

ACTUALIDAD EN ASIA

# Actualidad en Asia





# MEGA-ACUERDOS COMERCIALES EN EL PACÍFICO Y LA ALIANZA DEL PACÍFICO: CONTEXTO Y PERSPECTIVAS.

Mega-Regional Trade Agreements in the Pacific and The Pacific Alliance: context and perspectives

**Santiago Jaramillo Jaramillo**[sjaram44@eafit.edu.co](mailto:sjaram44@eafit.edu.co)**Juan Martín Betancur Ríos**[jbetan56@eafit.edu.co](mailto:jbetan56@eafit.edu.co)**Mayra Alejandra Flórez Rojas**[mfllorez8@eafit.edu.co](mailto:mfllorez8@eafit.edu.co)**Luisa María Huertas Flórez**[lhuetas@eafit.edu.co](mailto:lhuetas@eafit.edu.co)**Maria Alejandra Salazar Gómez**[Msalaz33@eafit.edu.co](mailto:Msalaz33@eafit.edu.co)**Juan David Tobón García**[Jtobong5@eafit.edu.co](mailto:Jtobong5@eafit.edu.co)

Universidad EAFIT

**Abstract**

Over the recent years, fast-growing Asia Pacific economies have started to converge into agreements that pretend to integrate and consolidate these countries as the cornerstone of global economy.

Therefore, knowing the present scenario, this research aims to understand the actual context of the agreements in the Asia Pacific region, specifically the CPTPP (previously known as TPP), RCEP and Pacific Alliance. The article will mention the current status of each mechanism and will analyze their perspectives. Finally, an analysis of CPTPP and RCEP come into force and the consequences it can have to the Pacific Alliance.

**Keywords**

Trans-Pacific Partnership Agreement, Regional Comprehensive Economic Agreement, Pacific Accords, Economic Integration, Pacific Alliance, Comprehensive Progressive Trans-Pacific Partnership Agreement

**Resumen**

El crecimiento de las economías de Asia, especialmente las más próximas a la cuenca del Pacífico, ha venido convergiendo en acuerdos que pretenden integrar y consolidar estos países como referentes en torno a los cuales se articula la economía global.

Teniendo en cuenta este escenario, la presente investigación busca enmarcar y comprender el estado actual de los acuerdos en el Asia Pacífico, específicamente el CPTPP (antes denominado TPP), el RCEP y la Alianza del Pacífico. Se mencionará la actualidad de cada mecanismo y luego, con un panorama claro del contexto actual, se examinarán las posibles perspectivas de estos acuerdos. Posteriormente, se desarrollará un análisis de las posibles consecuencias que traería la entrada en vigor de los acuerdos CPTPP y RCEP frente a la Alianza del Pacífico.

**Palabras clave**

Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica, Asociación Económica Integral Regional, Acuerdos Comerciales, Integración Económica, Alianza del Pacífico, Acuerdo Comprensivo Progresivo Transpacífico de Cooperación Económica.

**Introducción**

El Acuerdo Comprensivo Progresivo Transpacífico de Cooperación Económica (CPTPP antes conocido como TPP), la Asociación Económica Integral Regional (RCEP) y la Alianza del Pacífico (AP) son mega-acuerdos comerciales nacidos en los últimos 10 años, los cuales tienen como propósito integrar las diversas economías del Pacífico con el fin de fomentar su crecimiento, el libre flujo de personas y capitales, liberalizar los mercados y lograr beneficios para los países basados en sus necesidades e intereses. Es importante resaltar que, estos acuerdos se encuentran dentro de los más ambiciosos negociados hasta el momento y tendrían un gran impacto en la economía mundial. Dada su escala tanto económica como legal, además de revitalizar procesos de integración incluyendo regiones y temas nuevos, sus efectos sobrepasan a todo aquello que haya sido pactado en acuerdos regionales anteriores o en la misma Organización Mundial del Comercio (Ferguson, 2015). Por ende, el estudio de sus relaciones y efectos son de vital importancia para el desarrollo de políticas para todos los actores implicados.

Estos acuerdos han pasado por diversas etapas de formación y consolidación. En la actualidad, el Protocolo Adicional de la Alianza del Pacífico es el único acuerdo ratificado y en proceso de implementación entre los tres examinados, y cuenta con una participación de 3,1% del PIB mundial, mientras que el RCEP y el CPTPP suman aproximadamente un PIB de 30% y 40% de la economía mundial respectivamente (SELA, 2016). Estos dos últimos acuerdos, de llegar a concretarse, generarían efectos para la Alianza del Pacífico, un grupo, aunque pequeño, cuenta con perspectivas de crecimiento en el mediano y largo plazo.

Para poder determinar los posibles efectos en la AP, es necesario contextualizar el estado actual de los diferentes acuerdos. En primera instancia, se analizarán las perspectivas frente al CPTPP respecto a la salida de Estados Unidos y a la renegociación planteada por los 11 miembros restantes; consecutivamente se desglosará la posibilidad de finalización del acuerdo RCEP, los temas que éste comprendería y, bajo qué lineamientos se regirán; finalmente, se presentará la evolución de la Alianza con la posible adición de estados asociados (Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur) lo cual amerita una discusión profunda al ser el único de estos acuerdos en vigor. Dado lo anterior, y en aras de continuar esta investigación, esperamos aproximar a la Alianza frente a estos Mega Acuerdos, y a futuro poder generar recomendaciones a la misma. Para esto la investigación está basada en la revisión de la teoría de política económica, centrada en el debate entre sustitución de importaciones, promoción de exportaciones e integración económica de Todaro & Smith (2008). Este debate evalúa los argumentos entre aquellos que favorecen el libre comercio y aquellos que favorecen el proteccionismo. La relevancia de esta teoría se da en el hecho de que este acuerdo agrupa políticas comerciales muy distintas entre los participantes y cómo éstas han cambiado durante los años.

Esto incluye a los gigantes asiáticos que utilizaron sustitución de importación para construir una poderosa industria manufacturera que fue cuidadosamente reorientada hacia las exportaciones, los estados latinoamericanos que sólo abandonaron la promoción tardíamente, los estados de gran liderazgo económico y los estados que aun cuentan con fuertes medidas proteccionistas a lo largo de sus economías.

Por esto, el formato más común de estas integraciones son los acuerdos o zonas de libre comercio, los cuales permiten a los estados retener control sobre el tratamiento de aduanas (que dan a terceros estados) y, cierto control sobre flujos de inversión y de individuos.



Además, se hace una revisión de literatura referente a los acuerdos comerciales en Asia Pacífico y el seguimiento a noticias en los principales medios de los países en cuestión. La literatura estudiada comprende artículos de *journals* internacionales y *policy-papers* publicados entre los años 2015 y 2017. La revisión de noticias comprende el periodo de enero de 2016 hasta noviembre de 2017.

## TPP

Este acuerdo es uno de los primeros “mega-acuerdos”, que si se llega a ratificar crearía el área de comercio preferencial más grande del mundo (Ravenhill, 2016). Inicialmente, este acuerdo contaba con 12 economías pero ahora son 11. El propósito es expandir el intercambio de bienes y servicios reduciendo las barreras actuales para el comercio entre los integrantes del TPP, quienes juntos suman aproximadamente 40% del PIB mundial. Las negociaciones del TPP empezaron en 2005 (Salov, 2017) y concluyeron inicialmente el 5 de octubre de 2015; pero después de que el presidente Donald Trump decidiera unilateralmente retirar a Estados Unidos del acuerdo en enero del 2017, se realizó una nueva etapa de negociaciones. Finalmente, se llegó a un acuerdo en noviembre de 2017 luego de 19 rondas de negociaciones y múltiples reuniones de los jefes negociadores.

Para Estados Unidos, este acuerdo representaba una herramienta clave con el propósito de contrarrestar y restringir la expansión económica de China en la región y también ayudar a la reorientación de las políticas exteriores y comerciales de EE. UU hacia el Asia Pacífico, donde sus actividades económicas y políticas serían las más prolíficas (Salov, 2017). No obstante, bajo el mandato de Trump su política comercial se ha enfocado a la renegociación del TLCAN y el fortalecimiento de los acuerdos comerciales bilaterales, en detrimento de los mega-acuerdos como el CPTPP.

Desde la retirada de Estados Unidos del acuerdo, el primer ministro de Japón Shinzo Abe estableció que un TPP sin Estados Unidos, no tenía sentido, pero aún tiene la esperanza de que, después de la ratificación del acuerdo, Estados Unidos cambie su posición (Salov, 2017). Por su parte, otros miembros del acuerdo siguen siendo optimistas después de la salida del gigante norteamericano, entre ellos, los representantes de Australia, Nueva Zelanda, y Malasia, quienes han indicado que tienen intención de seguir en comunicación con los demás miembros para considerar otras opciones, antes de planear los siguientes pasos orientados a la implementación del acuerdo mismo (Rajah y Tann Asia et al., 2017).

Este tratado es ambicioso, ya que une economías desarrolladas y emergentes, con diferentes niveles de apertura, PIB, y percepciones sobre el rol de la política comercial. La mayoría de ellos son democráticos, pero inclusive hay países con regímenes comunistas, lo que hace que sea un tratado heterogéneo, por las diferentes condiciones de los países que lo conforman (Aichelle y Felbermayr, 2015). Estos miembros pueden clasificarse como economías abiertas en el caso de Chile y Singapur; abiertas con sectores sensibles como lo son Canadá y Japón; y economías emergentes con tendencias de apertura como Brunei y Vietnam (Ferguson et al., 2015).

Este escenario se ha traducido en un calendario de desgravación en extremo disparejo en comparación a otros y severos compromisos en diversos temas como propiedad intelectual y reglas de origen. Un ejemplo de esto es el capítulo de propiedad de este mismo acuerdo, el cual demanda que para la fecha de la entrada en vigor de este acuerdo, todas las partes ya deben haber accedido o ratificado los siguientes acuerdos: El protocolo de Madrid (Registro de Marcas), El tratado de Budapest (depósito de microorga-

nismos), El tratado de Singapur (Marcas registradas), El UPOV 1991 (Nuevas especies vegetales), El WCT (Copyright) y El WPPT (Presentaciones y Fonogramas) (TPP, s.f.).

Sin embargo, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés), solamente Australia, México, Singapur y el ya ausente, Estados Unidos de América, cumplen con este mandato. Entre todos los demás miembros son necesarios 18 procesos de ingreso, ratificación y entrada en vigor para satisfacer esta obligación. Siendo los casos más notorios aquellos de Malasia y Vietnam con cuatro procesos a iniciar cada uno. Esto explica en parte su desazón con el acuerdo en su forma actual (WIPO, 2017).

Los mercados emergentes asiáticos son los que más se verían beneficiados tras la ratificación de este acuerdo, además de traer efectos positivos y negativos, tanto para los países miembros como los que no hacen parte del acuerdo, y teniendo en consideración que aún hay mucha incertidumbre sobre los posibles efectos.

Parte de esta incertidumbre se aclaró con la reunión paralela a la cumbre de la APEC en Danang el 9 de Noviembre de 2017. El TPP-11 hizo un cambio de nombre convirtiéndose en el "Acuerdo Comprensivo Progresivo Transpacífico" (CPTPP). Los cambios también incluyeron formato y contenidos que lo hacen un acuerdo más flexible y sencillo de pasar en una legislatura.

Los cambios se resumen en la suspensión de algunas provisiones de propiedad intelectual y del mecanismo de resolución de disputas estado-inversor, con otras materias abiertas a negociación. Adicionalmente, su entrada en vigor se condicionó a solo seis ratificaciones sin incluir requisitos del PIB agregado.

En el caso concreto de las disputas de inversión, se sentaron unas bases más claras para crear un caso y la selección de árbitros. En propiedad intelectual, se suspendieron los elementos que regulan los parámetros para ameritar una patente y los tiempos de obtención, entre otros. Los cambios necesarios se hicieron bajo los términos de salvaguardas comerciales ya incluidos en el acuerdo. La intención de suspender ciertos puntos y de no eliminarlos por completo es con el fin de mantener la posibilidad para que Estados Unidos pueda volver a ser parte del acuerdo (Kaneko et al., 2017).

Estas modificaciones tuvieron lugar ante las presiones de algunos miembros, entre las cuales cabe resaltar las sorpresivas acciones de Canadá, que evitó firmar en el último minuto para presionar por más cambios. Este se encuentra bajo gran presión por la renegociación del TLCAN y ha aprovechado experiencias traumáticas de la entrada en vigor de su acuerdo de libre comercio con la Unión Europea. Sin embargo, los líderes llegaron a un consenso para garantizar la continuidad de este acuerdo. Aún quedan algunos temas puntuales por negociar indicados por Canadá (excepciones a la industria cultural); Brunei (Servicios e inversión relacionados con la industria del carbón); Malasia (empresas estatales) y Vietnam (resolución de disputas-sanciones al comercio). Se buscará un acuerdo en estos temas pendientes de forma paralela a los procesos legislativos de ratificación que se espera puedan completarse hacia el 2019.

## RCEP

El *Regional Comprehensive Economic Partnership*, o RCEP, es un acuerdo en negociación que incluye a los diez países miembros de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático ASEAN, más China, Australia, Japón, India, Corea del Sur y Nueva Zelanda. Oficialmente comenzó sus negociaciones en mayo de 2013, y tras 20 rondas de negociación, es un acuerdo que aún espera su conclusión.

Esta iniciativa de integración económica nació en el marco de los miembros de ASEAN y su esquema ASEAN+1, en donde China decide impulsar un acuerdo comercial que involucre a sus economías más próximas y, que permita una liberalización más profunda del comercio, creando así una área de integración económica con la participación de 16 economías que suman en conjunto un total aproximado de 30% de la economía mundial y una población de más de 4 mil millones de personas (Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade, s.f.). Esto lo ha convertido en un acuerdo comercial de gran tamaño que muchos autores han llegado a considerar como un acuerdo que compite con la influencia que quería ejercer Estados Unidos en la región (Aggarwal, 2016). No obstante, después del retiro de este último del CPTPP, el RCEP es un acuerdo que llegaría a llenar los vacíos que la nación norte americana dejó (Oxford Analytica, Rauhala y Fifield, 2017).

A pesar de las perspectivas de este acuerdo de entrar a reemplazar el rol estratégico de Estados Unidos por uno liderado por China, siguen existiendo disputas internas en la consecución del acuerdo que impediría a China ejercer el rol de liderazgo. Principalmente, el papel de India frente al tema de aranceles y tarifas ha causado controversia y una falta de consenso dado la discriminación arancelaria que hace a los demás miembros que negocian el acuerdo. Adicionalmente, no ha existido una reciprocidad en la liberalización de servicios. El RCEP es un acuerdo que integra diferentes economías; mientras que por un lado hay economías desarrolladas con industrias fuertes y competitivas a nivel global, hay otras que son frágiles y cuyas ventajas competitivas no tienen la escala o diferenciación comparadas con Japón, China o Corea. Esto es de especial importancia porque para países como Camboya, Laos o Myanmar ha sido necesario un trato especial que no vaya en detrimento de su aparato productivo interno, haciendo que la aceptación sobre el tema de aranceles sea aún más difícil de lograr.

A pesar que ya han pasado más de cuatro años de negociaciones el acuerdo sigue estancado entre las ofertas disputadas de los estados de ASEAN de una desgravación del 90 a 92% de las partidas arancelarias y la de los demás miembros oscilando entre el 70% y 100%, lo cual se discutirá en las rondas de los meses siguientes. Esto es una indicación de reforma por parte de China hacia un bloque comercial de creación de comercio que incluiría una deslocalización de la producción no solo hacia China, sino hacia otros sitios aún más competitivos con China como el principal destino de todo lo que se produzca bajo los términos del RCEP.

A pesar de que los líderes de las naciones que negocian el acuerdo se reunieron en Manila este 13 de noviembre de 2017, sigue persistiendo el tema de desgravación arancelaria por parte de India en una mayor parte, donde arguye protección de la industria local, haciendo que la agenda se alargue hasta 2018.

### **Alianza del Pacífico**

La Alianza del Pacífico es un mecanismo de integración económica y comercial del cual hacen parte Chile, Colombia, México y Perú, establecido formalmente, el cual se ha caracterizado por diversas etapas durante los últimos años. Los antecedentes de este acuerdo, pueden trazarse al Arco del Pacífico Latinoamericano, una iniciativa establecida en 2007 por 11 países latinoamericanos con costas en el Pacífico y que tenía como intención alcanzar una conexión con el Sudeste Asiático (Otero, 2014).

Este foro no logró mantenerse, sin embargo, fue el punto de inicio de lo que hoy se conoce como la Alianza del Pacífico; ésta se materializó el 28 de abril de 2011, por medio de la Declaración de Lima (Cancillería Republicana de

Colombia, 2017). Finalmente, este proceso se concretó en Paranal, Chile, el 6 de junio de 2012 (Otero, 2014), con la suscripción del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico. Dos años más tarde se firmó el protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, desgravando un 92% de las partidas arancelarias y estableciendo plazos de desgravación para el porcentaje restante (Pérez y Roldán, 2015).

En la actualidad, la Alianza es el bloque más importante de América Latina con un PIB de \$1.868 millones de dólares y se ha formulado dentro de sus objetivos *“construir un área de integración regional profunda, caracterizada por la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas con miras a convertirse en una plataforma latinoamericana hacia el Asia Pacífico”* (La Alianza del Pacífico, 2012). Adicionalmente, cuenta con 52 estados observadores con los cuales se han desarrollado diversos proyectos de cooperación como la internacionalización de PyMES.

Los miembros de la Alianza ya contaban con diversos acuerdos entre ellos, un claro ejemplo es la Comunidad Andina de Naciones (CAN), medio por el cual se liberaliza comercio entre Colombia y Perú. Estos acuerdos ya sean bilaterales o multilaterales como el caso de la CAN, facilitaron la negociación del protocolo adicional al marco hasta el punto de desgravar un 92% del comercio al interior del grupo. Adicionalmente, el protocolo *“profundizó los compromisos en algunas áreas como servicios, inversión y facilitación del comercio y sentó las bases para que luego se incluyeran una serie de asuntos de naturaleza OMC plus en áreas como la propiedad intelectual, negociada en las rondas subsecuentes al establecimiento de protocolo adicional al acuerdo marco”* (Uribe-Jaramillo y Pérez, 2017).

Esto da indicaciones de que la Alianza aunque ya es de por sí un bloque creador de comercio, sus aspiraciones más profundas similares a los de una unión aduanera, permitirían a los 4 miembros tratar de forma unificada a los estados asociados en términos aduaneros. Sin embargo, la falta de interconectividad física entre ellos hace que el siguiente paso, que sería un mercado común, sea altamente improbable (Todaro y Smith, 2003).

Cabe resaltar, que la Alianza posee un importante repertorio de logros alcanzados, siendo algunos de estos la creación del Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), la constitución del Consejo Empresarial de la Alianza del Pacífico (CEAP), y la creación de plataformas de movilidad académica (Pérez y Roldán, 2015).

Para Colombia, la Alianza del Pacífico representa varios beneficios, debido a que ésta composición tiene estrategias de integración innovadoras con metas claras para el modelo de desarrollo y política exterior, además de ser un eje importante de su estrategia de internacionalización principalmente en el Asia Pacífico. Esto último debido a que la AP desde su creación fue concebida con el fin de convertirse en una plataforma de integración económica y comercial con miras al Asia Pacífico (Uribe-Jaramillo y Pérez, 2017) ; por consiguiente algunos de los miembros ya cuentan con acuerdos comerciales en la región, y ello facilita el acceso de Colombia a esos mercados.

En la XI Cumbre de la Alianza del Pacífico en la ciudad de Puerto Varas, Chile el 1 de Julio de 2016, los presidentes se reunieron para fijar los nuevos mandatos que orientarán el futuro de la Alianza, los mecanismos para garantizar su cumplimiento (Alianza del Pacífico, 2017). Hasta el momento se han llevado a cabo 12 cumbres, la última tuvo lugar en Colombia el pasado 30 de Junio, donde se suscribió la Declaración de Cali y se aprobó la creación de una nueva categoría, conocida como Estado Asociado, la cual según los parámetros establecidos por la Alianza se entenderá para aquel estado con el cual todas las partes del Acuerdo Marco celebren y pongan en vigor un acuerdo de altos estándares en materia económico-comercial que contribuya a los objetivos de la Alianza del Pacífico (Alianza del Pacífico, 2017).





Es importante mencionar no solo los avances de la Alianza sino los posibles desafíos a los que se enfrenta. Uno de ellos sería entre Colombia, México y Canadá, debido a los altos niveles de protección en los sectores agroindustriales por parte de éstos. Adicionalmente, Colombia y México deberán sumar esfuerzos para obtener una buena negociación con Australia, Canadá y Nueva Zelanda, todos estos, fabricantes de productos de origen animal y lácteos, en los cuales Colombia y México tienen altos niveles de protección (Uribe-Jaramillo y Pérez, 2017).

Para concluir, la Alianza es un bloque económico muy importante para la región, el cual poco a poco se ha ido desarrollado hasta el punto de estar más avanzado que otros acuerdos como es el caso del CPTPP. El hecho de tener ahora la categoría de estado asociado le permite abrirse a mayores mercados e incrementar en general los beneficios para los países miembros. Esta unión se ha posicionado como uno de los mecanismos regionales más exitosos en América Latina gracias a como se mencionó anteriormente, a su rápido desarrollo y a su ambiciosa agenda que va más allá de la liberalización comercial. Otro punto para resaltar, es que ésta se consolidó relativamente fácil y rápido, debido a que entre sus miembros ya existían acuerdos comerciales previos, los cuales facilitaron las negociaciones y este caso continuará con los países asociados.

### **Conclusiones: perspectivas de los Acuerdos regionales en el Pacífico**

En la última reunión de los representantes de los países vinculados al CPTPP, que se llevó a cabo en Danang, Vietnam el 9 de noviembre de 2017, se renegociaron las cláusulas de acceso y ratificación, y se suspendieron algunas provisiones en estándares laborales, disputas de inversión y propiedad intelectual. Esto a petición principalmente de Vietnam y apoyado por Malasia, con el fin de mantener la posibilidad para que Estados Unidos pueda volver a ser parte del acuerdo. Aun así, esta no sería la única eventualidad que podría presentarse.

Basado en entrevistas a oficiales de los gobiernos coreano y chileno, existe un interés por parte de Pekín y Seúl de hacer parte del acuerdo CPTPP. Aunque, dado el contexto actual de la renegociación y ratificación del acuerdo, este prospecto sigue siendo algo que no se sabe cuándo tendrá lugar y bajo qué figura.

La posible convergencia en el futuro del CPTPP y la RCEP, vistos como acuerdos complementarios más allá de acuerdos que compiten, podrá llevarse a cabo bajo unas condiciones específicas, entre ellas la finalización de un Tratado de Libre Comercio entre Japón, China y Corea del Sur. Este último acuerdo estaría marcado por los conflictos históricos que han tenido estos gigantes asiáticos y una negociación preliminar a través del RCEP.

Por otra parte, no ha habido avances en las últimas reuniones realizadas por los miembros del RCEP, y la negociación terminó sin materializarse en 2017, apuntando a que continuará en 2018 con miras a finalizar el mismo año. El acuerdo seguirá siendo sensible a las dinámicas domésticas como tendencias macroeconómicas, cambios en política comercial, procesos electorales y este caso particular disputas territoriales y geopolíticas.

Respecto a la Alianza del Pacífico, el avance más relevante ha sido su nuevo mecanismo de Estados Asociados, donde actualmente se han abierto conversaciones para iniciar negociaciones con Singapur, Australia, Nueva Zelanda y Canadá. Lo anterior da cuenta de un interés clave por fortalecer las relaciones con el Asia Pacífico. La solidificación en el crecimiento de la Alianza del Pacífico a través del mecanismo de estados asociados, permite un crecimiento del mercado del bloque con otros países del Pacífico, y podría considerarse como base para el futuro desarrollo del bloque como mega acuerdo comercial, el cual podría competir con los acuerdos de RCEP y CPTPP. La Alianza del Pacífico busca en un futuro tener acuerdos comerciales con Mercosur y ASEAN, siendo estos temas abordados en la cumbre de Chile.

Es posible afirmar que, frente a las coyunturas en el CPTPP y RCEP, la Alianza del Pacífico se posiciona como un bloque sólido con posibilidades de crecimiento y fortalecimiento de sus relaciones con el Asia Pacífico, siendo atractivo para que los países asiáticos direccionen su enfoque hacia América Latina, por lo menos mientras se terminan de consolidar sus mecanismos regionales.

Finalmente, cabe concluir que, si bien todavía es incierto los acuerdos finales del CPTPP y RCEP, las consecuencias que éstos conllevarían también son inciertas para la Alianza del Pacífico. La Alianza se empieza a perfilar como un bloque más sólido que podría entrar a competir en el campo de los mega-acuerdos comerciales. Lo que sí es claro es que la Alianza tiene la oportunidad de tener mayor relevancia y mayor potencial ahora que tiene miembros del CPTPP, algunos de los cuales también están considerando una entrada al RCEP. Así mismo, vale la pena explorar la posibilidad de que alguno o todos de estos mega acuerdos converjan en un área de libre comercio de Asia Pacífico en el largo plazo. Ante esta posibilidad de crecimiento una recomendación preliminar para la Alianza, si quiere convertirse en una alternativa respecto a estos otros, debe unificar sus canales de aproximación con la región. Como es el caso de Perú y Chile que ya poseen canales continuos y permanentes. En el caso de México, éstos tienen la dificultad de la importancia de sus vínculos con el TLCAN y en el de Colombia, la novedad en la creación de estos vínculos con la región Asia Pacífico.

&gt;&gt;&gt;

## Referencias

- Acosta, L. (s.f.). Alianza del Pacífico inicia proceso de expansión con cuatro asociados. *Reuters*. Recuperado de <http://lta.reuters.com/article/businessNews/idLTAKBN19L2XQ-OU5LB>
- Aichele y Felbermayr G. (2015). The Trans-Pacific Partnership Deal (TPP): What are the economic consequences for in- and Outsiders? *CESifo Working Paper*, 53-64.
- Aggarwal, V. (2016). Mega-FTAs and the Trade-Security Nexus: The Trans-Pacific Partnership (TPP) and Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP). *Asia Pacific Issues*, (123).
- Cancillería República de Colombia. (29 de septiembre de 2017). Alianza del Pacífico. Bogotá D.C., Colombia. *Cancillería República de Colombia*. Recuperado de <http://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>
- Department of Foreign Affairs and International Trade Australia. (s.f.). Regional Comprehensive Economic Partnership. Barton, Australia. *Department of Foreign Affairs and Trade*. Recuperado de <http://dfat.gov.au/trade/agreements/rcep/pages/regional-comprehensive-economic-partnership.aspx>
- Alianza del Pacífico. (1 de octubre de 2017). Culmina XI Cumbre de la Alianza del Pacífico en Puerto Varas, Chile. Puerto Varas, Chile. *Alianza del Pacífico*. Recuperado de <https://alianzapacifico.net/culmina-xi-cumbre-de-la-alianza-del-pacifico-en-puerto-varas-chile>
- Chow, D. C. (2017). How the United States Uses the Trans-Pacific Partnership to Contain China in International Trade? *Chicago Journal of International Law*, 17(2), 370-402.
- Nikkei Asia. (1 de octubre de 2017). Countries grapple with perplexing RCEP puzzle. *Nikkei Inc*. Recuperado de <https://asia.nikkei.com/Politics-Economy/International-Relations/Countries-grapple-with-perplexing-RCEP-puzzle>
- Nikkei Asia. (11 de septiembre de 2017). With RCEP, deal unlikely this year, ministers settle for 'realistic' goals. *Nikkei Inc*. Recuperado de <https://asia.nikkei.com/Politics-Economy/International-Relations/With-RCEP-deal-unlikely-this-year-ministers-settle-for-realistic-goals>
- Fensom, A. (22 de mayo de 2017). New Life for the TPP? *The Diplomat*. Recuperado de <http://thediplomat.com/2017/05/new-life-for-the-tpp/>
- Fergusson McMinimy y Williams. (2015). The Trans-Pacific Partnership (TPP) Negotiations and Issues for Congress. Congressional Research Service. Working paper. *Congressional Research Service*. Recuperado de <https://fas.org/spp/crs/row/R42694.pdf>
- Ravenhill, J. (2016). The political economy of the Trans-Pacific Partnership: a '21st Century' trade agreement? *New Political Economy, Taylor & Francis Online*, 22(5). Doi: 10.1080/13563467.2017.1270925
- Kaneko y White. (22 de septiembre de 2017). Without US, 11 nations in TPP inch closer to a deal. *Reuters*. Recuperado de <http://www.reuters.com/article/us-trade-tpp-japan/without-u-s-11-nations-in-tpp-inch-closer-to-a-deal-idUSKCN1BX1DY>
- Mincomercio Industria y Turismo. (29 de septiembre de 2017). 100 preguntas de la Alianza del Pacífico. Bogotá D.C., Colombia. *Mincomercio Industria y Turismo*. Recuperado de [http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/7180/100\\_preguntas\\_de\\_la\\_alianza\\_del\\_pacifico](http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones/7180/100_preguntas_de_la_alianza_del_pacifico)
- Ministry of Foreign Affairs, PRC. (s.f.). RCEP 20th round News release. *Ministry of Commerce, PRC*. Recuperado de [http://fta.mofcom.gov.cn/enarticle/rcepen/enrcepnews/201711/36078\\_1.html](http://fta.mofcom.gov.cn/enarticle/rcepen/enrcepnews/201711/36078_1.html)
- Otero, M. (2014). La Alianza del Pacífico: Origen, objetivos, relación con los países observadores y logros. *Russian Council*. Recuperado de <http://russiancouncil.ru/common/upload/La%20Alianza%20del%20Pacífico%20-%20Origen%20objetivos.pdf>
- Oxford Analytica. (23 de enero de 2017). *Oxford Analytica*. Recuperado de <https://www.oxan.com/>
- Rajah & Tann Asia. (2017). The Trans-Pacific Partnership: What Lies Ahead? *Lawyers who know Asia. Christopher & Lee Ong*. Recuperado de <https://www.christopherleeong.com/media/2749/the-trans-pacific-partnership.pdf>
- Rauhala y Fifield. (25 de enero de 2017). China not cheering U.S. pullout from Pacific trade pact. *Pressreader*. Recuperado de <https://www.pressreader.com/usa/the-washington-post/20170125/281900182925016>
- Salov, A. (2017). Trans-Pacific Partnership Update. *Alaska Business Monthly*, 60-61.
- SELA. (2016). El Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP) y su incidencia en el comercio internacional de los países de América Latina y el Caribe. Seminario regional. Sao Paulo. SP/SRATCE-TPP-ICIPALC /DT No. 2-16.
- Seshadri, V. S. (2017). *Research and Information System for Developing Countries (RIS) Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement: Need for a Strategy*. Paper. Research and Information System for Developing Countries.
- Uribe-Jaramillo, M y Pérez, C. (2017). Las relaciones de la Alianza del Pacífico con sus futuros miembros asociados: una perspectiva multidimensional desde el comercio, la inversión y la cooperación económica. *Working Paper*. Centro de Estudios Asia Pacífico.
- WIPO. (s.f.). Contracting Parties Budapest Treaty. Recuperado de [http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty\\_id=7](http://www.wipo.int/treaties/en/ShowResults.jsp?lang=en&treaty_id=7)



**Beatriz Vélez González**  
Universidad EAFIT  
[bvelegz@eafit.edu.co](mailto:bvelegz@eafit.edu.co)

# EL CRECIMIENTO DE LA CLASE MEDIA EN CHINA:

¿FUERZA MOTRIZ HACIA LA  
DEMOCRATIZACIÓN?

**The growth of the middle class in China: ¿a moving force  
towards democratization?**

doi: 10.17230/map.v6.i11.05



## Abstract

In general terms, it is accepted that economic growth is accompanied by the strengthening of democracy or a tendency to democratization. The economic development and industrialization in China have had as a result the growth of the middle class in this country, which could represent a moving force towards democratization, as it has happened in other countries. Nevertheless, this has not been the case in China, due to the relation between the middle class and the state, besides the persistency of authoritarian political features that are an obstacle in this process.

## Keywords

China, middle class, democratization, economic development, industrialization.

## Resumen

En general, se acepta que un crecimiento económico es acompañado por el fortalecimiento de la democracia o de una tendencia a la democratización. El desarrollo económico e industrialización de China, han llevado al crecimiento de la clase media en este país, lo que podría representar una fuerza motriz hacia la democratización como se ha visto en otros países. Sin embargo, este no ha sido el caso en China debido a la relación entre la clase media y el estado, además de la persistencia de características políticas de tipo autoritario que impiden este proceso.

## Palabras Clave

China, clase media, democratización, desarrollo económico, industrialización.

## Introducción

Este artículo pretende analizar la relación entre el crecimiento de la clase media en la República Popular de China y las implicaciones que éste tiene en el proceso de democratización del país. El impresionante crecimiento económico de China ha traído consigo interesantes procesos socio-políticos entre los que se encuentra el crecimiento de la clase media. De acuerdo con diversas teorías relacionadas con procesos de modernización, el surgimiento de esta enorme clase media, tiene el potencial de conducir al país hacia la democracia.

El desarrollo económico de China ha sido como ningún otro en el mundo. Su historia, procesos, políticas y contexto son únicos y, por consiguiente, difíciles de replicar y comparar con otros casos. Además, el carácter reciente de este desarrollo y el hermetismo del país han dificultado el desarrollo de estudios con conclusiones definitivas, y que no exista consenso en la comunidad científica al respecto. Aun así, el análisis de las actitudes y creencias de la población china, nos proporciona una idea de cómo el proceso de modernización afecta la percepción de ésta misma dentro del sistema socio-político, permitiéndonos así tener una noción de lo que sucederá en el futuro.

Este artículo comienza por exponer un breve recuento de las teorías relacionadas con el crecimiento económico y los procesos de democratización para pasar a definir la clase media en China y sus características. Finalmente, se hace un análisis de casos y estudios realizados por otros autores sobre las actitudes de la clase media china en relación con la democratización y posibles perspectivas futuras.



### **Crecimiento económico, modernización y democracia**

En general, se acepta que la democratización de los estados se relaciona con el crecimiento económico, ya que como ha sido planteado en teorías económicas, éste puede transformar las estructuras sociales, como la extensión de la educación, la mejoría en la movilidad social y la urbanización. Estos cambios se reflejan en un aumento en la clase media, y se plantea que es ésta uno de los grandes impulsores de la democratización. Esta relación ha sido evidente en países como Taiwán y Corea del Sur, pero no lo ha sido en China, donde el autoritarismo persiste fuertemente, a pesar del notorio crecimiento económico que ha presentado en las últimas décadas, y del crecimiento de la clase media (notoriamente después de las protestas de Tiananmén en 1989).

Al respecto se han considerado dos visiones: una visión *lineal*, en la que se plantea que a medida que la modernización se instaura, los ingresos, la educación, la movilidad socio-económica y la libertad aumentan, generando un crecimiento en la clase media; lo cual promueve la democratización en una sociedad no democrática, o refuerza las instituciones democráticas en una sociedad que ya lo es (Hattori y Funatsu, 2003). La clase media, sin nexos importantes con la clase alta y la clase política dominante, se conforma con la estabilidad política y la protección de sus bienes; en la segunda visión, denominada *contingente*, se plantea que la relación entre el crecimiento económico y la modernización con la democratización es un proceso dinámico, influenciado por factores como la dependencia o independencia de la clase media del estado, su percepción del bienestar económico, la fragmentación o cohesión dentro de su clase y el temor a la inestabilidad política.

Esta segunda visión parece estar soportada por estudios en países en vías de desarrollo, especialmente en aquellos con cambios rápidos. Esto hace que la relación entre modernización y democracia no sea uniforme, especialmente en países de desarrollo tardío, y según lo plantean Jie Chen y Chunlong Lu (2011), es aplicable al caso de China. Ello se explica en parte, como argumenta Alexander Gerschenkron (1962), porque en un país de desarrollo tardío el estado juega un papel más preponderante en el proceso de desarrollo socioeconómico para compensar las faltas de capital, emprendimiento y desarrollo tecnológico.

Por lo tanto, en países de desarrollo tardío no democráticos la clase media depende y apoya al estado, por lo cual sería renuente a aceptar la democratización para no entrar en conflicto con éste.

El concepto de modernización también ha sido utilizado para describir procesos democráticos. La modernización se entiende hoy en día desde un punto de vista más amplio que en el pasado, ya que ahora hace referencia no sólo al desarrollo económico sino también a los cambios culturales que éste pueda generar. Es así como la modernización representa un proceso colateral que tiende a afectar todos los aspectos de las sociedades en las que se encuentra, como la urbanización, el crecimiento económico, el aumento de la esperanza de vida y de la educación, además de permitir que las sociedades entiendan el rumbo al que sus economías probablemente se van a dirigir.

El crecimiento económico y la modernización dan pie para que exista un proceso en el que se transforme la vida tanto social como política y sus respectivas instituciones. También da pie para que se promueva la participación de las personas en la política, y se haga más factible la creación de nuevas instituciones democráticas. Es así como diferentes nociones culturales se transforman para acoplarse a las motivaciones que este desarrollo genera. Los valores de autenticidad, autonomía y libertad de expresión tienen un papel central y terminan por crear un sentimiento de emancipación del poder y la autoridad y un deseo de tener más participación en la toma de decisiones. A su vez, permiten que los integrantes de las sociedades prioricen la libertad, la pluralidad, la equidad y la aceptación de las minorías como bases fundamentales de una sociedad industrializada en el camino de la democratización.

Según Inglehart y Welzel (2009), si este proceso de democratización continúa siendo acompañado por un desarrollo económico sostenido, entonces está destinado a sobrevivir. Aunque muchas de las democracias actuales son defectuosas, a largo plazo la modernización trae consigo la democracia.

Aun así, es fundamental entender que el desarrollo económico sólo introduce cambios políticos cuando logra que las creencias y motivaciones de las personas cambien, por ejemplo, introduciendo los valores previamente mencionados e impulsando la fuerza de la clase media. Esto se logra acompañando el desarrollo con una producción para mercados mundiales, una inversión orientada hacia el capital humano y una producción de tecnologías avanzadas (Inglehart y Welzel, 2009). De esta manera, la clase media se va transformando en una más educada, que a la larga produce mayores retribuciones para el país y permite que los integrantes de la sociedad progresen y sientan el deseo de ser oídos.

Todas estas relaciones son verdaderas y han sido estudiadas. De hecho, en un estudio de más de 100 países entre 1960 y 1995 se encontró que existe una relación clara entre la calidad de vida y la democracia, que van creciendo a medida que el PIB per cápita, el ingreso de la clase media, y la educación aumentan (Barro, 1999).

## La Clase Media China

Una de las dificultades que existe para establecer la relación entre el crecimiento de la clase media y la transición hacia la democratización es precisamente definir la clase media, lo cual podría hacerse de varias maneras: la primera, basada en el ingreso económico en determinado rango; la segunda, incluye personas con determinada ocupación o profesión; y la tercera, incluye individuos con autopercepción de pertenecer a esa clase social (Tang, 2011). Dependiendo de los criterios que se utilicen (podría emplearse uno o una combinación de estos), el número de personas que van a ser clasificadas como pertenecientes a la clase media va a variar, modificando los resultados de las investigaciones relacionadas con este tema.

El Banco de Desarrollo Asiático define la clase media como aquellos miembros de la población que tienen un ingreso de entre \$2 y \$20 USD diarios (Yuan, Wan, & Khor, 2011), un rango muy amplio. Un reporte publicado en China calculó el número de personas pertenecientes a esta clase en 110 millones, representando alrededor del 15% de la población trabajadora, evidenciando que no existe un mismo criterio sobre el cual se basan estos cálculos (The Economist, 2002).

En 1991, alrededor del 40% de los hogares en China se encontraban en estado de pobreza, lo que resulta impactante ya que, para el año 2007, la mayoría de estos hogares se consideraban como pertenecientes a la clase media (Yuan, Wan y Khor, 2011). Estas cifras dejan en evidencia la notoria transformación social de China en los últimos años, la cual se ha debido principalmente al crecimiento de esta clase social.

Según un estudio realizado por McKinsey (2013), en 2002 el 40% de la relativamente pequeña clase media en China vivía en cuatro ciudades principales: Beijing, Shanghái, Guangzhou y Shenzhen. Para el año 2022, se calcula que el porcentaje viviendo en esas ciudades caerá aproximadamente al 16%. Estas cifras no se estarán reduciendo, por el contrario, las tasas de crecimiento de la clase media van a ser mucho mayores en ciudades más pequeñas hacia el norte y occidente del país. Para este mismo año se cree además que, más del 75% de los consumidores urbanos en China ganarán entre \$9,000 y \$34,000 USD al año, lo que causará que una sociedad con una visión más global ejerza una fuerte influencia sobre el mercado del país.

### **Actitud hacia la Democratización**

Debido a la censura existente en China respecto a la percepción de los ciudadanos sobre su situación, la realización de estudios empíricos que evalúen la relación que se discute va a ser difícil y expuesta a sesgos. Sin embargo, en los últimos años algunos estudios llevados a cabo de una manera más general como el del *Asian Barometer* (2004), permiten delimitar mejor el tamaño y las características de la clase media de los países, en este caso en particular, el de China. Según este estudio, un individuo de la clase media debe cumplir con tres requisitos: “una clase de persona que practica nuevas profesiones, posee una mentalidad que rompe con una sociedad tradicional, y lleva una vida decente soportada por un ingreso relativamente mayor” (Tang, 2011). Esta dificultad para definir a la clase media y su actitud hacia la democratización puede verse en un estudio realizado por Tang, Woods y Zhao en 2009, en el cual, encontraron que existe una orientación pro-democrática mayor que la de la clase baja cuando aquel grupo es definido con base en la autopercepción y la ocupación, y no de acuerdo al nivel de ingresos.

Estudios empíricos que buscan evaluar la actitud de la clase media china hacia la democratización, permiten observar que a pesar de que existe una orientación democrática de éstos, aun no se ha visto reflejado en su accionar político. Se plantea que ello puede deberse en parte al entorno político, el cual, a pesar de que el estado ya no ejerce un control tan absoluto sobre el pensamiento de los individuos, especialmente de las nuevas generaciones, éstos aún sienten que la situación actual es adecuada para sus intereses particulares, y que una alteración de la estructura política llevaría a inestabilidad y pondría en riesgo su bienestar actual. Según plantea Jonathan Unger (2006), la clase media china es elitista y no desea que la mayoría campesina juegue un papel en las decisiones de gobierno. Aunque existe una tendencia pro-democrática, esperan que ésta sea tardía y no haya un apoyo notorio al multipartidismo. Este autor expresa que el crecimiento de la clase media china soporta el estado político actual y más que un promotor de la democratización es un escollo para la misma.



Además del estudio mencionado anteriormente, Jie Chen y Chunlong Lu (2011) investigaron la actitud de la clase media hacia la democratización por medio de un cuestionario realizado en tres ciudades, Beijing, Ghengdu y Xi'an durante 2006 y 2007. Este cuestionario incluía la opinión sobre normas democráticas, a saber: la conciencia de los derechos; la valoración de la libertad política y la participación popular; y la elección popular competitiva de líderes políticos. De acuerdo a esta evaluación encuentran que, la clase media china cuida los derechos individuales relacionados con sus intereses personales y no están deseosos de reclamar sus derechos políticos si existe la posibilidad de que ello perturbe el orden social. Según este análisis multivariable, independientemente de factores sociodemográficos clave, la actitud de la clase media hacia la democratización dependerá de su relación con el estado y dependencia del mismo (soporte al estado y dependencia de empleo), además de su satisfacción con el estatus social y económico.

## Conclusiones

El notorio y rápido desarrollo económico de China y su correspondiente aumento en la clase media, no se han correlacionado hasta ahora con una evidente tendencia hacia la democratización, a pesar de que la estructura política y la interacción entre el estado y la sociedad se han visto alteradas.

Al tener el sistema político rasgos autoritarios todavía marcados y con una clase media que aún tiene una dependencia importante del estado, con un solo partido político dominante, los integrantes de esta clase han sido renuentes a expresar tendencias democráticas por temor a producir cambios en el bienestar y el equilibrio socio-económico. La experiencia en otros países sugiere que este proceso inevitablemente se va a dar pero que podría ser más tardío.

>>>

## Referencias

- Barro, R. J. (1999). Determinants of Democracy. *Journal of Political Economy*, 107 (S6), 158-183.
- Barton, D., Chen, Y., y Jin, A. (2013). *Mapping China's middle class*. McKinsey. McKinsey & Company.
- Chen, A. (2003). Rising-Class Politics and its Impact on China's Path to Democracy. *Democratization*, 10 (2), 141-162.
- Chen, J., y Lu, C. (2011). Democratization and the Middle Class in China: The Middle Class's Attitudes toward Democracy. *Political Research Quarterly*, 64 (3), 705-719.
- Gerschenkron, A. (1962). *Economic Backwardness in Historical Perspective: A Book of Essays*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Hattori, T., y Funatsu, T. (2003). THE EMERGENCE OF THE ASIAN MIDDLE CLASSES AND THEIR CHARACTERISTICS Authors. *Developing Economies*, 41 (2), 140-160.
- Inglehart, R., y Welzel, C. (2009). How Development Leads to Democracy: What We Know About Modernization. *Foreign Affairs*, 88 (2), 33-48.
- Li, H. (2006). Emergence of the Chinese Middle Class and Its Implications. *Asian Affairs: An American Review*, 33 (2), 67-83.
- Tang, M. (2011). The Political Behavior of the Chinese Middle Class. *Journal of Chinese Political Science*, 16 (373), 1-16.
- Tang, M., Woods, D., y Zhao, J. (2008). The Attitudes of the Chinese Middle Class Towards Democracy. *Journal of Chinese Political Science*, 14, 81-95.
- The Economist. (January de 2002). China's Middle Class: To Get Rich Is Glorious. *The Economist*, 57-8.
- Unger, J. (April de 2006). China's Conservative Middle Class. *Far Eastern Economic Review*, 27-31.
- Yuan, Z., Wan, G., & Khor, N. (2011). *The Rise of the Middle Class in the People's Republic of China*. Asian Development Bank. Manila: Asian Development Bank.



Shutterstock.com

# ANÁLISIS DE UNA CULTURA REFLEJADA EN EL DISEÑO

## NAOTO FUKASAWA Y KENYA HARA

doi: 10.17230/map.v6.i11.06



**Estefania Suarez Arango**  
[esuarez8@eafit.edu.co](mailto:esuarez8@eafit.edu.co)  
Universidad EAFIT

**Sonia Stefany Valencia de la Portilla**  
[svalen38@eafit.edu.co](mailto:svalen38@eafit.edu.co)  
Universidad EAFIT

### Abstract

The relationship between culture, innovation and design is reciprocal. They change and transform between themselves. This is evident in both the great inventions, machines and technological artifacts, as in other more standard and common design goods such as furniture. The product itself is defined by a culture and will be used by users of either the same culture or another. Therefore, the design of products, regardless of the type of artifact, has an impact on culture because it is a mechanism for its transmission.

## Keywords

Design, Japan, Culture, Products, Naoto Fukasawa, Kenya Hara.

## Resumen

La relación entre la cultura, la innovación y el diseño es recíproca. Van cambiando y se van transformando entre ellos. Esto se evidencia tanto en las grandes invenciones, máquinas y artefactos tecnológicos, como en otros bienes de diseño más estándares y comunes tales como mobiliario. El producto mismo, viene definido por una cultura y será empleado por usuarios bien sea de la misma o de otra cultura. Por ello, el diseño de productos, sin importar el tipo de artefacto, genera un impacto en la cultura ya que es un mecanismo transmisor de ésta.

## Palabras Clave

Diseño, Japón, Cultura, Productos, Naoto Fukasawa, Kenya Hara.

## Introducción

A partir del análisis cualitativo de siete productos ejemplares de los prestigiosos diseñadores japoneses Naoto Fukasawa y Kenya Hara, diseñadores contemporáneos con características y rasgos comunes que permiten formular comparaciones, se evidencia que el diseño de productos viene influenciado por la cultura de su respectivo diseñador y que, al tratarse de productos de impacto global, estos terminan siendo una fuente de transmisión de cultura, es decir, que la influencia cultural es bidireccional, la cultura influencia al diseño y el diseño puede llegar a marcar la cultura en la cual se comercializa.

Cultura y diseño son dos conceptos relacionados estrechamente entre sí. Algunos intuyen la relación y el impacto que la cultura puede tener en las personas, en los diseñadores y, por ende, en los productos. Lo que pocos perciben es que precisamente por la influencia y marca en los productos, trazada por la cultura del diseñador, estos elementos se convierten en un instrumento de transmisión cultural. La relación cultura-diseño es recíproca. Y este impacto se ve más enfático en aquellos productos que consiguen generar un sentimiento e interacción usuario-producto más allá de satisfacer una necesidad. Por ello no solo los grandes inventos y máquinas son aquellos que generan impacto sociocultural, sino también bienes inmuebles entre otros objetos de diseño.

Algunos se preguntarán también ¿qué hay en el trasfondo de algunos de los productos de impacto global? ¿qué los hace tan llamativos? ¿cómo se originaron? ¿qué generan? Para ello es necesario realizar un análisis de cada producto, contrastarlo con leyes estandarizadas de diseño, como lo es la Gestalt, al igual que analizarlo tomando en cuenta el diseñador, su cultura, creencias, motivaciones etc. Entonces se puede evidenciar más claramente la influencia cultural y detalles del diseño que a menudo pasan desapercibidos.

En este documento se analizan cuatro productos de Naoto Fukasawa (Cloud, Shelf x, Papilio shell, Reprodutor) y tres productos de Kenya Hara (Tatamiza chair, Ranku ranku phone, Kenzo power), diseñadores contemporáneos con características y rasgos comunes que permiten formular comparaciones. Se evidencia claramente una aplicación de conceptos de la estética del diseño, tanto de la cultura propia japonesa (5 conceptos japoneses: *iki*, *ma*, *mono no aware*, *wabi sabi*, *kanketsu kanketsu*) como otros conceptos más globales (como la *Gute form* alemana). Esto puede explicarse por la historia japonesa y la influencia de la cultura occidental, lo que a su vez evidencia en parte el motivo por el cual el diseño de ambos diseñadores, en

particular el de Fukasawa, es tan versátil y adaptable a tantas culturas. Así cada cultura se enriquece con la otra. El mismo producto es un medio de expresión y de comunicación de aquello que mueve y define al diseñador. Los consumidores a través del producto, pueden llegar a conocer y comprender aspectos de la cultura del diseñador, pues el producto puede llegar a marcar la cultura en la cual se comercializa.

### Teorías del diseño

En cuanto a la estética en el diseño, existen una serie de teorías que tratan de universalizar las nociones mentales de belleza que se tiene individualmente. Una de las teorías más comunes es aquella seguida por la estética en el diseño de productos (Arango, Valencia y Morales, 2011). Esta teoría sigue una serie de propiedades del diseño que abarcan diversos ámbitos, tanto la composición del objeto mismo, como la relación con su contexto. Dichas propiedades son:

1. Propiedad organizacional: compuesta por los principios de unidad, simetría, balance, proporción.
2. GESTALT: nacida a mediados del siglo XX en Alemania, abarca una serie de principios que definen el carácter del objeto a diseñar: cierre, figura y fondo, proximidad, semejanza, continuidad y pertinencia.
3. Propiedad de la significación.
4. Propiedad estética universal.
5. Propiedad cultural e individual.

Otro de los principios de diseño aplicados alrededor del mundo, y en especial en países como Japón, son los principios de *Gute Form* (término alemán que significa buena forma). Estos defienden la atemporalidad y funcionalidad de los productos, lo cual se logra siguiendo una serie de reglas y parámetros, tales como la innovación, la utilidad y la estética, que sean productos comprensibles y que sea un diseño en su mínima expresión “menos es más” (Esperón, 2014).

### El Diseño como cultura

En nuestro día a día visualizamos e interactuamos con todo tipo de cosas, entre ellas los productos, independientemente de si son genéricos o de un diseñador reconocido, y pocas veces solemos percatarnos del trasfondo que tienen y lo que pueden originar en nuestro entorno. Más allá de su valor económico, el diseño tiene un valor sociocultural. Este es un mecanismo que ha sido empleado desde tiempos remotos para la solución de problemas. En la actualidad, además de su utilidad y valor agregado, el diseño cuenta con un aspecto de simbolismo y significación cultural e interpersonal, generando conexiones usuario-producto.

El diseño y la cultura se encuentran en una constante intercomunicación con el medio que los sustenta, por medio de los creadores que dinamizan su transformación. El diseño genera una forma de masificación de productos que se convierten en tendencia y, que a medida que un producto es comprado y utilizado por la mayoría de las personas, eleva la presión para que quienes aún no lo poseen, lo compren, convirtiéndolo en un artículo de interacción cotidiano. De esta manera, cada persona influye para que estos objetos cuenten con una identidad propia en el lugar donde se masifican. Es posible decir que mientras la cultura de un lugar evoluciona, equivalentemente lo hará el diseño y así, recíprocamente. Por lo tanto, cuando un diseñador saca nuevas colecciones de sus productos con el fin de convertirlos en tendencias, está ejerciendo una función de generación de cultura (Gómez, 2007).

## Japón en el diseño

Japón es un país caracterizado por la variedad de culturas a través de los siglos. Las guerras, invasiones y diversas revoluciones propiciaron una serie de cambios en dicha sociedad, convirtiéndola en lo que es hoy en día: una potente economía cuya principal fortaleza es la industria tecnológica, y una nación cuya cultura ha marcado una tendencia de diseño. Si bien la industrialización llegó alrededor del siglo XIX con la Revolución *Meiji*, fue hasta finales de la segunda guerra mundial, por necesidad de una recuperación económica, que inició propiamente la producción industrial en el país. En primera instancia, el país inició con mano de obra más barata, y más adelante continuó innovando tecnológicamente y mejorando los productos.

Un producto ejemplar japonés de la época fue el radio de bolsillo modelo TR 610 Sony 1958, cuyo éxito alentó a otras empresas a unirse a la industria tecnológica. Para ese entonces, los diseñadores europeos, entre ellos los alemanes, fueron a trabajar a Japón, llevando principios de diseño como la *Gute Form*, que fueron integrados a los conceptos japoneses y se han empleado en Japón hasta la actualidad. Hacia los años 90, los productos japoneses eran reconocidos por su tecnología y por su tradición, asociada con artesanías y aplicada al ámbito cultural y cotidiano (estética cultural). Los productos presentaban ciertas características comunes que permearon la cultura japonesa; eran elegantes y sobrios, dando así origen al concepto de minimalismo.

## Conceptos del diseño japonés

La estética cultural japonesa está definida por diversos aspectos y principios y es aplicada en diversos ámbitos, como lo son el diseño, ceremonias y expresiones culturales, entre otros. Siguiendo a Esperón (2014) y Lobos (2014) se destacan cinco principios del diseño japonés:

1. *Kanketsu Kanketsu*: simplicidad de un producto.
2. *Iki*: elegancia y sobriedad del producto. Proviene del término empleado por los Samuráis para referirse a algo digno de honor. Las Geishas japonesas son un ejemplo de *iki* (se consideran *iki* culturalmente).
3. *Mono no aware*: es un término que involucra la empatía y la sensibilidad humana hacia el producto.
4. *Ma*: el vacío. Este principio está relacionado con el concepto del diseño en su mínima expresión de la *Gute Form* (menos es más), “es el aire que da su propio espacio y peso a las cosas” (Esperón, 2014). Este concepto es también aplicado en la vida cotidiana japonesa.
5. *Wabi-sabi*: es el concepto que defiende la perfección dentro la imperfección, el desgaste natural de los objetos. Es la belleza natural, lo “rústico”, la asimetría, la cotidianidad, etc. Se relaciona también con la artesanía japonesa; con la desolación y la pobreza (el ideal Zen, la autosuficiencia, encontrar paz y tranquilidad en lo sencillo) (González y Coronado, 2010). De este concepto emana la inspiración por la naturaleza y la tradición.

Como se evidencia a continuación, estos conceptos están inmersos y han influido a lo largo de la historia el concepto de la estética japonesa:

El refinamiento sutil, que no se ostenta, ni se dice ni se muestra, sino que se insinúa (*miyabi*); la capacidad de sentir y de conmoverse (*mono no aware*); la importancia de la fugacidad, de lo efímero (*mujōkan*); la oscuridad de la belleza, el misterio de una belleza que no se puede descubrir (*yūgen*); la belleza de las cosas mundanas (*wabi sabi*); la sensualidad elegante y sobria (*iki*), la sencillez refinada (*shibui*); la apreciación por la creación y la formación (*geidō*); la belleza del movimiento y del tiempo (*johakyū*) (Sakura, 2017).

## Diseñadores japoneses: Fukasawa y Hara

Naoto Fukasawa es uno de los diseñadores más reconocidos en la modernidad. Nació en 1956 en Yamanashi, Japón. Trabajó en firmas como IDEO, Muji y Glas Italia. Luego, formó su propia firma: Naoto Fukasawa Design. Es un diseñador que sigue la corriente minimalista y se destaca por su innovación, por el materializar valores y enfocarse en la interacción humana. Su fuente de inspiración nace mediante las observaciones de la interacción usuario-producto, los valores humanos, el comportamiento y el subconsciente.

El enfoque de Fukasawa para el diseño es muy original y sus lemas “without thought” e “design dissolving in behavior” son apreciados en todo el mundo. Fukasawa piensa que la sencillez del diseño es una manera para obtener la integridad y la relación armoniosa entre los usuarios, los objetos y el ambiente, verdadero objetivo del diseño. Este tipo de pensamiento se describe también con el término *outline*, que significa la definición de los límites de las relaciones entre los objetos, las personas y el ambiente. (Esperón, 2014).

Kenya Hara, es un director artístico y diseñador japonés. Nació en Tokio en 1958. Entre sus trabajos más conocidos, se destaca la dirección artística de la cadena de tiendas Muji y el diseño de los programas de las ceremonias de apertura y clausura de los Juegos Olímpicos de Nagano en 1998, donde fusionó las tradiciones japonesas con el diseño gráfico contemporáneo. Hoy en día, Hara dirige su propia agencia llamada Hara Design Institute y trabaja como profesor en la Universidad de arte de Musashino (Hoonkyo, 2012).

## Productos destacados a analizar de los diseñadores

A continuación, se analizan siete diseños de los diseñadores japoneses Naoto Fukasawa y Kenya Hara, desde las teorías y principios más populares del diseño japonés, tomando los conceptos de la propiedad organizacional (unidad, simetría, balance y proporción), en contraste con las normas de la Gestalt empleada para la estética de productos industriales (figura y fondo, proximidad, semejanza, continuidad y pertinencia). Lo anterior con el fin de demostrar la influencia de la cultura en el diseño.

## Análisis de los Productos

### PRODUCTOS DE NAOTO FUKASAWA

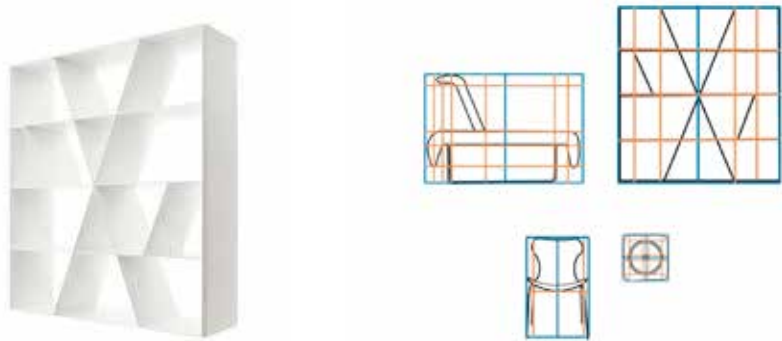
Imagen 1. Cloud



(Fukasawa, 2006).

En el diseño de Cloud destaca el balance como componente individual; la variedad entre sus componentes; la proporción asimétrica y la continuidad en sus productos derivados. Es posible observar que la distribución de los elementos no es netamente simétrica. Es un producto simple, elegante y sobrio, modulable y versátil. Resalta el concepto del *kanketsu Kanketsu*, el *Iki* y el *Ma*.

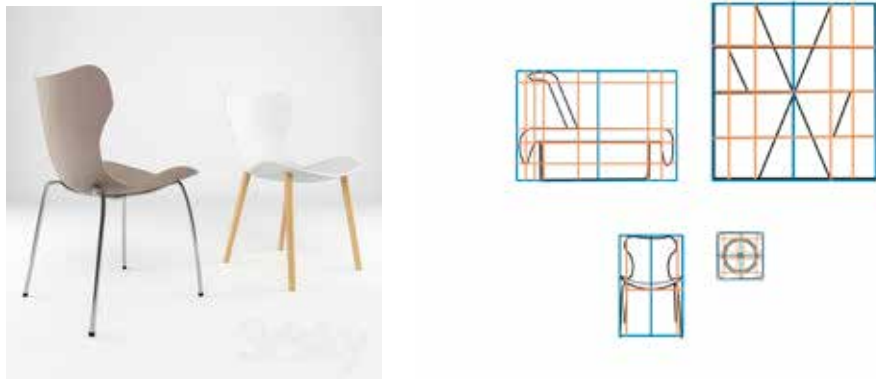
### Imagen 2. Shelf X



(Fukasawa, 2005).

En el producto Shelf X sobresale la unidad y el balance entre las estanterías; no es un producto simétrico a simple vista, aunque se percibe también balanceado y equilibrado. Igualmente, se destaca la variedad en el conjunto y el cierre. Los elementos se encuentran totalmente alineados entre sí mediante diagonales que pasan por el punto central. Resalta su simplicidad y en especial los espacios vacíos, el concepto de *Kanketsu Kanketsu* y el *Ma* (el vacío).

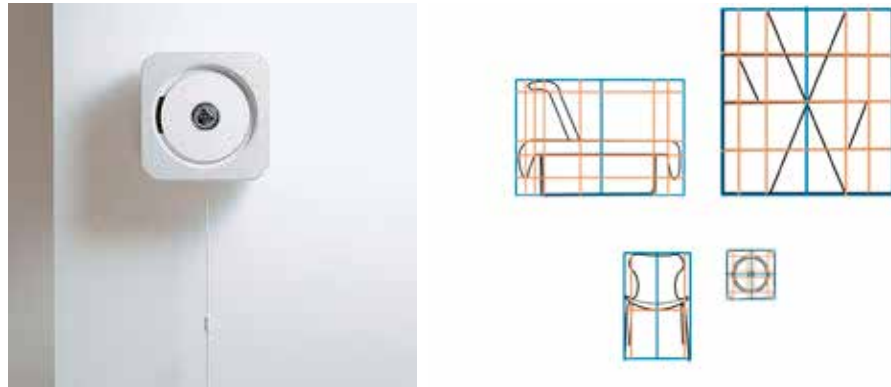
### Imagen 3. Papilio Shell



(Fukasawa, s.f.).

Papilio Shell destaca el balance y la continuidad. En cuanto a la figura y el fondo, se evidencia una silueta clara, haciendo una analogía a un vestido femenino. Resalta su elegancia en su simplicidad, es decir el concepto del *Iki*, seguido por el *kanketsu Kanketsu*.

Imagen 4. Reproductor



(Fukasawa, 2003).

Este reproductor destaca el cierre, la unidad, el balance y la proporción (máximo efecto mínimo significado con una solución sencilla y efectiva). Los elementos se encuentran perfectamente alineados radialmente. Es un producto cuya simpleza salta a la vista, una clara representación del *Má* (menos es más) y el *ketsu Kanketsu*.

Tabla 1. Propiedad de la significación en los productos de Naoto Fukasawa

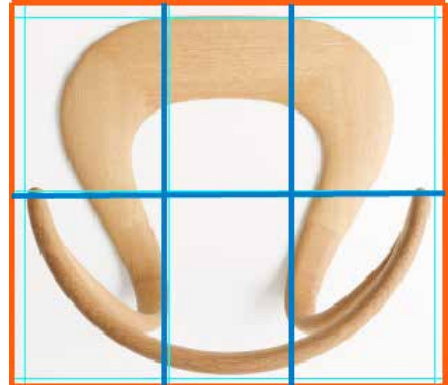
|               | Prototipicalidad  | Tipicidad   | Novedad/originalidad  |
|---------------|---|---|---|
| Cloud         | El producto se acerca al modelo prototípico de un sofá (idea mental).                     | El producto no se destaca como típico (subjetivo).  | Es un producto novedoso.  |
| Shelf X       | El producto se acerca medianamente al modelo prototípico de una estantería (idea mental). | El producto no se destaca como típico (subjetivo).  | Es un producto novedoso (en cuanto a la disposición de las estanterías).  |
| Papilio shell | El producto no se acerca al modelo prototípico de una silla (idea mental).                | El producto no se destaca como típico (subjetivo). Al analizar los accidentes formales del producto a modo de vectores, se evidencia una analogía con un vestido femenino | Es un producto original en cuanto a su forma (espaldar característico del diseño) y novedoso en cuanto a su color (variedad). |
| Reproductor   | El producto no se acerca al modelo prototípico de un reproductor (idea mental).           | El producto no se destaca como típico (subjetivo).  | Es un producto altamente novedoso (no se espera su simplicidad) e innovador (dado su inusual método de accionamiento).        |

Fuente: Elaboración propia.



## PRODUCTOS DE KENYA HARA

Imagen 5. Tatamiza chair



(Kenya, 2008).

En el Tatamiza chair resalta el balance como componente individual; la variedad entre sus componentes; la proporción y el balance asimétricos; y la continuidad en sus productos derivados. La distribución de los elementos no es netamente simétrica. Es un producto sencillo en el cual sobresale el vacío; el concepto del *Ma*, (similar a shelf X de Fukasawa). Igualmente, se observa su geometría orgánica y su color madera natural, lo que denota el concepto de *Wabi-sabi* (lo natural).

Imagen 6 Ranku Ranku Phone



(Kenya, s.f.).

En el Ranku ranku phone resaltan la unidad y el balance. Es un producto simétrico en conjunto y se percibe también balanceado y equilibrado, aunque cada accidente formal tiene una proporción particular. De igual modo, se destaca el cierre. Los elementos se encuentran alineados a un eje horizontal ubicado en el centro del dispositivo. El producto denota simplicidad y elegancia, reflejando el concepto de *Kanketsu Kanketsu* (semejante al Reproductor de Fukasawa).

Imagen 7. Kenzo power



(Kenya, 2008).

Kenzo Power es un producto con simetría axial en el que se destaca el balance, la continuidad y el cierre. En cuanto a la figura y el fondo, se evidencia una silueta clara de una botella. Es producto tiene una figura simple y una silueta muy marcada, por lo cual destacan conceptos japoneses como el *Iki* y el *Ma*.

Tabla 2. Propiedad de la significación en los productos en los productos de Kenya Hara

|                   | Prototipicalidad  | Tipicidad  | Novedad/originalidad  |
|-------------------|---|--|---|
| Tatamiza chair    | El producto no se acerca al modelo prototípico de una silla común (idea mental).      | El producto no se destaca como típico (subjetivo). | Es un producto novedoso.  |
| Ranku Ranku Phone | El producto se acerca medianamente al modelo prototípico de un celular (idea mental). | El producto se destaca como típico (subjetivo).    | Es un producto novedoso (debido a algunos de sus elementos y su simplicidad). |
| Kenzo Power       | El producto se acerca al modelo prototípico de una botella (idea mental).             | El producto no se destaca como típico (subjetivo). | Es un producto novedoso en cuanto a su simplicidad.                           |

Fuente: elaboración propia.

## Conclusiones

Estos diseños se consideran productos congruentes ya que son adaptados o diseñados a partir de la personalidad de cada autor, en este caso sus productos se ven influenciados por su cultura. Adicionalmente, se integran conceptos de belleza estética, tanto orientales (asimetría) como occidentales (simetría), lo cual explicaría el éxito de los productos a nivel global, al integrar varias tendencias de diseño. También es importante destacar que los productos son simples y visualmente balanceados, no muestran simetría a simple vista. En general, algunos productos presentan un balance asimétrico, otros un balance simétrico, y otros una combinación entre ambos. Por ejemplo, en el sillón Cloud, la vista frontal presenta un balance simétrico, sin embargo, en su vista lateral, se evidencia un balance asimétrico. Esto nos lleva a resaltar de ambos diseñadores el balance, la simplicidad y la simetría hallada en sus productos, al igual que la asimetría en alguno de los detalles internos de éstos.

Por otro lado, se trata de productos novedosos, que presentan un mayor grado de prototipicidad a familiaridad, buscando evitar la sobreexposición y eludir el aburrimiento. Se destacan diseños menos prototípicos y familiares para un común global en el caso de Kenya Hara, cuyos diseños van más enfocados a la población japonesa, en contraste a los diseños de Naoto Fukasawa, más prototípicos y aptos para usuarios de diversas culturas. El productor refleja las tendencias estéticas occidentales, mientras su sencillez y simplicidad reflejan el *Kanketsu Kanketsu*, uno de los cinco principios más destacados del diseño japonés.

La contemporaneidad entre los dos diseñadores es clave para analizar el impacto de la cultura en los productos. En los productos seleccionados de ambos diseñadores se evidencia una influencia de los principios de la cultura japonesa en una mayor o menor proporción según la intencionalidad y el usuario al cual va enfocado cada producto. De igual modo resaltan aspectos de la cultura del diseño occidental como lo son los parámetros de diseño y normas de la *Gute form* alemana. La combinación de ambas tendencias logra en los productos un mayor alcance e impacto cultural, ya que causa productos familiares para una gran población de usuarios, pero de igual modo, lo suficientemente novedosos como para captar su atención.

&gt;&gt;&gt;

## Referencias

- Arango, C. A., Valencia, S. M., y Morales, L. V. (2011). *La Estética en el Diseño de Productos*.
- Esperón, J. L. (27 de febrero de 2014). *Die Gute Form*. Recuperado de <http://historia-disenio-industrial.blogspot.com.co/2014/02/die-gute-form.html>
- Esperón, J. L. (11 de junio de 2014). *Diseño Japonés*. Recuperado de <http://historia-disenio-industrial.blogspot.com.co/2014/06/disenio-japones.html>
- Fukasawa, N. (2006). *Cloud*. [Fotografía]. Recuperado de Fuente: [https://hivemodern.com/public\\_resources/medium-cloud-bench-with-back-naoto-fukasawa-bb-italia-1.jpg](https://hivemodern.com/public_resources/medium-cloud-bench-with-back-naoto-fukasawa-bb-italia-1.jpg)
- Fukasawa, N. (s.f.). Naoto Fukasawa. Recuperado de [http://www.naotofukasawa.com/BIOGRAPHY/biography\\_home\\_e.html](http://www.naotofukasawa.com/BIOGRAPHY/biography_home_e.html)
- Fukasawa, N. (s.f.). *Papilio shell*. [Fotografía]. Recuperado de Fuente: [https://www.bebitalia.com/sites/default/files/styles/gallery\\_product/public/products/gallery/394--02-BEB\\_ITALIA-PAPILIO\\_SHELL\\_02.jpg?itok=AENtLk6hEI](https://www.bebitalia.com/sites/default/files/styles/gallery_product/public/products/gallery/394--02-BEB_ITALIA-PAPILIO_SHELL_02.jpg?itok=AENtLk6hEI)
- Fukasawa, N. (2003). *Reprodutor*. [Fotografía]. Recuperado de Fuente: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/32/c5/02/32c5024226ee1ecc750010a434b393d7.jpg>
- Fukasawa, N. (2005). *Shelf X*. [Fotografía]. Recuperado de Fuente: [https://www.bebitalia.com/sites/default/files/styles/gallery\\_product/public/products/gallery/394--02-BEB\\_ITALIA-PAPILIO\\_SHELL\\_02.jpg?itok=AENtLk6hEI](https://www.bebitalia.com/sites/default/files/styles/gallery_product/public/products/gallery/394--02-BEB_ITALIA-PAPILIO_SHELL_02.jpg?itok=AENtLk6hEI)
- Gómez, Y. N., Barrera. (14 de diciembre de 2007). *La cultura del diseño, estrategia para la generación de valor e innovación en la PyMe de área metropolitana del centro occidente, Colombia*. Recuperado de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1040.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/1040.pdf)
- Gonzalez, P. F., & Coronado, A. G. (26 de mayo de 2010). *Wabi Sabi* Recuperado de <http://pensamientojapones.tumblr.com/post/635476406/wabi-sabi>
- Hoonyo, A., Lee. (10 de junio de 2012). *Who is Kenya Hara?*. Recuperado de <https://www.quora.com/Who-is-Kenya-Hara>
- Kenya, H. (2008). *Kenzo Power*. [Fotografía]. Recuperado de <https://www.ndc.co.jp/hara/works/th115.jpg>
- Kenya, H. (s.f.). *Ranku Ranku Phone*. Recuperado de <https://www.ndc.co.jp/hara/works/th115.jpg>
- Kenya, H. (2008). *Tatamiza chair*. [Fotografía]. Recuperado de Fuente: <https://www.ndc.co.jp/hara/en/works/2014/08/tatamiza.html>
- Lobos, V. (13 de junio de 2014). *La trascendencia del diseño japonés Valeria Lobos*. Recuperado de <https://foroalfa.org/articulos/la-trascendencia-del-diseno-japones>
- Sakura. (13 de marzo de 2017). *Diccionario de cultura japonesa*. Recuperado de <https://japonismo.com/blog/sakura-diccionario-de-cultura-japones>

Semana  Asia



# Colombia EN ASIA PACÍFICO:

Acuerdos Comerciales con la región

AGOSTO 22 AL 26 DE 2017

Países invitados Corea del Sur y Japón

Entrada libre sin previa inscripción

# REPORTE SEMANA ASIA 2017

Las relaciones entre Colombia y las economías de Asia Pacífico se han vuelto más dinámicas en los últimos años, debido a un diálogo más estratégico entre sus líderes, la expansión del comercio, la inversión y la cooperación entre el país y esta región, y en general, debido a una mayor conciencia de las oportunidades comerciales. Para hacer eco de este sentido de renovado interés, el Centro de Estudios de Asia Pacífico de la Universidad EAFIT celebra cada año la Semana Asia. La Semana de Asia se organizó por primera vez en 2006 y desde entonces se ha consolidado como uno de los foros más importantes para dialogar sobre Colombia y sus relaciones con la región de

Asia Pacífico. Este año, la Semana Asia se celebró del 22 al 26 de agosto y logró reunir a más de 500 representantes de la academia, el sector empresarial y el gobierno de Colombia, Japón, Corea del Sur, Chile y Perú.

Entre los conferencistas, se contó con representantes gubernamentales de Japón y Corea, incluido S.E. Doosik Kim, Embajador de la República de Corea en Colombia; El Sr. Naoki Yokobayashi, Consejero de la Embajada de Japón en Colombia; La Sra. Kwak In Chong, Consejera Cultural de la Embajada de la República de Corea en Colombia; y el Sr. Bongsoon Jang, Director de KOICA en Colombia, entre otros. Participaron también representantes de instituciones colombianas como Procolombia, Invest Pacific, quienes fueron invitados a abordar temas relacionados con la inversión y la cooperación entre Asia y Colombia, en áreas como el desarrollo de infraestructura.

Los acuerdos comerciales con Asia Pacífico y sus impactos en la economía nacional fueron una de las áreas clave de interés durante el evento, Colombia y Corea celebran el primer aniversario de su TLC, el primero con una economía asiática para Colombia. Este país latinoamericano también está llevando a cabo negociaciones de Acuerdo de Asociación Económica con Japón, y como miembro de la Alianza del Pacífico, pronto lanzará negociaciones de TLC con los nuevos miembros asociados (Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur).

El evento también celebró una serie de paneles con representantes del sector empresarial: sector empresarial, donde se contó con la participación de Bimbo, Araújo Ibarra & Asociados S.A, Flores La Conejera-Grupo Agrodex, Electroporcelana Gamma, Aldor, Invest Pacific, Acerías de Colombia ACESCO, Yamaha y Renault Sofasa. Los temas tratados durante estos paneles incluyeron innovación, cadenas de valor mundiales, competitividad, elementos clave para que las empresas colombianas prosperen en los mercados de Asia Pacífico. Durante sus intervenciones, muchos de los invitados destacaron el potencial del sector agrícola colombiano para aprovechar las negociaciones de TLC con las economías asiáticas, la expansión de los flujos de IED y el papel que los socios asiáticos podrían desempeñar para financiar el desarrollo de infraestructura en el país.

Las reducciones arancelarias para las manufacturas, como los automóviles y los equipos eléctricos (línea blanca), fueron un problema importante durante las negociaciones comerciales con Corea del Sur y Japón, debido a sus posibles impactos en el empleo nacional. Durante el evento, un grupo de empresarios de estos sectores evaluaron sus resultados durante este primer año de acuerdo con Corea del Sur y le compartieron a los asistentes sus ideas sobre cómo superar los desafíos que han surgido para estos sectores. Estas empresas formaron la red nacional de ensamble y actualmente están trabajando juntas para compartir sus capacidades de I+D y otros costos operativos, lo que les ha permitido ser más competitivos y acceder a nuevos mercados internacionales.

### **Asia Week report 2017**

The relations between Colombia and Asia-Pacific economies have become more dynamic over the recent years, due to a more strategic dialogue among its leaders, the expansion of trade, investment and cooperation among the country and this region, and in general, due to an increase awareness of the business opportunities. To echo this sense of renewed interest, the Asia Pacific Studies Center at Universidad EAFIT (Colombia) celebrates every year the Asia Week. The Asia Week was organized for the first time back in 2006 and has since consolidated as one of the most important forums to dialogue about Colombia and its relations with the Asia-Pacific region. This year, The

Asia Week was celebrated from August 22<sup>nd</sup> to 26<sup>th</sup> and was able to bring together over 500 representatives from academia, business sector and government from Colombia, Japan, South Korea, Chile and Peru.

Among the speakers, there were several government representatives of Japan and Korea, including H.E. Doosik Kim, Ambassador of the Republic of Korea to Colombia; Mr. Naoki Yokobayashi, Economic Advisor to the Embassy of Japan in Colombia; Mrs. Kwak In Chong, Cultural Advisor of the Embassy of the Republic of Korea to Colombia; and Mr. Bongsoon Jang, Director of KOICA in Colombia, among others. Representatives of Colombian institutions such as Procolombia, Invest Pacific, were also invited to address issues related to investment and cooperation between Asia and Colombia, in areas such as infrastructure development.



Trade agreements with Asia-Pacific and their impacts to the national economy were one of key areas of interest during the event, the Colombia and Korea are celebrating the first anniversary of their FTA, the first one with an Asian economy for Colombia. This Latin American country is also conducting EPA negotiations with Japan, and as a member of the Pacific Alliance, will soon launch FTA negotiations with the new associated members (Australia, Canada, New Zealand and Singapore).

The event also held a number of panels with business sector representatives with the participation of Bimbo, Araújo Ibarra & Asociados S.A, Flores La Conejera-Agrodex, Electroporcelana Gamma, Aldor, Invest Pacific, Acerias de Colombia ACESCO, Yamaha and Renault Sofasa. Topics covered during these panels included innovation, global value chains, competitiveness, key elements for Colombian companies to thrive in the Asia-Pacific markets. During their interventions, many among the speakers highlighted the potential for the Colombian agricultural sector to take advantage of FTA negotiations with Asian economies, the expansion of FDI flows, and the role that Asian partners could play to finance infrastructure development in the country.

Tariff reductions to manufactures such as automobiles and electrical equipment, were a major issue during trade negotiations with South Korea and Japan, because of their potential impacts on national employment. During the event a group of companies from these sectors assessed their results during

this first year of agreement with South Korea and told the audience about their efforts to overcome the challenges. These companies formed a network and are currently working together to share their R&D and other operational costs, which has allowed them to become more competitive and access new international markets.

# RESEÑAS DE ANIMES

## HAI TO GENSOU NO GRIMGAR



Fuente: <https://co.pinterest.com/pin/336081190924096756/>

## FULLMETAL ALCHEMIST: BROTHERHOOD



Fuente: [http://fma.wikia.com/wiki/Fullmetal\\_Alchemist:\\_Brotherhood](http://fma.wikia.com/wiki/Fullmetal_Alchemist:_Brotherhood)



**Daniel Palacio Cañas**

Universidad de Medellín  
dapaca96@outlook.com

Uno de los mejores animes de lenguaje de programación RPG (*Report Program Generator* por sus siglas en inglés), basado en las novelas de Ao Jumonji e ilustradas por Eiri Shirai. Una adaptación a serie de anime producida por A-1 Pictures se emitió desde el 10 de enero hasta el 27 de marzo de 2016.

En el mundo de Grimar se desarrolla la historia de seis personajes: Haruhiro, Yume, Shihoru, Ranta, Moguzō y Manato, quienes deberán sobrevivir en lugares salvajes e inhóspitos cazando criaturas fantásticas para así cambiarlas por dinero en la ciudad. Un anime que, desde el primer momento, te pone en tensión y con el que muchas veces en distintos capítulos nos sentiremos identificados.

Un desarrollo aceptable de los personajes y una sobresaliente historia, hacen que el espectador se sumerja en una aventura corta pero fascinante, con un posible final abierto y muchas preguntas que quedarán en el aire a la espera de una segunda temporada. Con un arte excepcional tipo acuarela y una banda sonora impresionante, se tiene la oportunidad de disfrutar durante doce capítulos como se desenvuelve una magnífica y corta historia.

**Mayra Alejandra Florez Rojas**

Universidad EAFIT  
mflorez8@eafit.edu.co

Un anime japonés adaptado del manga llamado Fullmetal Alchemist, creado por Hiromu Arakawa. Se desarrolló entre el año 2009 hasta el 2010 y contó con 64 episodios. La trama se centra en dos hermanos llamados Alphonse y Edward Elric, quienes viven en un mundo donde se utiliza la alquimia como herramienta para manipular y alterar la materia; durante todo el anime ellos buscan la mítica piedra filosofal para romper las reglas de la alquimia y, de esta manera, usarla sin sufrir horribles consecuencias. Los hermanos Elric trabajan para el gobierno, el cual, usa esta ciencia como la principal arma para defenderse y/o atacar a los enemigos.

Realmente, este anime está muy bien estructurado, ofreciéndonos una apasionante historia llena de aventura, sufrimiento, compañerismo y sacrificio, excelentes personajes que nos atrapan fácilmente con sus propias historias dentro de la trama principal. Uno de los mejores aspectos de este anime es la alquimia, ya que posee reglas y limitaciones para su uso y esto ocasiona que los personajes se tengan que enfrentar a verdaderos retos. Definitivamente, vale la pena disfrutar esta increíble historia.



# FERIA DE CANTÓN

## Asia Pacific Fairs



**Guo Jijun**

Instituto Confucio Medellín

[gijunclare@foxmail.com](mailto:gijunclare@foxmail.com)



El 15 de octubre de 2017, se inauguró la 122ª Sesión de la Feria de Importación y Exportación de China en la provincia Cantón, conocida también como *La Feria de Cantón*. Tiene lugar cada año en Guangzhou (Capital de la provincia de Guangdong ó Cantón) con dos sesiones respectivamente en la primavera y el otoño. La Feria es organizada por el Ministerio de Comercio de la República Popular China, el Gobierno Popular de la provincia de Guangdong, y por el Centro de Comercio Exterior de China.

Se remonta al año 1957, cuando se realizó la primera feria conocida como *Feria de Exportación de Mercancía China*, desde entonces, se hizo el único medio del comercio exterior de China hasta la apertura y el desarrollo del comercio exterior de China en 1978. En este período la mayor fortaleza de la feria fue la exportación de productos producidos en China, aunque también se realizaron algunos acuerdos de importación. Se denominó *Feria de Importación y Exportación de China* desde 2007, que implicaba un cambio en la feria, el cual daría igual importancia a ambas transacciones (Ministry of Commerce People's Republic of China, 2017).

Además de lo mencionado anteriormente, también es común que se realicen diversos tipos de actividades empresariales tales como intercambios y/o cooperaciones económicas y tecnológicas, inspecciones de mercancía, junto con actividades relacionadas seguros, transporte, publicidad y consultoría empresarial. Es actualmente la feria comercial más grande en China ya que se caracteriza por su sólida experiencia, la más amplia variedad de mercancías en exposición, la mayor cantidad de participantes provenientes de casi todos países y regiones del mundo, y la mayor cantidad de negociaciones que finalizan en acuerdos exitosos. Como consecuencia, se cuenta entre las ferias más importantes a nivel internacional y uno de los símbolos del comercio y desarrollo de la China moderna.

Generalmente, se clasifican en cincuenta categorías los productos expuestos que vienen de múltiples corporaciones y empresas comerciales, tanto de China como de otros países. Esto incluye empresas privadas, fábricas, instituciones de investigación científica, empresas completamente extranjeras y compañías de comercio extranjero. Los productos se exponen siempre en tres períodos diferentes de acuerdo con su uso; y la fecha de exposición en cada sesión puede variar según el horario específico de organizadores. Por ejemplo, el plan para la 122ª Sesiones la siguiente (China Foreign Trade Centre, 2017):

## DETALLES DE LOS PABELLONES

### *1er Periodo: 15-19 de Octubre de 2017*

Productos electrónicos y electrodomésticos, productos metálicos ferrosos y no ferrosos y herramientas, maquinaria, vehículos y repuestos, materiales de construcción, iluminación, y productos químicos.

### *2º Periodo: 23-27 de Octubre de 2017*

Artículos de consumo diario, regalos, decoración.

### *3er Periodo: 31 de Octubre — 4 de Noviembre de 2017*

Textiles y ropas, calzado, maletas, bolsos y artículos para escritorio y ocio, medicinas y productos de asistencia sanitaria, comestibles.

## PABELLÓN INTERNACIONAL

### *1er Periodo: 15-19 de Octubre de 2017*

Productos electrónicos y electrodomésticos, materiales de construcción y objetos metálicos, maquinaria y equipos, materias primas para la industria.

### *3er Periodo: 31 de Octubre — 4 de Noviembre de 2017*

Comestibles y productos agrícolas, muebles, telas para exterior.

Desde 2003, la Feria de Cantón se celebra en el mayor centro moderno de exposición en Asia — el Complejo de la Feria de Importación y Exportación de China, también conocido como *el Pabellón Pazhou*, debido a que está situado en la Isla de Pazhou de Guangzhou. Es un establecimiento que combina el concepto de la naturaleza y la ecología, con alta tecnología, como una perla resplandeciente que brilla en el mundo. La superficie total de construcción del Complejo es de 1,1 millones de metros cuadrados, la superficie total de exposición en el interior, 338.000 metros cuadrados, y la superficie de exposición al aire libre son 43.600 metros cuadrados. Se divide en tres zonas, la superficie de exposición en el interior ocupa 130.000 metros cuadrados y la de exposición al aire libre cubre 30.000 metros cuadrados en la Zona A; la superficie de exposición en el interior ocupa 128.000 metros cuadrados y la de exposición al aire libre es de 13.600 metros cuadrados en la Zona B; la superficie de exposición en el interior ocupa 80.000 metros cuadrados en la Zona C.

Después de 60 años de reforma y desarrollo innovador, la Feria de Cantón se ha enfrentado a varios desafíos, pero nunca ha sido interrumpida. Ha recibido comentarios sobre su contribución para mejorar la conexión comercial entre China y el mundo, destacando la imagen de China y los logros de su desarrollo. Es la mejor plataforma para que las empresas chinas exploren el mercado internacional y una base ejemplar para implementar las estrategias de China para el crecimiento del comercio exterior. Se considera como la primera y principal plataforma para promover el comercio exterior de China y como un barómetro del sector del comercio exterior.

En los últimos años, la Feria de Cantón se ha comprometido a impulsar la transformación y modernización del comercio exterior de China y se ha centrado en la especialización, la orientación al mercado, la aplicación de la información y la perspectiva global. También avanza en el modelo inteligente basado en la web y el desarrollo verde. La Feria de Cantón está pasando de una plataforma única para la exportación, a una plataforma completa que incluye redes de negocios, exhibición y negociación, comunicación industrial, liberación de información y promoción de productos, para un progreso cada vez mayor.



郭纪君

[gijunclare@foxmail.com](mailto:gijunclare@foxmail.com)

## 中国进出口商品交易会

北京时间2017年10月15日，第122届中国进出口商品交易会在中国广州国际会展中心开幕。自今年起，全球经济状况有所好转，通货紧缩状况得到缓解，随着市场信心的改善，全球贸易前景比较乐观。在此背景下，本届交易会也备受关注。

中国进出口商品交易会，又称广交会，1957年创办于广东省会广州市，每年春秋两季分别举办两届，由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办。广交会是中国目前历史最长、规模最大、商品种类最全、到会采购商最多且分布国别地区最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会，因而有“中国第一展”的美称，同时也被当作中国对外贸易的“风向标”。

第一届广交会于1957年4月举办，当时其正式名称为“中国出口商品交易会”，主要进行中国产品的出口贸易。在改革开放前，广交会是中国对外贸易的唯一窗口。从2007年第101届起，广交会增设进口展区并正式更名为“中国进出口商品交易会”这也意味着广交会正从早期的“出口大货仓”转变为国际性双向贸易平台。

每年的交易会都由数十个交易团组成，有数千家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资、独资企业、私营企业参展。中国进出口商品交易会贸易方式灵活多样，除传统的看样成交外，还举办网上交易会。广交会以出口贸易为主，也做进口生意，还可以开展多种形式的经济技术合作与交流，以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。来自世界各地的客商云集广州，互通商情，增进友谊。广交会的参展商品种类多达50余种，在每一届展会中大体被分为三期进行展出。以第122届秋交会安排为例：

- 第一期：2017年10月15日-19日
- 电子及家电类、照明类、车辆及配件类、机械类、五金工具类、建材类、化工产品类、能源类、进口展区
- 第二期：2017年10月23日-27日
- 日用消费品类、礼品类、家居装饰品类

- 第三期：2017年10月31日-11月4日
- 纺织服装类、鞋类、办公、箱包及休闲用品类、医药及医疗保健类、食品类、进口展区

中国进出口商品交易会的举办地点——广州国际会展中心是目前亚洲最大的会展中心。展馆总建筑面积110万平方米，室内展厅总面积33.8万平方米，室外展场面积4.36万平方米。展馆现已成为广州城市的一张名片，被认为是能满足大型国际级商品交易会、大型贸易展览等需要的多功能、综合性、高标准的国际展览中心。

广交会历经61年改革创新，经受各种严峻考验从未中断，加强了中国与世界的贸易往来，展示了中国形象和发展成就，是中国企业开拓国际市场的优质平台，是贯彻实施我国外贸发展战略的引导示范基地，是中国对外开放的窗口、缩影和标志。当前，广交会以创新、协调、绿色、开放、共享发展理念为统领，积极创新体制机制和商务模式，持续提升国际化、专业化、市场化、信息化水平，建设“智慧广交会”和“绿色广交会”。



## Referencias

- China Foreign Trade Centre. (2017). *Exhibit Categories Sections – Canton Fair*. Obtenido de <http://www.cantonfair.org.cn/html/cantonfair/en/common/2012-09/8469.shtml>
- China Foreign Trade Centre. (2017). *Phase one of exhibits – Canton Fair*. Obtenido de <http://www.cantonfair.org.cn/html/cantonfair/cn/common/2012-09/8466.shtml>
- Ministry of Commerce People's Republic of China. (2017). *The 122nd China Import and Export Fair (Canton Fair)*. Obtenido de <http://english.mofcom.gov.cn/article/exhibitioninfo/domesticfairs/201708/20170802626170.shtml>



**CONTACTO  
ASIA PACÍFICO**



**Contacto Asia Pacífico es un programa radial emitido por Acústica, emisora web de la Universidad EAFIT y realizado por el Semillero de Investigación Asia Pacífico desde el 2010. Esta iniciativa, que ha producido más de 200 programas, pretende fomentar el conocimiento sobre Asia Pacífico, a través de la presentación de noticias de actualidad en la región; el análisis de sucesos históricos y entrevistas especiales con protagonistas del ámbito internacional, tanto latinoamericanos como asiáticos. El programa es transmitido todos los martes y jueves a las 2:30 p.m. y los domingos a las 4:30 p.m. Si desea recibir semanalmente los programas de Contacto Asia Pacífico, puede escribirnos al correo: [asiapacifico@eafit.edu.co](mailto:asiapacifico@eafit.edu.co)**

**En esta décima edición de la Revista Digital Mundo Asia Pacífico, realizamos una compilación de los sucesos más relevantes del segundo semestre de 2017. Los invitamos a que escuchen este resumen en la página web del Centro de Estudios Asia Pacífico: <http://www.eafit.edu.co/asiapacifico>**

## ACONTECIMIENTOS RELEVANTES 2017-2

### >>> **Tensiones en la Península coreana: un suceso en ascenso**

A lo largo de este año gran cantidad de sucesos han desembocado en un escalamiento de las tensiones en la península coreana. Más aún, con la llegada a la presidencia de Estados Unidos de Donald Trump, que ha llevado a que las relaciones bilaterales se deterioren.

Uno de los eventos más relevantes ocurrió el pasado mes de septiembre, donde la detonación de una bomba de hidrógeno en subsuelo norcoreano ocasionó un sismo de casi siete (7) grados en la escala de Richter. Ante este hecho, los países vecinos del estado norcoreano, como China y Rusia, han optado por imponerle sanciones económicas. Aunque dichas sanciones han logrado impactar de alguna manera al país, no han tenido éxito en cesar la actividad balística y ejercicios militares norcoreanos, lo que ha ocasionado una permanente tensión en términos de relaciones internacionales.

### >>> **Xi Jinping se afianza como líder del Partido Comunista de China**

Xi Jinping fue reelecto como Secretario general del Comité Central del Partido Comunista de China en el XIX Congreso Nacional celebrado en octubre de 2017. Tras la votación de los delegados del Congreso, el representante de los llamados 'príncipes' del partido, ha reforzado su posición en la escena política del país. En los próximos cinco años, el líder reelecto del Partido Comunista de China buscará ampliar las reformas económicas y tomará parte activa en la política exterior. La reforma y apertura fue una decisión crucial, y aún está modelando el futuro del país.

### >>> **La Alianza del Pacífico amplía su esquema de relacionamiento con terceros**

En la cumbre anual de la Alianza del Pacífico que se celebró a mediados de este año en Cali, Colombia, se aprobó la creación de la categoría de Estado Asociado para negociar acuerdos de libre comercio con terceros, ampliando su esquema de integración de manera estra-

tégica. Actualmente, la Alianza se encuentra negociando un acuerdo comercial con Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur, que una vez concluido les permitirá adquirir la condición de Estados Asociado. Este avance de la Alianza del Pacífico demuestra que sus miembros mantienen un interés importante por promover la integración comercial a través del Pacífico para el fortalecimiento de sus economías.

### >>> **Tailandia despide consternada al rey Bhumibol y abre una nueva etapa política**

El rey Bhumibol Adulyadej murió a los 88 años dejando a su pueblo consternado tras un reinado de 70 años. En octubre de 2017, después de un año de duelo oficial del monarca, los tailandeses lo despidieron con un ritual budista en el suntuoso crematorio construido en los alrededores del Gran Palacio de Bangkok para la ocasión. Concluidos los funerales, el país encara una nueva etapa que incluye el nuevo reinado de Vajiralongkorn y una nueva constitución con cambios a las libertades políticas. Es posible que el gobierno militar sea insostenible y el pueblo tailandés pida un cambio político hacia una representación electoral.

### >>> **Crisis de refugiados en Myanmar: un conflicto interminable**

Desde hace varios meses, se ha intensificado el conflicto en Myanmar por la constante discriminación a la etnia musulmana Rohyngia. Este grupo étnico, ha sido discriminado históricamente, en gran parte por diferencias religiosas a las de la población local de mayoría budista. Debido a la violación de sus derechos por parte del estado de Myanmar, muchos de los miembros de este grupo han tenido que refugiarse en Bangladesh, pero el país asiático parece no dar abasto a la gran cantidad de comunidades que han llegado a asentarse. La crisis continúa escalando sin soluciones efectivas ni por parte del estado de Myanmar ni de la comunidad internacional. Mientras tanto, las opciones de emigrar a países vecinos se agotan, poniendo a los refugiados en una difícil situación de seguridad humana.



# IDIOMA HINDI



**Tanwishree Patra**  
[patranwishree@gmail.com](mailto:patranwishree@gmail.com)  
 Jawaharlal Nehru University

## Introducción

El hindi una de las veintidós lenguas oficiales de India, el segundo país más poblado del mundo con 1,324 miles de millones de habitantes. Hindi es la cuarta lengua más hablada del mundo. Es el miembro del grupo indo-ario dentro de la rama indo-iraní de la familia de lenguas indoeuropeas. Es el idioma oficial preferido de la India, aunque muchos negocios nacionales también se realizan en inglés y en otros idiomas reconocidos en la Constitución de la India. En India, el hindi es hablado como primer idioma por casi 425 millones de personas y como segundo idioma por aproximadamente 120 millones más. También se encuentran comunidades significativas de habla Hindi en Sudáfrica, Mauricio, Bangladesh, Yemen y Uganda.

El hindi literario se escribe en la escritura *Devanagari*, fuertemente influenciado por el sánscrito. El hindi moderno está escrito en la escritura *Devanagari*, que está compuesta de dos palabras sánscritas: *Deva*, que significa 'Dios' y *Nagari*, que significa 'de origen urbano'. *Devanagari* tiene su origen en la escritura de *Brahmi*. Las escrituras en la escritura *Brahmi* de todo el subcontinente indio datan del siglo V a.C. Más de diez lenguas indígenas han evolucionado desde *Brahmi*.

Imagen 1. Alfabeto hindi

| Devangri Alphabets for Hindi |     |    |     |    |    |     |    |     |    |
|------------------------------|-----|----|-----|----|----|-----|----|-----|----|
| क                            | ख   | ग  | घ   | ङ  | च  | छ   | ज  | झ   | ञ  |
| ka                           | kha | ga | gha | ṅa | ca | cha | ja | jha | ña |
| ट                            | ठ   | ड  | ढ   | ण  | त  | थ   | द  | ध   | न  |
| ṭa                           | ṭha | ḍa | ḍha | ṇa | ta | tha | da | dha | na |
| प                            | फ   | ब  | भ   | म  | य  | र   | ल  | व   |    |
| pa                           | pha | ba | bha | ma | ya | ra  | la | va  |    |
| श                            | ष   | स  | ह   |    |    |     |    |     |    |
| śa                           | ṣa  | sa | ha  |    |    |     |    |     |    |

Fuente:(Chambers Translation., s.f.).

### Vocales y consonantes

El alfabeto Hindi estándar, según lo acordado por el Gobierno de la India, tiene 11 vocales y 35 consonantes. Sin embargo, se considera que el alfabeto Hindi tradicional está compuesto de 13 vocales y 33 consonantes. Las letras अं [am] y अः [ah] se cuentan como vocales en hindi tradicional y como consonantes en hindi estándar. También incluye dos letras ङ [rr] y ञ [rh] que se cuentan como consonantes en el alfabeto hindi oficial estándar. Su forma estándar se basa en el dialecto de *Khari Boli*, que se encuentra al norte y al este de Delhi.

*Braj Bhasha*, que era un importante medio literario del siglo XV al siglo XIX, a menudo es tratado como un dialecto del hindi, como son *Awadhi*, *Bagheli*, *Bhojpuri*, *Bundeli*, *Chhattisgarhi*, *Garhwali*, *Haryanawi*, *Kanauji*, *Kumayuni*, *Magahi* y *Marwari*. Sin embargo, estos dialectos del hindi se describen con mayor precisión como idiomas regionales de la "zona hindi" o "cinturón", un área que se aproxima a la región del norte de la India, al sur a través del estado de Madhya Pradesh.

Dentro de esta zona, el grado en que las lenguas regionales se parecen al hindi estándar varía considerablemente. *Maithili*, el idioma regional más oriental del cinturón hindi, tiene un parecido más histórico con el *bengalí* que con el hindi estándar. Del mismo modo, *Rajasthani*, el idioma más occidental del cinturón, en algunos aspectos se parece más a *Gujarati* que al hindi estándar. Sin embargo, la mayoría de los hablantes de estos idiomas regionales consideran que hablan un dialecto hindi. Entre otras razones, señalan que estos idiomas fueron agrupados con hindi por los británicos en un intento de clasificar las lenguas en los primeros días del gobierno británico. Además, se eligió el hindi (en lugar de uno de los idiomas regionales) como el medio de instrucción en el nivel de la escuela primaria. Principalmente como resultado de la política colonial, los miembros de la clase media urbana y los aldeanos educados en toda la zona, afirman ser hablantes del hindi debido al uso de estos idiomas regionales o dialectos en lugares públicos, es decir, fuera del círculo de la familia y amigos cercanos se percibe como un signo de educación inadecuada. En otras palabras, hablar hindi estándar les da tanto estatus a las personas en esta región como lo hace el inglés hablado en el sur de la India; ambos son tratados como idiomas de movilidad social ascendente. Por lo tanto, las personas en busca de nuevos trabajos, matrimonios y similares deben usar hindi estándar en la comunicación cotidiana.



En muchos casos, los jóvenes ahora solo tienen un conocimiento pasivo de los idiomas regionales. Particularmente desde la década de 1950, la prevalencia de los medios de comunicación (radio, televisión y películas) y la creciente alfabetización han llevado a un aumento en el número de hablantes nativos de hindi estándar.

---

>>>

## Referencias

- Chambers Translation. (s.f.). *Hindi Translation*. [Fotografía]. Recuperado de <http://chamberstranslations.co.uk/hindi-translation>

REVISTA DIGITAL

---

MUNDO  
ASIA PACÍFICO

---

**MAP**

---

CENTRO DE ESTUDIOS ASIA PACÍFICO  
UNIVERSIDAD EAFIT

---

Vol.6 | Número 11 | Junio - diciembre 2017 | ISSN 2344-8172

---

**Próxima edición: enero-junio 2018**

A dark blue silhouette map of the Asia-Pacific region, including East Asia, Southeast Asia, South Asia, and Oceania, set against a lighter blue background.

**UNIVERSIDAD**  
**EAFIT**<sup>®</sup> | Centro de estudios  
**Asia Pacífico**