educación en la mesa desde un punto de vista práctico.

Empezaremos con el restaurante. Aunque los restaurantes chinos de un cierto nivel contienen, por lo general, mesas lo suficientemente grandes como para que se sienten ocho, diez o incluso doce personas; lo normal cuando se van a tratar asuntos más delicados es que se reserve una mesa en una habitación apartada, dentro del mismo restaurante. Estas habitaciones dan algo más de intimidad y, al mismo tiempo, aíslan un poco al grupo de comensales del bullicio general del local. Aunque no cuentan con camarero propio (es decir, el restaurante no proporciona un camarero particular para cada una de sus habitaciones privadas), por lo general están mejor atendidas y el servicio es más rápido y atento. Estas salas pueden contener una, dos y hasta tres (dependiendo del número de comensales) de las tradicionales mesas giratorias, y suelen disponer de una pequeña mesita de servicio particular, con agua y té, del que podemos disponer si nos hiciera falta.

II La vajilla



1. Palillos

Por supuesto, la gran diferencia que existe en la mesa china es el uso de palillos en lugar de tenedor y cuchillo, pero se trata de algo solo superficial. Además, en los buenos restaurantes siempre podrá pedir un par de cubiertos, si considera incómodo el uso de palillos. La verdadera diferencia es que a diferencia de occidente, donde cada comensal tiene su propio plato de comida, en China los platos se disponen los platillos en el centro de la mesa y se comparten entre todos los presentes. Si es invitado a una cena formal y, particularmente, si el anfitrión piensa que es la primera vez que está en el país, hará lo posible para ofrecerle un bocado de todos los diferentes tipos de platos.

Pero si se queda por cierto tiempo en China, es necesario aprender a manejar los palillos. Lo más habitual es que sean de bambú, con la parte que se lleva a la boca de forma más redondeada y la parte superior (es decir, por donde se los sujeta) cuadrada, aunque también puede encontrarlos en materiales como madera o plástico.

1 2 3 4 ... >

Comentarios de los navegantes

0 personas que han comentado y 0 han participado

Para comentar, inicia la sesión

Comentar



Los comentarios sólo reflejan las opiniones personales de los navegantes



Cocina 2018-08-23 16:21:35

Fideos de salsa frita (Zha Jiang Mian): el tallarín más lujoso del norte de China

Si preguntaras qué fideos son los más extravagantes, todos estarían de acuerdo en que los fideos de Beijing, el famoso Zha Jiang Mian, encajan perfectamente.



Cocina 2018-03-08 10:11:08

La costumbre de comer legumbres sofridas en el segundo día del segundo mes del calendario lunar

El segundo día del segundo mes del calendario lunar chino es el festivo del dragón. El nombre de este festivo cambia en diferentes lugares. En algún lugar, se llama el Festivo de la Cabeza del Dragón, en otro lugar,



Cocina 2018-02-08 15:27:36

La cultura de comer el 23 del duodécimo mes lunar

Los chinos consideran el Primer Día del Año Lunar como la Fiesta de la Primavera, que es la fiesta más solemne del año. Y el 23 del duodécimo mes lunar, en el que el último mes tiene 29 días, se conoce como

Recomendamos



El 14 de marzo de 1938, la batalla de Tai'erzhuang



Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Golosinas Chinas



Recomendamos Nada Igual Hasta AhOra: Nombres

Los más leídos

Calendario

Mar 2020						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Noticias:	Reportajes	Política	Internacional	Economía	Cultura	Sociedad	Deportes			
Economía:	Reportaje y análisis	Noticias	Made in China	Negocio en China	Oportunidades	Informaciones				
Cultura:	Historia	Filosofía	Étnias y religiones	Lengua	Costumbres	Cocina	Artes Plásticas	Artesanías	Arquitectura	Vestimenta
	Música	Óperas	Danzas	Juegos y Deportes	Literatura	Arqueología	Ciencia y tecnología	Medicina		
Fotogalería:	Paisaje	Cultura	Sociedad							
Vídeos:	Entrevistas	Reportajes	Viaje en China	Intercambios culturales						
Servicios:	Para Viajar	Para negociar	Para estudiar	Informaciones generales						
China en Chino:	Para aprender chino	Diálogo	Cantando en chino	Del cine chino	Paladar Chino	Puro chino	Hola China	Ming y Laura		