



Tǔ (tierra) y *yáng* (océano): una dicotomía metafórica en el proceso de modernización de China

Tǔ (land) and *yáng* (ocean): a metaphorical dichotomy in China's modernization process

CHENG LI

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

<https://orcid.org/0000-0002-7225-6406>

Artículo recibido el / *Article received*: 2022-06-06

Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2022-10-19

RESUMEN: Desde mediados del siglo XIX, época en que China entró en contacto intenso con Occidente, los conceptos geográficos *tǔ* (tierra o lo telúrico) y *yáng* (océano o lo marítimo) empezaron a adquirir una serie de connotaciones socioculturales que los convirtieron en una construcción metafórica de significación trascendental. El presente trabajo tiene como objetivo estudiar, desde la perspectiva de la Retórica Cultural, las relaciones interactivas entre los discursos generados en torno a la oposición *tǔ-yáng* y los profundos cambios producidos en el proceso de modernización de China. *Tǔ* y *yáng*, que representan identidades, actitudes, estilos de vida, ideologías y valores completamente diferentes, han dejado una profunda impronta en el lenguaje, el pensamiento y la cultura de la sociedad china. En términos generales, *yáng* se asocia con lo extranjero, lo moderno y lo atractivo, mientras que *tǔ* se refiere a lo autóctono, lo atrasado y lo rústico. No obstante, ambos conceptos sufren cambios semánticos y valorativos en distintos contextos sociales, lo cual atestigua las influencias mutuas entre el discurso y el poder, así como los vaivenes en las relaciones entre China y Occidente.

Palabras clave: Retórica Cultural, discurso, cultura, sociedad, China.

ABSTRACT: From the middle of the 19th century, when China came into intense contact with the West, the geographical concepts *tǔ* (land or telluric) and *yáng* (ocean or maritime) began to acquire a series of sociocultural connotations that turned them into a metaphorical construction of transcendental significance. The

present work aims to study, from the perspective of Cultural Rhetoric, the interactive relationships between the discourses generated around the *tǔ-yáng* opposition and the profound changes produced in the modernization process of China. *Tǔ* and *yáng*, which represent completely different identities, attitudes, lifestyles, ideologies and values, have left a deep imprint on the language, thought and culture of the Chinese society. In general terms, *yáng* is associated with the foreign, the modern and the attractive, while *tǔ* refers to the indigenous, the backward and the rustic. However, both concepts undergo semantic and evaluative changes in different social contexts, which testifies to the mutual influences between discourse and power, as well as the ups and downs in relations between China and the West.

Key words: Cultural Rhetoric, discourse, culture, society, China.

1. INTRODUCCIÓN

En el lenguaje moderno de China, *tǔ* (土) y *yáng* (洋) son dos conceptos de uso ampliamente extendido y con una profunda implicación sociocultural. De acuerdo con *The Contemporary Chinese Dictionary*¹, las acepciones de *tǔ* y *yáng* son respectivamente:

tǔ (土):

- 1) 土壤; 泥土 soil; earth.
- 2) 土地 land; ground; territory.
- 3) 本地的; 地方性的 local; native; indigenous.
- 4) 指我国民间沿用的生产技术和有关的设备、产品、人员等 (区别于“洋” as compared with «foreign», «imported») local; indigenous; homemade; folk or popular Chinese production skills and the relevant equipment, products and personnel, etc.
- 5) 不合潮流; 不开通 unenlightened; unrefined.
- 6) 未熬制的鸦片 (raw) opium.
- 7) 姓 a surname.

(IL-CASS, 2002: 1942)

yáng (洋)

- 1) 盛大; 丰富 vast; multitudinous.
- 2) 地球表面上被水覆盖的广大地方, 约占地球面积的十分之七, 分成四个部分, 即太平洋、大西洋、印度洋、北冰洋 ocean; vast bodies of salt water that cover seven tenth of the surface of the globe, i. e., the Pacific Ocean, Atlantic Ocean, Indian Ocean, and Arctic Ocean.
- 3) 外国的; 外国来的 foreign.
- 4) 现代化的 (区别于“土” as compared with «old-fashioned») modern.
- 5) 洋钱; 银元 silver dollar o coin.

(IL-CASS, 2002: 2221)

¹ *The Contemporary Chinese Dictionary* (《现代汉语词典》) es uno de los diccionarios de referencia más importantes de China. La edición que se ha consultado es la versión bilingüe chino-inglés del mismo diccionario.

Una aproximación a los significados arcaicos de ambos caracteres en chino clásico nos demuestra que *tǔ* básicamente se refería o se asociaba con la tierra y el territorio (Wang *et al.*, 2005: 386), mientras que *yáng* suponía una cantidad enorme de agua y, en sentido metafórico, la abundancia. Y, como concepto geográfico, significaba más bien *mar* (Wang *et al.*, 2005: 446), en lugar de *océano* propiamente dicho, que es una denominación moderna.

La evolución semántica de *tǔ* y *yáng* a partir de *lo telúrico* y *lo marítimo* hacia la oposición entre lo autóctono y lo extranjero, e incluso lo atrasado y lo moderno, se originó en el contacto de China con los países occidentales y ha dado lugar a actitudes y discursos constantemente enfrentados, cuyo impacto ha sido notorio en toda la historia contemporánea de este país. El presente trabajo tiene como objetivo analizar, desde la perspectiva de la Retórica Cultural, la dicotomía *tǔ-yáng*, enfocando especialmente en las relaciones entre el discurso y el entorno sociocultural.

2. DE CONCEPTO GEOGRÁFICO A SIMBOLIZACIÓN SOCIOCULTURAL: UN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN METAFÓRICA

Las relaciones entre el discurso y sus condiciones socioculturales es un tema fundamental de la Retórica Cultural, propuesta y desarrollada por Tomás Albaladejo, quien

[...] desde una perspectiva retórico-cultural, plantea la necesidad de estudiar el discurso y la cultura –como suma de los valores, las creencias y las estimaciones de los individuos de una sociedad– a partir de sus componentes persuasivos, esto es, de influencia en los receptores, ampliando el objeto de estudio retórico, por un lado, a las relaciones entre Retórica y cultura y, por otro, a las distintas clases de discursos que configuran la galaxia discursiva de la cultura de una sociedad.

(Chico Rico, 2015: 312)

En líneas generales, «la Retórica Cultural abarca el estudio de la Retórica como construcción cultural y también el estudio de la cultura como componente de la Retórica en su dimensión perlocutiva» (Albaladejo, 2019: 563). De igual manera, «la Retórica Cultural realiza, por un lado, un análisis crítico de los discursos centrado en sus distintos niveles semióticos y, por otro lado, atiende a la dimensión social de esos discursos, conectando el discurso con la sociedad» (Gómez Alonso, 2020: 199). En cuanto a los principales objetos de estudio,

Chico Rico (2015: 315–319) reseña los espacios a los que la Retórica Cultural presta mayor atención, en el marco del funcionamiento del discurso y de la comunicación en la sociedad y en la cultura actual: 1) el estudio del lenguaje figurado; 2) la fundamentación cultural de los diferentes lenguajes de una sociedad; 3) la dimensión intersemiótica definida por el discurso retórico; 4) el estudio de las convenciones discursivas, de obras literarias y de otras clases de discursos, y las convenciones culturales; 5) el estudio de la poliacroasis; 6) la imagen cultural que tienen los receptores de los discursos.

(Gómez Alonso, 2017: 113)

Dentro del estudio del lenguaje figurado, el de la metáfora ocupa un lugar relevante, ya que la metáfora es «el dispositivo retórico-poético del conjunto de mecanismos de expresividad formado por las figuras y los tropos que más atención ha recibido históricamente» (Albaladejo, 2019: 560). La metáfora se produce y se comprende gracias a su fundamentación cognitiva, ya que «es la cognición la que hace posible la concepción figurativa del mundo» (Albaladejo, 2019: 562). Para Ernst Cassirer, el hombre se define como «un animal simbólico» (Cassirer: 2013: 49), ya que «el

lenguaje, el mito, el arte y la religión constituyen partes de este universo, forman los diversos hilos que tejen la red simbólica, la urdimbre complicada de la experiencia humana» (Cassirer: 2013: 47). En este sentido, es precisamente la capacidad humana de simbolización –una forma simplificada y esquematizada de conocer el mundo que nos rodea– la que sienta la base de la construcción metafórica (Albaladejo, 2019: 562). Por otro lado, en un sentido más amplio, nuestra forma de percibir y conceptualizar la realidad es, en gran medida, metafórica, como señalan los autores de *Metáforas de la vida cotidiana*: «la metáfora [...] impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción. Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica» (Lakoff y Johnson, 2018: 35).

A la luz de esta reflexión teórica, la oposición entre *tǔ* y *yáng* constituye un ejemplo prototípico de una construcción metafórica que nace de conceptos geográficos y de experiencia antropológica para convertirse en estereotipos socioculturales, a partir de los cuales se han desarrollado abundantes discursos, no sólo verbales, sino intersemióticos, que han influido profundamente en la sociedad china y que, al mismo tiempo, han sido modificados constantemente por los cambios socioculturales del país y la fluctuación de sus relaciones con el exterior.

Tǔ y *yáng* se refieren, en primera instancia, a la tierra y el mar (océano), o lo telúrico y lo marítimo. En la historia humana, la tierra y el mar representan dos realidades geográficas completamente diferentes. La propia condición biológica de los seres humanos determina que nuestro escenario vital primario sea la tierra, la cual se asocia tradicionalmente a la estabilidad y la seguridad, en el sentido positivo, y conservadurismo, en el sentido negativo. En cambio, el mar, a pesar de ser un espacio poco habitable, crea vínculos entre sociedades humanas y favorece el intercambio material y cultural, uniendo pueblos y civilizaciones de formas estimulantes (Abulafia, 2021: 15). El viaje marítimo, por sus duras condiciones, requiere tecnología, conocimiento, y sobre todo, valentía y espíritu aventurero (Abulafia, 2021: 19–20). Por tanto, el mar suele despertar sensaciones de incertidumbre, desafío y aventura, pero también libertad y novedad. La actitud de China hacia el mar ha sido históricamente ambigua y escéptica. Durante las dinastías tempranas, la civilización china, especialmente la cultura Han, tendía a vivir de espaldas al mar. Entre las dinastías Han (206 a. C.-220 d. C.) y Tang (618–907), se fueron ampliando las relaciones comerciales entre China y la India, con los pueblos del Sudeste Asiático como intermediarios (Abulafia, 2021: 212–252). En la dinastía Song (960-1279), China estimuló más activamente el comercio marítimo, llegando a extender su influencia comercial hasta el mundo árabe, a través de la llamada *Ruta Marítima de la Seda*. Y en la dinastía Ming, las siete expediciones (1405-1434) de Zheng He representaron la máxima vocación marítima de la Antigua China. Las flotas chinas, de mayor magnitud del mundo de entonces, surcaron las aguas de la costa oriental de África (Abulafia, 2021: 347–357; 370–373). No obstante, el poder imperial que centraba su atención en territorios del interior, solía mostrar su desconfianza hacia mar, considerándolo como fuentes de inestabilidad. Además, la antigua visión sinocéntrica del mundo se basaba en una estricta distinción entre *huá* (华, la China civilizada) y *yí* (夷, los bárbaros) (Chen, 2015: 15), por lo que el interés oficial por el mar se limitaba muchas veces a conseguir productos exóticos y exhibir la superioridad de la civilización china a cambio de la entrega de tributos de los estados *bárbaros* (Abulafia, 2021: 347–348). Desde mediados del siglo XV, China empezó a adoptar una política de autoaislamiento, justo cuando Europa salía a explorar el mundo. La inauguración de una nueva era de globalización oceánica situó a Europa en una posición privilegiada y aceleró el nacimiento del capitalismo mundial. Posteriormente, la Revolución Industrial consolidó la superioridad occidental a nivel

global, basada principalmente en las ventajas tecnológicas y la capacidad de navegación mundial. En cambio, a mitad del siglo XIX, China quedó completamente rezagada en conocimientos tecnológicos y se convirtió en un país estancado en el atraso (Sachs, 2021: 131–132; 138–141).

La Guerra del Opio (1839-1842) dejó en evidencia la superioridad occidental en la innovación tecnológica y las tácticas militares. Los buques acorazados ingleses destruyeron con facilidad las fuerzas rudimentarias chinas (Spence, 2011: 242–243). Como consecuencia de la derrota, China fue obligada a incorporarse a un orden internacional configurado por las potencias occidentales y, al mismo tiempo, a emprender su camino de modernización. Fue en esta época de crisis sin precedentes cuando surgió la oposición entre *tǔ* y *yáng*. En un estudio sobre los apelativos que se empleaban con los extranjeros en la China del siglo XIX, Fang señala que en los documentos oficiales chinos, siguiendo el patrón de la división *huá-yí*, se usaba tradicionalmente la palabra *yí* (bárbaros) para referirse a prácticamente todos los forasteros, con un implícito sentido despectivo (Fang, 2001: 100–103). Los cambios se produjeron después del año 1860, coincidiendo con el Movimiento de Autofortalecimiento que fomentó los estudios sobre Occidente. *Yí* fue sustituido progresivamente por las palabras *yáng*, *xī* (西, occidental) y *wài* (外, extranjero), entre las cuales *yáng* destacaba por su significativo salto semántico: de un referente geográfico (mar u océano) a un concepto de múltiples connotaciones socioculturales (lo procedente del océano, lo occidental, lo moderno y lo avanzado, etc.), fenómeno que denotaba una entusiasta admiración por Occidente (Fang, 2001: 104–106). Y, en contraposición de *yáng*, *tǔ* también empezó a adquirir connotaciones de lo autóctono, lo chino, lo atrasado y lo anticuado. De esta manera, se fue consolidando la dicotomía *tǔ-yáng* como un eje central en torno al cual giraba todo tipo de debates y confrontaciones en una sociedad que esperaba profundas transformaciones.

Bajo el prisma de la Retórica Cultural, la oposición metafórica de *tǔ* y *yáng* se ha construido mediante la activación del *motor metafórico*, concepto propuesto por Tomás Albaladejo.

El motor metafórico impulsa y conduce la generación de la metáfora y la sostiene comunicativamente en su instauración textual y en su proyección hacia la instancia receptora, sobre la cual actúa perlocutivamente para que sea identificada como metáfora e interpretada en el proceso de recepción. El motor metafórico inicia la construcción metafórica al ofrecer una relación sémica entre el elemento no expresado y el elemento expresado, haciendo que el productor sea consciente de la equivalencia translaticia entre ambos elementos y del efecto estético e interpretativo de la plasmación en el texto de la metáfora mediante la inclusión en él del elemento expresado en su relación con el elemento ausente. El motor metafórico es impulsor semántico, sintáctico y pragmático de la creación metafórica, actúa semántico-intensionalmente y también semántico-extensionalmente con proyección pragmática.

(Albaladejo, 2019: 568–569)

La construcción metafórica de *yáng* consiste en sustituir una idea relativamente compleja (aquellas singularidades que reúnen las condiciones de ser extranjero –casi siempre occidental–, moderno, exótico, novedoso y avanzado, etc.) por un concepto conciso y condensado (*yáng*, océano). Lo mismo sucede con *tǔ*, que reemplaza una percepción (de lo autóctono, atrasado y poco atractivo) por otra referencia tangible y cotidiana (*tǔ*, tierra) que permite una interesante asociación sinestésica. En ambos casos, el motor metafórico ha funcionado a nivel semántico (la producción de metáforas catacréticas), a nivel morfosintáctico (la adjetivación de los sustantivos *tǔ* y *yáng*) y a nivel pragmático (el juicio de valor y la fuerza perlocutiva). Y toda esta operación se ha fundamentado en un contexto sociocultural y psicológicamente compartido: en primer

lugar, las asociaciones de ideas basadas en las percepciones geográfico-antropológicas de la tierra y del mar; en segundo lugar, las experiencias concretas de China en sus relaciones con el exterior, especialmente con un Occidente que, respaldado por su poderío industrial, tecnológico y militar, irrumpió en el panorama de un imperio anquilosado. En definitiva, la construcción metafórica y el establecimiento de la oposición entre *tǔ* y *yáng* atestiguaron una fascinación espontánea por lo extranjero (occidental) y lo moderno, en detrimento a lo autóctono y lo tradicional.

3. LENGUAJE, PENSAMIENTO Y UN CONTEXTO INTERSEMIÓTICO

Desde las postrimerías de la Dinastía Qing (1644-1912), *tǔ* y *yáng* se convirtieron en una dicotomía omnipresente en el lenguaje, el estilo de vida, las ideologías, los valores socioculturales y las manifestaciones literario-artísticas, renovando el imaginario colectivo de la sociedad china.

3.1. IMPRONTA EN EL LENGUAJE CHINO

En chino moderno, *tǔ* y *yáng* suelen comportarse como prefijos adjetivales para construir palabras compuestas. En la mayoría de los casos, los términos que empiezan con *yáng* como prefijo tienen, manifiesta o tácitamente, un sentido laudatorio, mientras que las palabras que inician con *tǔ* normalmente suenan peyorativas, aunque en otras ocasiones predominan el sentido neutro. A continuación, se analizan algunos ejemplos frecuentes (ver Tabla 1).

Tabla 1. Usos frecuentes de *yáng* y *tǔ*

Palabras	Composición / Significado	Valoración / Motivo
洋人 yánggrén	<i>yáng</i> + persona: extranjero (occidental, sobre todo)	positivo o negativo (dependiendo del contexto)
洋房 yángfáng	<i>yáng</i> + casa: casa o edificio de estilo occidental	positivo (modernidad, comodidad)
洋火 yánghuǒ	<i>yáng</i> + fuego: cerilla	neutro (inicialmente positivo)
洋装 yángzhuāng	<i>yáng</i> + ropa: traje de estilo occidental	positivo (modernidad, cosmopolitismo)
洋枪洋炮 yángqiāngyángpào	<i>yáng</i> + fusil + <i>yáng</i> + cañón: armas occidentales (y modernas)	positivo (tecnología avanzada)
洋行 yángháng	<i>yáng</i> + casa comercial: firma extranjera	positivo (modernidad empresarial)
洋白菜 yángbáicài	<i>yáng</i> + col: repollo	neutro (inicialmente exótico)
洋气 yángqì	<i>yáng</i> + aire: estilo extranjero y cosmopolita, modales modernos o extravagantes	positivo (modernidad, novedad, exotismo o elegancia)

洋奴 yángnú	<i>yáng</i> + esclavo: lacayo de imperialistas extranjeros, adorador de todo lo extranjero	negativo (apelativo despectivo)
土布 tǔbù	<i>tǔ</i> + tela: tela de fabricación casera	neutro o levemente negativo (origen humilde)
土包子 tǔbāozǐ	<i>tǔ</i> + empanada: paleta, patán, rústico	negativo (apelativo despectivo)
土豪 tǔháo	<i>tǔ</i> + rico: ricachón paleta	negativo (apelativo despectivo)
土气 tǔqì	<i>tǔ</i> + aire: rústico, paleta, palurdo,	negativo (aspecto provinciano)
土办法 tǔbànfǎ	<i>tǔ</i> + método: método tradicional, solución pragmática	neutro o positivo (dependiendo del contexto)
土博士 tǔbóshì	<i>tǔ</i> + doctor: doctor formado en la propia China	neutro o levemente negativo (prestigio menos valorado)

3.2. LO QUE SE CONSIDERA *TŪ* Y LO QUE SE ENTIENDE POR *YÁNG*: UNA CLASIFICACIÓN ESTEREOTIPADA

De acuerdo con el *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia Española, *estereotipo* significa: «Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable»². La impregnancia de la dicotomía *tǔ-yáng* en el lenguaje chino ha creado una serie de estereotipos ampliamente difundidas. Y la repetición de estas ideas estereotipadas refuerza la inercia del lenguaje, de manera que en el imaginario colectivo se tiende a *automatizar* ciertas impresiones o visiones a la hora de comprender e interpretar determinada realidad. El siguiente esquema resume las proyecciones de *tǔ* y *yáng* en distintas dimensiones sociales y culturales (ver Tabla 2).

Tabla 2. Proyecciones de *tǔ* y *yáng* en dimensiones sociales y culturales

Categorías	<i>yáng</i>	<i>tǔ</i>
Identidad (raza y nacionalidad)	Extranjero, especialmente occidental	Chino, nacional, autóctono
Procedencia y entorno vital	Grandes urbes, ambiente cosmopolita	Pueblos o lugares apartados, ambiente rural
Percepción psicológica	Exótico, extravagante, atractivo, elegante, de moda	Rústico, ordinario, poco atractivo, pueblerino, anticuado
Grado de desarrollo (tecnología, sociedad)	Moderno, avanzado	Tradicional, atrasado

² <https://dle.rae.es/estereotipo> (última consulta: 25/08/2022).

Sistema político-económico o tipo de civilización	Capitalista, tecnológico, industrial	Feudal ³ , artesanal, agrícola
Actitud (de los chinos) hacia China	Reformista, aperturista	Conservador, ortodoxo
Actitud (de los chinos) hacia lo extranjero	Xenofilia, asimilación actitud prooccidental	Xenofobia, rechazo, actitud antioccidental

Fuente: Elaboración propia

Este esquema mental, junto con el análisis sobre la dicotomía *tǔ-yáng* lexicalizada, denota una excesiva admiración por lo extranjero (occidental) y lo moderno y un notorio complejo de inferioridad por lo autóctono y lo tradicional. Tal visión podría resultar sesgada en la actualidad, sin embargo, en su momento, fue un espejo fiel de un firme anhelo de buscar la modernización y el progreso y de una fuerte motivación de conocer y aprender del mundo desarrollado para salir del atraso. Evidentemente el discurso está sujeto a cambios a medida que evoluciona la sociedad, tema del cual nos ocuparemos más adelante.

3.3. EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN: UN CONTEXTO INTERSEMIÓTICO PARA LOS DISCURSOS DE *TÚ* Y *YÁNG*

El contexto de toda la manifestación discursiva en torno a *tǔ* y *yáng* estaba marcado por intensas transformaciones. La presencia de un Occidente hegemónico despertó en la sociedad china dos actitudes opuestas: una de odio y rechazo y otra de admiración y deseo de aprender. El Movimiento de Autofortalecimiento (1861-1895 aproximadamente), que en chino significa literalmente «Movimiento de Asuntos Extranjeros (洋务运动)», compartía claramente la segunda actitud, aunque su objetivo se resumía en eslóganes tan pragmáticos como *utilizar técnicas bárbaras contra los bárbaros* (师夷长技以制夷) y *recurrir a métodos occidentales para fines chinos* (中学为体, 西学为用) (Schirokauer y Brown, 2006: 322). Con la intención de adquirir conocimientos modernos en ciencia y tecnología, industria y comercio, diplomacia y técnicas militares, etc., el movimiento fue liderado por altos funcionarios de la Corte imperial, con la participación de importantes intelectuales de la época. En 1861, se estableció el *Zōnglǐ Yámén* (总理衙门) como el primer Ministerio de Asunto Exteriores en la historia de China y en 1862 se fundó la primera escuela de estudios extranjeros. En

³ En chino, la palabra correspondiente a *feudal* / *feudalismo* es *fēngjiàn* (封建), término que originalmente se usó para denominar el sistema político-territorial de la dinastía Zhou (1046-256 a. C.), el cual dejó de existir con la instauración de la dinastía Qin (221-206 a. C.) que unificó todo el país en un imperio. Este sistema presenta cierta similitud con la sociedad medieval europea, aunque también existen claras diferencias entre ambos (Schirokauer y Brown, 2006: 46-47). Desde los años cincuenta del siglo XX, en China se impuso la historiografía marxista. Para encajar forzosamente en el materialismo histórico enfocado en los modos de producción —«comunismo primitivo, esclavitud, feudalismo, capitalismo y socialismo» (Stalin, 1979: 276)—, se considera *sociedad feudal* (*fēngjiàn shèhuì*, 封建社会) todo el período comprendido entre los Reinos Combatientes (475-221 a. C.) y la fundación de la República de China (1912), a pesar de que durante la mayor parte de este período el sistema predominante era más bien *imperial*. Con esto, se ha producido un notorio cambio semántico de la palabra *fēngjiàn*, que en el lenguaje popular pasa a significar imprecisamente *época antigua pre-capitalista o pre-moderna*, incluso tiene una connotación peyorativa de *anticuado*. Aquí usamos el término *feudal* en el sentido marxista de *modo de producción* para preservar la visión china.

la misma década, se constituyó el Servicio de Aduanas Marítimas, se instalaron fábricas de armas modernas y, posteriormente en los años 1880, nació la primera armada china. Florecieron las escuelas establecidas por los misioneros extranjeros, quienes también contribuyeron al desarrollo de la prensa (Schirokauer y Brown, 2006: 318–330). En 1872, China empezó a enviar estudiantes a Estados Unidos (Schirokauer y Brown, 2006: 326) y en 1877 abrió en Londres su primera embajada en Europa⁴ (Chen, 2015: 8). El proceso de modernización continuó en el siglo XX, destacando la fundación de la República China (1912) y el Movimiento de la Nueva Cultura (新文化运动, entre los años 1910 y 1920) como hitos inaugurales. Más tarde, en los años treinta, Shanghái llegó a situarse entre las metrópolis más glamurosas del mundo (Lee, 1999: 7).

Los grandes cambios sociales no sólo figuran en la crónica de los acontecimientos históricos, sino que se evidencian en la vida cotidiana y en cosas y hechos concretos, que, para la producción discursiva, funcionan como un necesario telón de fondo sociocultural. Señala Albaladejo que la semiosis del discurso retórico es una semiosis multimedial e intersemiótica, dado que, por un lado, el texto verbal puede permitir representaciones en distintas formas (teatral, cinematográfica, etc.) y, por otro lado, la comunicación discursiva requiere la cooperación de los signos verbales y los signos no verbales (gestos, movimientos cinestésicos, etc.), especialmente en la operación de *actio* o *pronuntiatio* (Albaladejo, 2012). Siguiendo esta pista, consideramos que, en un sentido más amplio, no sólo la emisión del discurso es de carácter intersemiótico, sino que el proceso de elaboración del discurso es también, indirectamente, intersemiótico. Nos enfocamos con especial atención a la operación de *inventio*, que es el «hallazgo de los elementos referenciales del discurso» (Albaladejo, 1991: 73). Para encontrar los argumentos adecuados, el productor del discurso necesita disponer de un amplio acervo de conocimientos y experiencias que, en gran medida, están vinculados con el imaginario colectivo de la sociedad, el cual le permite un continuo *input* intersemiótico (visual, acústico, verbal-textual, etc.) de información contextual. En este sentido, la producción discursiva tiene un origen intersemiótico y los discursos chinos en torno a la dicotomía *tǔ-yáng* proceden precisamente de un contexto altamente intersemiótico, del cual citamos algunos ejemplos más relevantes.

1. La traducción de obras extranjeras. La traducción desempeñó un papel fundamental en la reforma del pensamiento y la literatura de China desde la segunda mitad del siglo XIX. Entre los traductores más sobresalientes destacaban Yán Fù (严复) y Lín Shū (林纾). El primero introdujo en China una serie de libros que tuvieron una gran repercusión en el mundo intelectual: *Evolución y ética* de Thomas Huxley, *La riqueza de las naciones* de Adam Smith, *Sistema de lógica demostrativa e inductiva* y *Sobre la libertad* de John Stuart Mill, *Estudios de sociología* de Herbert Spencer y *El espíritu de las leyes* de Montesquieu. El segundo, sin dominar ningún idioma extranjero, llegó a traducir unas 200 novelas al chino en colaboración con otras personas. Entre los autores traducidos por Lin Shu, figuran Charles Dickens, Víctor Hugo, Miguel de Cervantes, Daniel Defoe, Alejandro Dumas, León Tolstoi y un largo etcétera. A pesar de los errores y modificaciones arbitrarias, sus traducciones impulsaron de manera sorprendente la divulgación de la literatura extranjera en China (Martín Ríos, 2014: 119–124).

⁴ En 1875, Chén Lánbīn (陈兰彬) fue nombrado simultáneamente embajador chino en España, Estados Unidos y Perú. En mayo de 1879, Chén tomó posesión en Madrid como el primer embajador chino en España (Zhang, 2013: 272–275).

2. El encanto del cine. El arte cinematográfico se introdujo en China entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX, destacando el trabajo de Antonio Ramos Espejo,

quien entre los años 1903 y 1926 desarrolló la más destacada cadena de pantallas cinematográficas del país, dominó la distribución de películas desde Shanghái a Hong Kong, produjo algunos de los primeros documentales de China, fundó una de las primeras productoras de largometrajes de ficción de Shanghái.

(Toro Escudero, 2013: 144)

En los años treinta del siglo XX, todas las productoras norteamericanas y europeas de largometrajes tenían agentes comerciales o distribuidores en Shanghái y las mejores películas producidas en cualquier lugar se estrenaban allí casi tan pronto como en su país de origen (Lee, 1999: 83).

3. La superabundancia de productos extranjeros y modernos. Para Leo Ou-fan Lee, las abrumadoras publicidades de Shanghái merecían ser objeto de estudio de una *semiótica de la cultura material*:

We can easily compile a list of daily necessities and luxuries for the modern urban household, gathered from the ubiquitous ads in *Liangyou*⁵: sundry food products (Quaker Oats, Momilk), laundry detergent (Fab), medicine and health products («Dr. William's Pink Pills for Pale People»), electric cooking pots and gas burners, medicine, perfume, cigarettes, cameras, gramophone and records (Pathé, RCA), and many more. Needless to add, advertisements for automobiles are everywhere; the number of privately owned automobiles more than doubled between 1922 and 1931 from 1,986 to 4,951. Reportedly the Sincere department store even transported its favored customers in automobiles.

(Lee, 1999: 16–17)

4. El atractivo paisaje urbano. Desde la forzada apertura tras la Guerra del Opio, la influencia occidental fue convirtiendo a Shanghái en la ciudad más moderna e internacional de China. El establecimiento de Concesiones Extranjeras⁶ y la creciente presencia de extranjeros traen consigo grandes novedades en arquitectura, fisonomía urbana, estilo de vida y gusto estético. Los signos del impacto occidental –bancos, edificios de oficinas, hoteles, iglesias, clubs, cines, cafeterías, restaurantes, apartamentos de lujo e hipódromos–, en opinión de Leo Ou-fan Lee, «They not only served as public markers in a geographical sense, but also were the concrete manifestations of Western material civilization in which was embedded the checkered history of almost a century of Sino-Western contact» (Lee, 1999: 6).

Este conjunto de percepciones intersemióticas de lo occidental y lo moderno contrasta enormemente con las impresiones que da el mundo rural y tradicional, donde la penetración de la influencia extranjera se sentía lenta y escasa. Incluso en la misma ciudad de Shanghái, en la mayoría de las zonas los chinos seguían viviendo de forma tradicional y con poco recurso, por lo que el contraste contribuye a reforzar aún la oposición entre *tǔ* y *yáng*. Incluso hoy en día, la brecha de desarrollo y progreso entre los ámbitos urbanos y rurales continua marcando un nivel considerablemente alto, por lo que la simbolización metafórica de *tǔ* y *yáng* sigue siendo vigente, en gran medida, en la China actual.

⁵ Una de las revistas más populares de la época.

⁶ Territorio cedido o arrendado a otros países en el que los extranjeros gozaban de ciertos privilegios administrativos y judiciales como la extraterritorialidad, etc.

4. CAMBIOS SEMÁNTICOS Y VALORATIVOS: LAS RELACIONES ENTRE EL DISCURSO Y EL PODER

Tanto la sociedad como la cultura se encuentran en constantes cambios, por lo que el lenguaje y los discursos también están sometidos a necesidades de actualización. La dicotomía metafórica de *tǔ* y *yáng* que se ha establecido como una construcción sociocultural y como centro de gravedad de una *galaxia de discursos* (Albaladejo, 2011a), pese a la vigencia de su esquema general, con el transcurrir del tiempo, ha tenido que renovar buena parte de su contenido para ajustarse a una realidad cambiante. Sin embargo, estos cambios discursivos no se han producido de una manera *natural y gratuita*, sino que suelen ser resultado de pugnas de poderes en un determinado contexto social, lo cual nos invita a reflexionar sobre las relaciones interactivas entre el discurso y el poder.

Desde la perspectiva sociológica, el discurso se define como una «forma de hablar y pensar sobre un tema que está unida por presupuestos comunes, y que sirve para dar forma al modo en que las personas comprenden y actúan con respecto a ese tema» (Giddens y Sutton, 2015: 17). En Retórica, el discurso tiene como finalidad la persuasión, intentando modificar ideas y actitudes o lograr convicciones, para influir en la toma de decisión o llamar a acción (Spang, 2009: 83–86). Consciente de la fuerza perlocutiva del discurso, el poder siempre lo utiliza como una herramienta eficaz para controlar la sociedad, porque

Quienes controlan el discurso pueden controlar indirectamente las mentes de la gente. Y puesto que las acciones de las personas están controladas por sus mentes (conocimiento, actitudes, ideologías, normas, valores), el control mental también implica el control indirecto de la acción. Esta acción controlada puede ser a su vez discursiva, de tal modo que el discurso de los poderosos termine por influir, indirectamente, en otros discursos que lleven agua para el molino de quienes están en el poder.

(Van Dijk, 2009: 30–31)

Si el poder dominante pretende monopolizar el discurso a su favor, el poder en oposición también se apoya en él, pretendiendo provocar cambios en la estructura de poder. De manera que, una misma realidad social puede ser interpretada, utilizada y manipulada con distintas intenciones para generar sus respectivos discursos, los cuales, si coinciden con los intereses de un poder –sea político, económico, intelectual o mediático– de cierta magnitud y es apoyado por éste, tienden a consolidarse en el imaginario colectivo como nuevas convicciones y convenciones sociales.

La metamorfosis de la dicotomía *tǔ-yáng* se produce en dos dimensiones principales: 1) *tǔ* y *yáng* pueden intercambiar los roles en ciertos momentos y contextos: lo que se consideraba *tǔ* ahora puede ser *yáng* y lo que se calificaba de *yáng* termina siendo *tǔ*; 2) el juicio de valor sobre *tǔ* y *yáng* también puede alterarse: la mirada admiradora hacia *yáng* se convierten en desprecio y condenas, mientras que la imagen negativa de *tǔ* se transforma en glorificaciones o estrategias provechosas.

4.1. EL INTERCAMBIO DE ROLES

Los análisis en los apartados 3.1 y 3.2 demuestran que la oposición entre *tǔ* y *yáng* parte de una doble ecuación mental: en el caso de *yáng*, lo extranjero (occidental) equivale a lo moderno y atractivo; en el caso de *tǔ*, lo autóctono (chino) supone lo atrasado, tradicional y rústico. Si esta afirmación correspondía con bastante exactitud a la situación de China en el siglo XIX, con el proceso de modernización y sobre todo en la era de la globalización, esta fórmula ha perdido validez en una porción mayoritaria. Si bien China todavía queda por detrás de los países desarrollados en muchos índices relevantes, la

fisonomía del país ha cambiado completamente, especialmente en aquellos aspectos que los chinos consideran representativos de la modernidad: rascacielos, infraestructura urbana, productos tecnológicos, consumo de lujo, etc. En este sentido, la modernidad deja de ser una exclusividad occidental, lo que fomenta una idea convincente de que lo chino también puede ser moderno y atractivo. Este cambio de actitud resulta bastante similar a lo que han experimentado otros países emergentes, recordando, por ejemplo, el eslogan de *Japan as Number One* (Vogel, 2019: viii).

A esta ascendente autoconfianza, se agrega la complicidad de las multinacionales occidentales. Un ejemplo ilustrativo es la creciente presencia de elementos de cultura tradicional china en la industria de moda internacional. Desde hace unos años, durante el período del Año Nuevo chino, numerosas marcas renombradas (Chanel, Armani, Lancôme, Givenchy, Yves Saint Laurent, etc.) promocionan sus productos cosméticos utilizando elementos chinos como el rojo chino o los símbolos del horóscopo chino, entre otros. Y ya no es novedad que los diseñadores internacionales se inspiran en elementos chinos: vestimenta tradicional, colores, dibujos y ornamentos *típicamente chinos* (dragón, grullas, nubes, flores, bordado, etc.) (Jia y Liang, 2018). Este tipo de diseño en realidad no suele ser bien valorado por los chinos modernos de gusto refinado, especialmente aquellas imitaciones excesivamente folclóricas y de *aroma campestre*, que son consideradas *tǔ* por excelencia. Sin embargo, parece que la incorporación de los elementos chinos en pasarelas internacionales en sí genera una sensación de *yáng*, lo cual en el fondo podría responder a un doble propósito de las multinacionales: vender un producto *exótico* en el mercado internacional y hacer un guiño a los consumidores chinos que estarían más interesados en otros productos suyos. De acuerdo con *McKinsey China Luxury Report 2019: How young Chinese consumers are reshaping global luxury*, en 2018, China gastó 115 mil millones de dólares estadounidenses en productos de lujo, cifra que representa una tercera parte del consumo mundial y el período comprendido entre 2012 y 2018, los consumidores chinos contribuyeron a más de la mitad del crecimiento global de la industria de lujo (Luan *et al.*, 2019: 4).

Por otro lado, si lo chino ahora puede ser *yáng*, lo extranjero también puede ser *tǔ*. Zhāng Wéiwéi (张维为), un influyente intelectual que defiende manifiestamente el régimen político chino, entona en su libro *La ola china. El ascenso de un Estado civilizacional* (《中国震撼：一个文明型国家的崛起》) un exaltado discurso sobre la modernidad de China –tanto en infraestructura (tren de alta velocidad, desarrollo urbano, etc.) como en modelo de gobernanza–, para cuestionar la superioridad de Estados Unidos y Europa y confirmar la decadencia de Occidente frente al ascenso chino (Zhang, 2010: 239–247). Otro ejemplo interesante es la queja de los turistas chinos por el atraso occidental en el tema del pago móvil. En la última década, las compañías tecnológicas chinas como Alibaba y Tencent han desarrollado plataformas potentes de pago por aplicaciones de telefonía móvil (AliPay y WeChat), con centenares de millones de usuarios cada uno. Gracias a las tecnologías basadas en la inteligencia artificial (reconocimiento facial, por ejemplo) y la laxa conciencia de protección de datos personales en China, estos métodos ofrecen una forma de pago muy cómoda, fácil y de amplia cobertura, tanto que en el país están desapareciendo las transacciones en efectivo o con tarjeta de crédito, las cuales, sin embargo, siguen siendo las formas más usuales en muchos países occidentales (Cheng, 2019).

En definitiva, el poderío económico, los intereses mercantiles y los avances tecnológicos son las principales fuerzas que han conseguido modificar los discursos convencionales sobre *tǔ* y *yáng*, deconstruyendo, al menos en parte, la occidentalidad de lo moderno y lo atractivo.

4.2. EL JUICIO DE VALOR INVERTIDO

Si, en los ejemplos mencionados, lo que significa *tǔ* y *yáng* alteran de referentes, aun queda intacta la identificación de *yáng* –en el sentido de ser moderno y atractivo, aunque ahora no necesariamente occidental– con lo positivo y *tǔ* –en el sentido de lo atrasado y rústico, aunque ahora no necesariamente chino– con lo negativo. No obstante, en otras condiciones, se llega a invertir completamente el juicio de valor sobre *tǔ* y *yáng*.

En los apartados 2 y 3.2, se ha explicado que la valoración positiva de *yáng* y la percepción negativa de *tǔ* tienen origen en una admiración espontánea por lo extranjero y lo moderno. Su popularización en el lenguaje y en los discursos sociales fue, si no promovida, al menos asumida por el poder ascendente en su momento, compuesto por los reformadores políticos e intelectuales, entre otros, que reclamaban reformas y cambios profundos con el objetivo de modernizar el país y sacarlo de la crisis. Y el proceso de modernización que se emprendió desde entonces estableció una especie de *visión y misión* general: aprender de lo extranjero para modernizarse y conseguir un puesto digno en el tablero mundial. Es éste el fundamento psicológico y sociocultural de la dicotomía *tǔ-yáng* que persiste hasta hoy día. Sin embargo, desde el propio momento de su emergencia, este discurso pragmático-aperturista ha encontrado siempre resistencias y oposiciones firmes e incluso virulentas, muchas veces fomentadas por las actitudes ultranacionalistas y antiintelectuales en contra de lo extranjero (occidental), lo moderno o el conjunto de ambos. En sus discursos, *yáng* representa más bien la enemistad, la amenaza, lo perverso y lo decadente o, como mínimo, lo inadecuado.

4.2.1. *Yáng* como enemistad y amenaza para China

La construcción de una identidad china propiamente dicha no se llevó a cabo hasta la entrada en contacto intenso con Occidente, que introdujo las ideas modernas de naciones y estados, las cuales empezaron a socavar el concepto tradicional de *tiānxià* (天下, todo bajo el cielo)⁷ que sustentaba el imperio. Fue precisamente la presencia y el estímulo de lo extranjero que catalizaron la adquisición de una conciencia nacional, incluso el nombre actual del país –*Zhōngguó* (中国)⁸– se popularizó a caballo de los siglos XIX y XX para responder a la necesidad de una renovación nacional (Hayton, 2020: 26–33). Para el nacionalismo patriótico chino, el período entre la Guerra del Opio (1839-1842) y la fundación de la República Popular China (1949) es llamado *cien años de humillación* y la historia moderna de China fue simplemente una sucesión de luchas

⁷ El concepto de *tiānxià* es fundamental en la ideología y ética política de la China antigua. De acuerdo con esta visión, la superioridad del emperador como *hijo del cielo* (天子, *tiānzi*) exigía a su vez la virtud moral y el compromiso de mantener en orden el mundo terrenal, como un necesario equilibrio entre la legitimidad y la responsabilidad (Zhang, 2019: 293–302). Para una comprensión más global, se recomienda la lectura de la tesis doctoral «El pensamiento político del confucianismo y la construcción del Régimen Tianxia-Imperio», disponible en <https://eprints.ucm.es/id/eprint/59441/1/T41807.pdf>.

⁸ El término *Zhōngguó* que apareció tempranamente en la inscripción de un vaso ritual de la dinastía Zhou del Oeste (1046-771 a. C.), significaba entonces el centro del territorio controlado por el rey (Sevillano-López y Zhang, 2010: 128–131). Sin embargo, durante las sucesivas dinastías, *Zhōngguó* nunca fue la autodenominación habitual de China. Por ejemplo, la gente de la dinastía Qing (1644-1911) llamaba a su país *Dà Qīng Guó* (大清国, el gran imperio Qing). Al mismo tiempo, *China* era la forma más conocida con la que los extranjeros denominaban el país. A finales del siglo XIX, cuando los intelectuales chinos discutían para encontrar un nuevo nombre diferente a ambos, Liáng Qichāo (梁启超) propuso en el artículo *Sobre el origen de la debilidad de China* (《中国积弱溯源论》, 1901) recuperar el término *Zhōngguó*, con un significado renovado: *el país del centro* (Hayton, 2020: 22–26).

contra las potencias occidentales, incluyendo Japón (Bickers, 2017). Los occidentales suponían entonces una doble amenaza tanto para la soberanía política y territorial como para la cultura y los valores tradicionales, además de ser los culpables del atraso y la pobreza que acosaban a China. En los discursos despectivos, se solía demonizar a los extranjeros, como describe el historiador Frank Dikötter:

Foreigners were labelled «barbarians» or «devils» in order to be conceptually eliminated. The official rhetoric reduced the European to a devil, a ghost, an unreal goblin hovering on the border of humanity. Many texts of the first half of the nineteenth century referred to the English as «foreign devils» (*yangguizi*), «devil slaves» (*guinu*), «barbarian devils» (*fanguì*), «island barbarians» (*daoyì*), «blue-eyed barbarian slaves» (*biyan yigui*), or «red-haired barbarians» (*hongmaofan*).

(Dikötter, 2015: 24–25)

Cabe señalar que, aunque estos términos racistas se fueron reduciendo desde los años sesenta del siglo XIX (Fang, 2001: 100–103), ciertas expresiones subsisten todavía hoy en día, por ejemplo, *yángguizi* (洋鬼子, demonio extranjero). Igualmente vigente es el discurso nacionalista-victimista que se saca con facilidad ante cualquier situación de conflicto con los países occidentales o simplemente para fomentar la cohesión interna.

4.2.2. *Yáng como lo corrupto, lo perverso y lo decadente*

Occidente presenta dos caras totalmente distintas: por un lado, la cara amable de «las ciencias, las artes, las ideas más generosas, los valores morales más fuertes» (Droit, 2010: 59–60) y por otro lado, el rostro sombrío de «un Occidente asesino, genocida, que fue capaz de borrar de la superficie de la Tierra civilizaciones enteras» (*ibid.*). En China, las críticas contra Occidente tuvieron varios momentos de auge a lo largo de los últimos dos siglos. El primero fue después de la Primera Guerra Mundial, cuando los intelectuales chinos quedaron desencantados y empezaron a cuestionar la civilización occidental desde una preocupación filosófica y cultural. El segundo fue durante la Guerra Fría, período en que China desató numerosas batallas ideológicas contra un Occidente considerado capitalista, imperialista, opresor del proletariado, y condenado a ser derrotado por la revolución comunista. Después de décadas de luna de miel gracias a la globalización, actualmente China ha vuelto a subir de tono en sus relaciones con Occidente. Los conflictos comerciales, las tensiones generadas a raíz de la pandemia COVID-19, la tradicional divergencia de opinión en cuestión de democracia y derechos humanos, etc., han hecho que China desarrolle un discurso más asertivo y agresivo hacia Occidente, actitud que queda patente con *la diplomacia del lobo guerrero* (*zhànláng wàijiāo*, 战狼外交) (Zhu, 2020: 58). En discursos recientes, respaldadas por el creciente poderío económico, comercial y tecnológico, las autoridades chinas han declarado manifiestamente que la propensión general del mundo es *el ascenso de Oriente y el declive de Occidente* (东升西降) (Hass, 2021).

En otros discursos menos conflictivos, *yáng* suele ser tratado como algo que no se adapta o inadecuado para China, especialmente en cuestión de pensamiento e ideología, cuando el poder vigente muestra su reticencia. Y los chinos que mantienen una actitud pro *yáng* reciben con frecuencia el calificativo de *chóngyáng mèiwài* (崇洋媚外, rendir culto a lo extranjero y tomar actitud servil ante ello) o, más groseramente, *jiǎyángguizi* (假洋鬼子, falso demonio extranjero, literalmente), que roza a una acusación de ser traidor del pueblo.

Además de desacreditar *yáng*, *tǔ* se convierte en argumentos positivos, cuyas connotaciones de lo atrasado y lo rústico se metamorfosean en cualidades como sencillez,

austeridad y lealtad a los intereses autóctonos. Además, la autoidentificación con *tǔ* sirve como una estrategia para ganar créditos ante la cultura occidental y los valores universales.

4.2.3. *Tǔ como oferta de productos atractivos y alternativos*

Para Edward W. Said, el orientalismo es un discurso sistemáticamente construido a través del cual «[...] la cultura europea ha sido capaz de manipular e incluso dirigir Oriente desde un punto de vista político, sociológico, militar, ideológico, científico e imaginario [...]» (Said, 2014: 22). Desde su nacimiento, este concepto ha sido ampliamente utilizado en las críticas literarias y culturales para denunciar la estructura de poder asimétrico en las relaciones interculturales. Del orientalismo, se ha derivado el fenómeno denominado *autoorientalismo*, «entendido como la esencialización y reificación de elementos culturales por parte de los propios “orientales”» (Beltrán Antolín, 2008: 257). Se trata de

[...] una estrategia puesta en juego para la obtención de determinados objetivos, desde la justificación en el poder de las élites que se sienten cómodas con la imagen que reciben desde fuera hasta la mercantilización de la identidad como objeto de consumo en el mercado.

(Beltrán Antolín, 2008: 257)

El autoorientalismo se apoya principalmente en el discurso del exotismo y responde a la necesidad del mercado y de la sociedad de consumo en su afán de buscar novedades basadas en experiencias exóticas y la supuesta autenticidad. En la promoción de los sectores de turismo, restauración e industria de entretenimiento, la estrategia autoorientalista suele funcionar como una herramienta eficaz del marketing, manejando imágenes estereotipadas y símbolos populares. En el mundo editorial, la *literatura sinoextranjera* o *literatura diaspórica* –como un tipo de *literatura ectópica* (Albaladejo, 2011b; Amezcua, 2014)–, escrita generalmente en lenguas occidentales por autores chinos nacionalizados en el país de acogida o descendientes de inmigrantes, tienden a reforzar una representación autoorientalista de la cultura china en Occidente (Li, 2019: 50–52). Además de la fuerza del mercado, el autoorientalismo se aprovecha también del pensamiento posmoderno y la multiculturalidad occidental para posicionarse como una alternativa *original, genuinamente auténtica* e incluso *cool*.

4.2.4. *Tǔ como defensa y justificación.*

La modernidad, en lugar de limitarse sólo al desarrollo tecnológico y económico, exige progresos en materia de política y sociedad. En el Movimiento del 4 de Mayo (1919), los dos objetivos prioritarios que los intelectuales chinos reclamaban para renovar la sociedad china eran ciencia y democracia (Spence, 2011: 423). Cien años después, la democracia sigue siendo una asignatura pendiente y se ha convertido –junto con los conceptos de libertad, derechos humanos, legalidad constitucional y otros muchos– en *palabras sensibles* en los medios de comunicación y en internet. Si bien China se ha modernizado en los terrenos económicos y tecnológicos, en política y filosofía de gobernanza no ha salido aún de la condición de ser *tǔ*. Afianzados por el desarrollo económico, las autoridades y no pocos intelectuales chinos creen que la democracia no es apta para China, considerando que el autoritarismo prevalece al sistema democrático a la occidental por ser más eficiente y que la meritocracia china es más sostenible que la democracia liberal (Berggruen y Gardels, 2012: 86–89). Paralelamente, clichés en discursos occidentales como *la cultura y la tradición de China son incompatibles con la*

democracia o los chinos no necesitan la democracia, no hacen sino legitimar el estancamiento político mediante un mito esencialista. En esta vertiente, una de las afirmaciones más célebres es la predicción de Martin Jacques sobre el ascenso de un *Estado-civilización* chino frente al declive de Occidente (Jacques, 2012), que resulta de gran provecho para la justificación del poder gobernante que se protege con el escudo de las *características chinas*. Para refutar esta falacia, nada mejor que las palabras lúcidas del historiador Ying-shih Yü (余英时), en cuya opinión, la cultura tradicional, especialmente el tan criticado confucianismo, no está reñida con la modernización política en términos de democracia y derechos humanos. Al contrario, estos conceptos fueron introducidos precisamente por los confucianos chinos a finales de la Dinastía Qing, dado que muchos elementos propios de esta escuela de pensamiento –el bien público, la virtud como ética social, la supremacía de la voluntad del pueblo, etc.– se conectaban de manera natural con el espíritu democrático. Durante el siglo XX, muchos ciudadanos chinos lucharon por este ideal y fueron perseguidos. El obstáculo de la modernización política no se debe a la cultura tradicional, sino al régimen autoritario que ha privado de libertad y dignidad al pueblo chino (Yü, 2016). Por eso, glorificar el atraso político justificándolo como una condición inherente de la cultura china no sólo es irresponsable, sino también inmoral: «The cliché that Chinese people can't be trusted with democracy was, as both P. C. Chang⁹ and Hu Shih¹⁰ knew, the most unpatriotic idea of all» (Pottinger, 2020).

5. CONCLUSIONES

Tǔ y *yáng* constituyen una dicotomía ampliamente presente en el lenguaje, el pensamiento y la cultura de la sociedad china. A mediados del siglo XIX, el impacto de la presencia occidental en China hizo que los dos conceptos inicialmente geográficos se transformaran en una construcción metafórica influyente en el proceso de modernización del país oriental. En torno a la oposición entre *tǔ* y *yáng* se ha generado una galaxia de discursos que se han inspirado y proyectado de manera intersemiótica, los cuales han dejado una profunda impronta en el imaginario colectivo chino. Desde la perspectiva de la Retórica Cultural, que explora la dimensión sociocultural de la Retórica y la presencia cultural en ella, los discursos mantienen unas relaciones interactivas con la sociedad. Por un lado, la producción de los discursos está íntimamente conectada con el acervo cultural y la realidad social; por otro lado, los discursos participan activamente en la transformación de la sociedad por su fuerza perlocutiva, que suele ser utilizada por los poderes dominantes y oponentes para lograr sus fines. En este sentido, los cambios semánticos y valorativos de la dicotomía *tǔ-yáng*, además de reflejar los vaivenes en las relaciones entre China y Occidente, son testigos de las pugnas de poder y de los intereses encontrados en la historia y la actualidad de una China que todavía está buscando una respuesta definitiva a la inconclusa cuestión de la modernidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abulafia, David. 2021. *Un mar sin límites. Una historia humana de los océanos*. Traducción de Tomás Fernández Aúz. Barcelona: Crítica.

⁹ P. C. Chang (张彭春, 1892-1957), académico, escritor, activista de derechos humanos y diplomático chino, desempeñó un papel fundamental en la redacción de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948.

¹⁰ Hu Shih (胡适, 1891-1962), filósofo y ensayista, fue uno de los intelectuales liberales más destacados de China en el siglo XX.

- Albaladejo, Tomás. 1991. *Retórica*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Albaladejo, Tomás. 2011a. «Accesibilidad y recepción en el discurso digital. La galaxia de discursos desde el análisis interdiscursivo». En *Un nuevo léxico en la red*, ed. Fernando Vilches, 15–28. Madrid: Dykinson.
- Albaladejo, Tomás. 2011b. «Sobre la literatura ectópica». En *Rem tene, verba sequentur! Gelebte Interkulturalität. Festschrift zum 65. Geburtstag des Wissenschaftlers und Dichters Carmine/Gino Chiellino*, Adrian Bieniec, Szilvia Lengl, Sandrine Okou, Natalia Shchyhlebka, eds. 141–153. Dresden: Thelem.
- Albaladejo, Tomás. 2012. «La semiosis en el discurso retórico. Relaciones intersemióticas y Retórica Cultural». En *Estética, Cultura Material e Diálogos Intersemióticos*, orgs. Ana G. Macedo *et al*, 89–101. Braga: Húmus / Centro de Estudios Humanísticos.
- Albaladejo, Tomás. 2019. «El motor metafórico y la fundamentación retórico-cultural de su activación». *Castilla. Estudios de Literatura*, 10: 550–583.
- Amezcuza Gómez, David. 2014. «Vivir en la traducción: *Lost in Translation* de Eva Hoffman». *Dialogía. Revista de Lingüística, Literatura y Cultura*, 8: 71–87.
- Beltrán Antolín, Joaquín. 2008. «Orientalismo, autoorientalismo e interculturalidad de Asia Oriental». En *Nuevas perspectivas de investigaciones sobre Asia Pacífico. Valencia 2008*, Pedro San Ginés Aguilar, ed. 257–273. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Berggruen, Nicolas y Nathan Gardels. 2012. *Gobernanza inteligente para el siglo XXI. Una vía intermedia entre Occidente y Oriente*. Traducción de Federico Corrientes Basús y Miquel Izquierdo Ramon. Madrid: Taurus.
- Bickers, Robert. 2017. *Out of China. How the Chinese ended the era of Western domination*. Londres: Allen Lane.
- Cassirer, Ernst. 2013. *Antropología filosófica: introducción a una filosofía de la cultura*. 28ª reimpresión de la 2ª edición en la colección Popular. Traducción de Eugenio Ímaz. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Chen, Feng. 2015. *El descubrimiento de Occidente. Los primeros embajadores de China en Europa (1866-1894)*. Traducción de Carlos Martín Ramírez. Madrid: Siglo XXI España.
- Cheng, Evelyn. 2019. «Millions of Chinese tourists are spurring the growth of mobile pay overseas». *CNBC*, 20 de enero de 2019. Recuperado de <https://www.cnbc.com/2019/01/21/millions-of-chinese-tourists-spur-growth-of-mobile-pay-overseas.html>
- Chico Rico, Francisco. 2015. «La Retórica cultural en el contexto de la Neoretórica». *Dialogía. Revista de lingüística, literatura y cultura*, 9: 304–322.
- Dikötter, Frank. 2015. *The discourse of race in Modern China*. Nueva York: Oxford University Press in New York.
- Droit, Roger-Pol. 2010. *Occidente explicado a todo el mundo*. Traducción de Francisco García Lorenzana. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Fang, Weigui (方维规). 2001. «*Yi, Yang, Xi, Wai* and other terms: the translation from “barbarian” to “foreigner” in nineteenth-century China». En *New terms for new ideas. Western knowledge and lexical change in late Imperial China*, Michael Lackner, Iwo Amelung y Joachim Kurtz, eds. 95–124. Leiden: Brill.
- Giddens, Anthony y Philip W. Sutton. 2015. *Conceptos esenciales de sociología*. Traducción de Manuel Valle Morán. Madrid: Alianza Editorial.
- Gómez Alonso, Juan Carlos. 2017. «Intertextualidad, interdiscursividad y Retórica Cultural». *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura Comparada*, Número Extraordinario I: 107–115.

- Gómez Alonso, Juan Carlos. 2020. «El estudio de la metáfora desde la Retórica Cultural: las greguerías de Ramón Gómez de la Serna». *Piedras Lunares. Revista Giennense de Literatura*, 4: 191–212.
- Hass, Ryan. 2021. «China is not ten feet tall. How alarmism undermines American strategy». *Foreign Affairs*, 3 de marzo de 2021. Recuperado de <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2021-03-03/china-not-ten-feet-tall>
- Hayton, Bill. 2020. *The Invention of China*. New Haven y Londres: Yale University Press.
- IL-CASS (Institute of Linguistics of Chinese Academy of Social Science, 中国社会科学院语言研究所) (ed.). 2002. *《现代汉语词典》 (The Contemporary Chinese Dictionary)*. Edición bilingüe chino-inglés. Pekín: Foreign Language Teaching and Research Press (外语教学与研究出版社).
- Jacques, Martin. 2012. *When China rules the world. The end of the Western world and the birth of a new global order*. 2ª edición. Londres, Penguin Books.
- Jia, Leilei y Hui'e Liang. 2018. «The application of traditional Chinese elements in luxury fashion goods». *Journal of Textile Science and Fashion Technology*, 1 (4): 1–2.
- Lakoff, George y Mark Johnson. 2018. *Metáforas de la vida cotidiana*. 2ª edición en la colección Teorema mayor. Introducción de José Antonio Millán y Susana Narotzky. Traducción de Carmen González Marín y traducción del Epílogo de Rodrigo Guijarro Lasheras. Madrid: Cátedra.
- Lee, Leo Ou-fan (李欧梵). 1999. *Shanghai modern. The flowering of a new urban culture in China, 1930-1945*. Cambridge (Massachusetts) y Londres: Harvard University Press.
- Li, Cheng (李程). 2019. «Diseño editorial, retórica cultural e imaginario colectivo: cubiertas de libros de literatura contemporánea china en España». *Dialogía. Revista de Lingüística, Literatura y Cultura*, 13: 39–83.
- Luan, Lan et al. 2019. *China Luxury Report 2019: How young Chinese consumers are reshaping global luxury*. Informe de McKinsey Greater China's Apparel, Fashion and Luxury Group. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/how-young-chinese-consumers-are-reshaping-global-luxury>
- Martín Ríos, Javier. 2014. «El papel de la traducción en la reforma del pensamiento y la literatura de China durante las postrimerías de la Dinastía Qing». En *Estudios de traducción e interpretación chino-español*, Gabriel García-Noblejas Sánchez-Cendal, ed. 103–130. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Pottinger, Matthew. 2020. «Remarks by Deputy National Security Advisor to the Miller Center at the University of Virginia», 4 de mayo de 2020. Recuperado de <https://china.usembassy-china.org.cn/remarks-by-deputy-national-security-advisor-matt-pottinger-to-the-miller-center-at-the-university-of-virginia>
- Real Academia Española. 2021. *Diccionario de la Lengua Española*. Versión en línea, <https://dle.rae.es/>
- Sachs, Jeffrey D. 2020. *Las edades de la globalización. Geografía, tecnología e instituciones*. Traducción de Verónica Puertollano. Barcelona: Deusto.
- Said, Edward W. 2014. *Orientalismo*. 6ª edición. Presentación de Juan Goytisolo. Traducción de María Luisa Fuentes. Barcelona: Debolsillo.
- Schirokauer, Conrad y Miranda Brown. 2006. *Breve historia de la civilización china*. Traducción de Yolanda Fontal y Carlos Sandiña. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Sevillano-López, David y Song Zhang. 2019. «El primer registro del nombre de China: La inscripción de He Zun (何尊)». *Boletín del Archivo Epigráfico* 4: 128–135. Recuperado de <https://www.ucm.es/archivoepigraficohispania//num-4-2019>

- Spang, Kurt. 2009. *Persuasión. Fundamentos de retórica*. 2ª reimpresión. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- Spence, Jonathan D. 2011. *En busca de la China moderna*. Traducción de Jordi Beltrán Ferrer. Barcelona: Tusquets Editores.
- Stalin, Joseph V. 1979. «Sobre el materialismo dialéctico y el materialismo histórico». En *Obras Escogidas*, 266–281. Tirana: Editorial Nentori. Recuperado de <http://bolchetvo.blogspot.com/search/label/Stalin>
- Toro Escudero, Juan Ignacio. 2013. «Antonio Ramos Espejo y el primer cine de China». *Cuaderno de documentación multimedia*, 24: 143–152. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/46366/43564>
- Wang, Li (王力) et al. (eds.). 2005. 《古汉语常用字字典》 (*Diccionario de caracteres de uso frecuente en chino clásico*). 4ª edición. Pekín: Commercial Press (商务印书馆).
- Van Dijk, Teun A. 2009. *Discurso y poder. Contribuciones a los Estudios Críticos del Discurso*. Traducción de Alcira Bixio. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Vogel, Ezra F. 2019. *China and Japan. Facing History*. Cambridge (Massachusetts) y Londres: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Yü, Ying-shih (余英时). 2016. «Democracy, human rights, and Confucian culture». En *Chinese History and Culture, Volume 2: Seventeenth Century through Twentieth Century*, 260–274. Nueva York: Columbia University Press.
- Zhang, Kai (张凯). 2013. *Historia de las relaciones sino-españolas* (《中国与西班牙关系史》). Nueva edición revisada y ampliada. Traducción de Sun Jiakun y Huang Caizhen. Pekín: China Intercontinental Press.
- Zhang, Weiwei (张维为). 2010. 《中国震撼：一个“文明型国家”的崛起》 (*La ola china. El ascenso de un Estado civilizacional*). Shanghái: Shanghai People's Press (上海人民出版社)
- Zhang, Yuchen (张宇晨). 2019. «El pensamiento político del confucianismo y la construcción del Régimen Tianxia-Imperio». Tesis doctoral. Recuperada de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/59441/1/T41807.pdf>
- Zhu, Zhiqun. 2020. «China y la diplomacia del lobo guerrero». *Política Exterior*, 198: 58–66.