

Artículo [ES]

Medios en chino como intermediarios incrustados: *Huawen Times* y la comunicación sobre inversiones transfronterizas entre China y México

Chinese-language media as embedded intermediaries: Huawen Times and cross-border investment communication between China and Mexico

Liwei Zhang^a

^aEscuela de Estudios Extranjeros, Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China

RESUMEN

Este artículo analiza el papel de los medios en chino de ultramar en la comunicación sobre inversiones transfronterizas entre China y México, tomando como caso el periódico *Huawen Times*. Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación, el estudio combina análisis de contenido, estudio de caso y entrevistas semiestructuradas para examinar cómo este medio interviene en la difusión de información económica, la construcción de narrativas de inversión y la movilización de redes empresariales. A partir de una muestra de 286 noticias y tres entrevistas con informantes clave, el artículo identifica cinco funciones principales: servicios de información, construcción de plataformas, agregación sectorial, función de referencia y conexión de redes. Los resultados muestran que *Huawen Times* no determina directamente las decisiones de inversión, pero actúa como intermediario y amplificador en las etapas iniciales del proceso, al reducir la incertidumbre informativa, visibilizar modelos de éxito y conectar actores empresariales. El estudio sostiene que este tipo de medio funciona como un intermediario incrustado, aunque condicionado por intereses comerciales, redes asociativas y una cobertura selectiva de los riesgos.

Palabras clave: *Huawen Times*, medios en chino de ultramar, economía política de la comunicación, comunicación de inversiones, redes empresariales chinas

ABSTRACT

This article analyzes the role of overseas Chinese media in communication regarding cross-border investments between China and Mexico, using the newspaper *Huawen Times* as a case study. From the perspective of the Political Economy of Communication, the study combines content analysis, a case study, and semi-structured interviews to examine how this media outlet intervenes in the dissemination of economic information, the construction of investment narratives, and the mobilization of business networks. Based on a sample of 286 news articles and three interviews with informants, the article identifies five functions: information services, platform building, sector aggregation, reference function, and network connection. The results show that *Huawen Times* does not directly determine investment decisions, but it acts as an intermediary and amplifier in the initial stages of the process by reducing information uncertainty, highlighting success models, and connecting business actors. The study argues that this type of media functions as an embedded intermediary, although conditioned by commercial interests, associative networks, and a selective coverage of risks.

Keywords: *Huawen Times*, overseas Chinese media, Political Economy of Communication, investment communication, Chinese business networks

Recibido: diciembre 2025. **Aceptado:** agosto 2026

Autores: Liwei Zhang, maestranda de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, ORCID: 0009-0000-1993-3271

Correspondencia: Liwei Zhang, 18840570926@163.com; **Editor:** Ordóñez Huerta, M. Z.

1. Introducción

En el contexto de la globalización y la reestructuración de las cadenas globales de valor, los flujos transfronterizos de capital se han convertido en una fuerza fundamental de la interacción económica mundial. Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2025), en la etapa posterior a la pandemia la inversión extranjera directa (IED) a nivel mundial ha mostrado una tendencia hacia una mayor concentración regional. En particular, países latinoamericanos como Argentina, Brasil y México se han convertido en nuevas áreas de crecimiento de la inversión debido al auge del nearshoring y a la reconfiguración de las cadenas industriales. Entre ellos, los datos oficiales de la Secretaría de Economía de México (2025) muestran que en 2024 el país atrajo 36.872 millones de dólares en IED, alcanzando un récord histórico y situándose a la vanguardia mundial, lo que pone de relieve su posición estratégica como un nodo fundamental que conecta América del Norte con América Latina. Esta transformación estructural ofrece nuevas oportunidades históricas para la entrada del capital chino en América Latina, especialmente en México.

Al mismo tiempo, la estrategia de "salir al exterior" (*Going Global*) de China y el marco de cooperación internacional de la Iniciativa de la Franja y la Ruta continúan profundizando los intercambios económicos y comerciales entre China y América Latina. Según las estadísticas oficiales del Ministerio de Relaciones Exteriores de China, en 2024, el volumen del comercio bilateral entre China y México superó por primera vez los cien mil millones de dólares, y la estructura de la inversión china en América Latina está transitando de las inversiones tradicionales en recursos hacia la manufactura, los materiales de construcción, las industrias verdes y la co-construcción de cadenas de suministro locales, convirtiendo gradualmente a México en uno de los destinos más importantes para el despliegue estratégico de China en América Latina. Detrás del crecimiento de las inversiones transfronterizas entre China y México, los chinos residentes en México han ido adquiriendo un papel cada vez más relevante como puente para la entrada del capital chino en América Latina, gracias a su arraigo en el mercado local y a su conocimiento del entorno institucional y de las normas culturales. Como nodo central de las redes de la comunidad china, los medios de comunicación en chino en el extranjero no solo cumplen funciones de conexión cultural y afectiva dentro de las redes transnacionales de migrantes, sino que también desempeñan múltiples funciones como difusores de información económica y comercial, integradores de recursos e intermediarios del capital social (Sun y Sinclair, 2016). Sin embargo, la atención académica prestada a sus mecanismos de intervención en los flujos transfronterizos de capital sigue siendo limitada, especialmente en lo que respecta a estudios de caso sistemáticos sobre medios de comunicación en chino en el extranjero en determinados contextos nacionales y regionales.

Huawen Times, el primer periódico profesional en chino simplificado de México, fue fundado en 2014. Desde su creación, se ha apoyado en los recursos empresariales de la comunidad china y en los múltiples vínculos de su fundador con asociaciones empresariales, participando activamente en actividades de promoción de las inversiones transfronterizas entre China y México. A través de la publicación de guías para la inversión, la organización de ferias comerciales y la promoción de proyectos industriales, el periódico se ha convertido en un nodo importante de las redes de inversión transfronteriza de la comunidad china entre China y México. La incorporación de la perspectiva de la economía política de los medios de comunicación permite observar con mayor claridad cómo los medios pueden transformar sus ventajas informativas y sus redes de recursos en una capacidad concreta para impulsar las relaciones económicas y comerciales transfronterizas.

2. Revisión de la literatura

La Economía Política de la Comunicación ofrece una perspectiva teórica fundamental para comprender la profunda interconexión entre los medios de comunicación y las actividades económicas. Como señala Vincent Mosco (2000), los medios no son meros transmisores de información, sino fuerzas activas que participan profundamente en la valorización del capital y la expansión espacial. En los estudios tradicionales sobre comunicación transnacional, los medios han sido considerados frecuentemente como meros

portadores de cultura e ideología; sin embargo, con la profundización de la globalización, sus funciones de "intermediación" y "materialidad" en las actividades económicas transfronterizas han cobrado una atención creciente. Asimismo, Ji y Chen (2022) destaca que, dentro de las redes de flujo transfronterizo de capital, los medios de comunicación no hegemónicos de los países en desarrollo suelen desempeñar el papel de una "infraestructura blanda", influyendo en la asignación de recursos a través de la circulación de información y capital. Este planteamiento deja de considerar a los medios como herramientas aisladas de producción de contenidos para conceptualizarlos como nodos funcionales incrustados en redes geoeconómicas y comerciales específicas. Esta línea teórica se adecua con precisión a las demandas pragmáticas de los medios en chino en el extranjero ante la expansión del capital, ofreciendo una sólida lógica analítica para deconstruir cómo el periódico mexicano *Huawen Times* participa en la articulación de recursos comerciales entre China y México a través de la producción de contenidos específicos.

En la literatura existente sobre comunicación transnacional y medios étnicos, la evolución funcional de los medios de comunicación en chino en el extranjero muestra una clara trayectoria de expansión desde la "identidad cultural" hacia la "función de servicio público". Los primeros estudios, como el de Li (2013), se centran principalmente en cómo los medios chinos actúan como lazos para que los inmigrantes transnacionales mantengan la identidad cultural de sus países de origen y difundan las dinámicas de las comunidades chinas de ultramar. Mediante un estudio de caso sobre el periódico *Hoy Men Kong Po* en Cuba, Wang, Liang y Xue (2024) también señalan que los medios en chino han desempeñado históricamente el papel complejo de cronistas históricos y organizadores comunitarios. Sin embargo, con el avance de la estrategia de "salir al exterior" de China y la Iniciativa de la Franja y la Ruta, las funciones de los medios en chino en América Latina han experimentado transformaciones significativas. Sun y Sinclair (2016) plantean que los medios de ultramar en chino contemporáneos se han convertido en sujetos de comunicación transnacionales que construyen puentes de conexión socioeconómica entre los emigrantes y su país de origen. Además, en regiones como el Sureste Asiático, Europa y América Latina, los medios en chino han superado gradualmente las fronteras del mero servicio cultural, orientándose hacia el "apoyo a la supervivencia" mediante la asistencia legal y la interpretación de políticas (Jia, 2023)¹, exhibiendo además características operativas basadas en la "integración de medios y asociaciones comerciales" (Peng, 2024). Esta transformación funcional indica que los medios en chino ya no son meros portadores culturales, sino que se han desarrollado como canales cruciales para que los empresarios chinos obtengan información de mercado y asignen recursos.

En consonancia con los estudios sobre los medios de comunicación, los campos de la sociología y la economía han alcanzado un consenso sobre el papel de las redes de la diáspora china en el comercio y la inversión transfronterizas. La teoría de las redes sociales de Granovetter (1973) señala que los vínculos de "relación débil" (*weak ties*) entre distintas regiones y sectores pueden transmitir eficazmente información de mercado no redundante, reduciendo así la asimetría de información en las decisiones de inversión transfronteriza. Esta teoría ha sido ampliamente corroborada en los estudios sobre las redes empresariales chinas del Sudeste Asiático. Por ejemplo, el estudio *La reciprocidad empresarial en la construcción de redes múltiples: un estudio sobre la comunidad china en Filipinas*, basado en trabajo de campo, revela que los empresarios chinos en Filipinas recurren a una estructura de redes dual compuesta por relaciones fuertes (parentesco) y relaciones débiles (asociaciones) para lograr la asignación de recursos y la reciprocidad empresarial. Asimismo, la información de mercado transmitida a través de las redes asociativas intersectoriales incrementó en más de un 40 % la eficiencia de las decisiones de inversión empresarial (Yang y Song, 2023).

A partir de la revisión previa, tomando como estudio de caso el periódico mexicano *Huawen Times*, este estudio busca trascender los límites existentes entre la "identidad cultural" y el "apoyo a la supervivencia", ampliando el horizonte de investigación hacia el nivel empírico de la inversión transfronteriza. De este modo, la investigación se centra en responder a las siguientes preguntas clave de investigación: en el escenario transfronterizo específico de la "articulación de recursos comerciales entre China y México", ¿cómo ejerce el periódico *Huawen Times* su fuerza material como medio de comunicación a través del contenido textual

específico y la movilización organizacional? Y, asimismo, ¿cuál es la lógica de economía política subyacente a este proceso?

3. Diseño de la investigación y metodología

Este estudio adopta un diseño de investigación de caso cualitativo desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación para examinar las funciones mediáticas y los mecanismos de acción de los medios de comunicación en chino en el extranjero en los flujos transfronterizos de capital. La investigación conceptualiza al periódico mexicano *Huawen Times* como un nodo mediático clave incrustado en la red de inversión transfronteriza de los chinos de ultramar entre China y México, centrándose en su papel real en los procesos de difusión de información sobre el capital, la construcción de narrativas de inversión y la movilización de relaciones. Cabe precisar que este trabajo no pretende establecer relaciones causales en sentido estadístico (como una correlación cuantitativa entre la cobertura mediática y la escala de la inversión), sino analizar cómo los medios ejercen un papel de intermediación, activación y amplificación en las etapas preliminares del proceso de toma de decisiones de inversión transfronteriza. Mediante un estudio de caso explicativo orientado a mecanismos, la investigación analiza de manera prioritaria las correspondencias entre los textos mediáticos, las relaciones organizacionales y la percepción de los actores, revelando el efecto de intermediación y amplificación que el *Huawen Times* desempeña en las fases iniciales de las actividades de inversión.

3.1 Objeto de estudio y selección del caso

Este estudio selecciona al periódico *Huawen Times* como objeto central de investigación. Fundado en 2014, el periódico es uno de los primeros y más longevos diarios profesionales editados en caracteres chinos simplificados en México. A lo largo de su trayectoria editorial, el medio no solo ha alcanzado una amplia cobertura de distribución y un profundo impacto entre la comunidad de chinos de ultramar y los empresarios chinos locales, sino que también se ha consolidado como uno de los medios de comunicación en chino más representativos de México.

3.2 Análisis de contenido

Debido a que parte de los contenidos impresos tempranos del periódico *Huawen Times* no está completamente digitalizada, la muestra de este estudio proviene principalmente de su sitio web oficial, su cuenta oficial de WeChat y materiales temáticos afines de acceso público. Por consiguiente, el análisis de contenido de este trabajo no pretende exhaustividad estadística sobre la totalidad de las noticias económicas del diario, sino identificar los principales tipos funcionales en la comunicación de inversiones transfronterizas a partir de la muestra accesible. Tras un proceso de filtrado mediante palabras clave como "投资" (inversión), "招商" (atracción de inversiones), "经商" (comercio), "产业园" (parque industrial), "项目" (proyecto) y "中资企业" (empresas de capital chino), se recopilaron un total de 286 noticias relevantes.

Este estudio toma cada "artículo individual" como unidad básica de codificación. Combinando la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación con los mecanismos de comunicación de la inversión transfronteriza, las funciones narrativas del capital del *Huawen Times* se clasifican en cinco dimensiones: servicio de información, construcción de plataformas, agregación industrial, función de referencia y conexión de redes, estableciendo así el marco de codificación correspondiente para el análisis de contenido. Durante el proceso de codificación, las muestras fueron clasificadas y contabilizadas artículo por artículo en función de su contenido central, posicionamiento funcional y énfasis narrativo. En los casos en que una misma noticia abarcara múltiples dimensiones, se procedió a su categorización bajo el principio de "prioridad de la función narrativa principal". Como se detalla en la Tabla 1, este marco de codificación cualitativo articula las cinco dimensiones principales (Servicios de Información, Construcción de Plataformas, Agregación Industrial, Función de Referencia y Conexión de Redes) junto con sus respectivas categorías secundarias, criterios conceptuales y ejemplos representativos del texto. Esta categorización permite operacionalizar de manera rigurosa el análisis de las 286 noticias seleccionadas.

Dimensión Principal	Categorías Secundarias	Criterios de Codificación	Ejemplos de Contenido Representativos
Servicios de Información	Interpretación de políticas, información de mercado, guías de inversión	Si proporciona información sobre el entorno de inversión, impuestos, políticas, mercados y otros aspectos relacionados	Guía para hacer negocios en México
Construcción de Plataformas	Promoción de ferias, promoción de inversiones, vinculación empresarial	Si se centra principalmente en la promoción de ferias, la promoción de inversiones, la vinculación empresarial o la construcción de plataformas de intercambio empresarial	Informaciones sobre la Feria de Inversión y Comercio China-México
Agregación Industrial	Parques industriales, promoción sectorial de inversiones, cooperación en cadenas de suministro	Si se centra en determinados parques industriales, la promoción de inversiones en sectores específicos o la cooperación en las cadenas de suministro	Proyecto del Centro de Materiales de Construcción ABM
Función de Referencia	Casos de éxito, empresas líderes, resultados de inversión	Si destaca las experiencias exitosas de las empresas chinas en México	<i>Programa Spark</i> de Huawei
Conexión de Redes	Cooperación con asociaciones empresariales, redes empresariales de la comunidad china, relaciones transfronterizas	Si refleja la función del medio de conectar empresas con recursos empresariales de la comunidad china	Cámara de Comercio de Zhejiang y Asociación de Empresas Chinas de México

Tabla 1. Marco de Codificación del Análisis de Contenido de las Funciones Mediáticas de *Huawen Times* en las Inversiones Transfronterizas

Fuente: *Elaboración propia.*

A partir del marco de codificación presentado anteriormente, se realizó una clasificación y cuantificación individual de las unidades de análisis, cuyos resultados se presentan en la Tabla 2.

Dimensión	Número de Informaciones	Proporción
Servicios de Información	163	57.0%
Construcción de Plataformas	46	16.1%
Agregación Industrial	22	7.7%
Función de Referencia	18	6.3%
Conexión de Redes	37	12.9%
Total	286	100%

Tabla 2. Resultados Estadísticos de la Codificación del Análisis de Contenido

Fuente: *Elaboración propia.*

3.3 Entrevistas semiestructuradas

Con el fin de comprender mejor los mecanismos de funcionamiento de *Huawen Times* dentro de las redes de inversión transfronteriza entre China y México, este estudio empleó el método de entrevistas semiestructuradas. Las entrevistas se centraron principalmente en cuatro aspectos: en primer lugar, las principales funciones de *Huawen Times* en la difusión de información económica y comercial entre China y México; en segundo lugar, los principales canales utilizados por las empresas para obtener información sobre las inversiones en México; en tercer lugar, la influencia efectiva de los medios de comunicación chinos en las actividades de las asociaciones empresariales, la promoción de inversiones y las comunidades

empresariales chinas; y, en cuarto lugar, la relación entre los medios de comunicación y las redes de inversión transfronteriza.

No obstante, debido a las limitaciones espaciales propias de la investigación transnacional y a que parte de las entrevistas involucraba información relacionada con secretos comerciales y relaciones de cooperación sensibles, el trabajo de campo se enfrentó a importantes dificultades para establecer contacto con los potenciales entrevistados. En función de las condiciones objetivas y del tiempo disponible para la investigación, el estudio finalmente realizó entrevistas con tres informantes clave, pertenecientes respectivamente a tres tipos de actores relevantes: un medio de comunicación, una asociación empresarial y una empresa. Los materiales obtenidos mediante las entrevistas se utilizaron principalmente para complementar la comprensión de las formas concretas de funcionamiento del medio y de las percepciones de los distintos actores, sin pretender realizar inferencias representativas. La limitación derivada del reducido número de entrevistados será abordada en futuras investigaciones mediante la ampliación del ámbito y del número de entrevistas. La ficha técnica y el perfil metodológico de los participantes en la investigación cualitativa se sistematizan en la Tabla 3.

N.º	Perfil del entrevistado	Modalidad de la entrevista	Fecha de la entrevista
A1	Editor jefe de <i>Huawen Times</i>	Llamada por WeChat	2026.04.11
A2	Responsable de una asociación empresarial	Entrevista en línea	2026.04.23
A3	Responsable de una empresa	Entrevista en línea	2026.04.23

Tabla 3. Información básica de los entrevistados

Fuente: *Elaboración propia.*

4. Funciones de *Huawen Times* en la comunicación de la inversión transfronteriza

Este capítulo se basa en la codificación sistemática de 286 noticias relacionadas con la economía transfronteriza publicadas por *Huawen Times* entre 2016 y 2026, y clasifica las funciones prácticas desempeñadas por el periódico en la comunicación económica y comercial entre China y México en cinco dimensiones principales: servicios de información, creación de plataformas, agregación industrial, función de demostración y conexión de redes.

4.1 Servicios de información: infraestructura básica de cumplimiento para la inversión transfronteriza

De acuerdo con los resultados de la codificación del contenido, de las 286 noticias que conforman la muestra, 163 corresponden a la categoría de “servicios de información”, lo que representa el 57,0 %, el porcentaje más alto entre todas las dimensiones funcionales (véase la Tabla 2). Estas noticias se concentran principalmente en la interpretación de las políticas de inversión, el análisis del entorno de mercado, los procedimientos para la constitución de empresas y la serie de contenidos de la *Guía para hacer negocios en México*. Dentro de la muestra de noticias recopilada para este estudio, los servicios de información constituyen la función comunicativa más frecuente, lo que indica que la cobertura de *Huawen Times* sobre la inversión transfronteriza se centra principalmente en información relacionada con las políticas, el mercado y las operaciones empresariales.

La inversión transfronteriza suele estar expuesta a un elevado riesgo derivado de la asimetría de información y la distancia institucional (Kostova y Zaheer 1999). En particular, existen diferencias significativas entre China y México en materia de sistemas jurídicos, estructuras tributarias y normas de mercado, por lo que el desconocimiento del entorno institucional constituye un importante obstáculo para las empresas chinas que buscan expandirse al exterior (Dussel Peters 2021). Desde la perspectiva de la economía política de los medios de comunicación, las series de contenidos como la *Guía para hacer negocios en México*, publicadas de manera continua por *Huawen Times*, no constituyen principalmente una

construcción ideológica de carácter general, sino que funcionan como un canal básico de recopilación y difusión de información para la red de empresarios chinos.

El análisis de contenido muestra que la función de intermediación de información del periódico se manifiesta principalmente en tres niveles micro: la advertencia de riesgos, el control de costos y la orientación en materia de cumplimiento normativo. En primer lugar, en el nivel de advertencia de riesgos, el diario ayuda a las empresas a identificar los costos institucionales potenciales mediante una cobertura continuada; por ejemplo, la publicación de un artículo de advertencia abordó los riesgos de cumplimiento en el entorno comercial local, recordando a los inversionistas la necesidad de mantener un sentido de prevención institucional¹. En segundo lugar, en el nivel de control de costos, explicaciones detalladas como las relativas al capital social mínimo, las estructuras de gobernanza y el sistema tributario ayudan a las empresas a realizar una evaluación precisa de los costos en las fases iniciales de la inversión². Finalmente, en cuanto a la orientación en materia de cumplimiento, mediante la introducción y explicación de marcos regulatorios como la *Ley de Inversión Extranjera* y la *Ley Federal del Trabajo* sobre temas relativos al acceso al mercado, el régimen fiscal, la gestión de recursos humanos y la adquisición de tierras, el medio ejerce una función pragmática de interpretación institucional y aviso de cumplimiento³.

Tal como se observa en la Tabla 3, los materiales de las entrevistas confirman que este tipo de contenidos desempeña una función primordial en las etapas iniciales de obtención de información y evaluación del mercado, previo al ingreso de las empresas en el mercado mexicano. Un miembro del equipo editorial de *Huawen Times* (A1) señaló a este respecto: «Muchas empresas no toman la decisión de invertir a partir de un solo reportaje, pero los medios pueden ayudarlas a conocer el mercado mexicano con mayor antelación, especialmente durante la etapa inicial de recopilación de información». En la misma línea, el responsable de una de las empresas entrevistadas (A3) afirmó: «Lo que realmente determina si una empresa invierte siguen siendo factores como el mercado y los costes; sin embargo, la información proporcionada por *Huawen Times* nos ayuda a reducir la sensación de incertidumbre frente a un mercado desconocido». Estos testimonios (Tabla 3) respaldan la idea de que los medios de comunicación no determinan de manera directa el destino del capital, sino que su principal valor reside en mejorar la visibilidad de la información en las fases preliminares y reducir las barreras de acceso al conocimiento básico del mercado.

En cuanto a sus efectos prácticos, la difusión de la *Guía para hacer negocios en México* contribuyó a reducir las dudas y preocupaciones de las pequeñas y medianas empresas chinas durante la etapa de preparación previa a la inversión. Asimismo, como un importante canal de publicación de información sobre asuntos cotidianos de la comunidad china en México —como la tramitación de documentos, la publicación de avisos relacionados con conflictos empresariales y las declaraciones por pérdida de pasaportes—, el periódico se encuentra profundamente insertado en el entorno empresarial básico de la comunidad china de ultramar. De este modo, proporciona un respaldo básico de confianza y un vínculo de conexión de redes para los empresarios chinos que posteriormente ingresan al mercado mexicano en sectores como los materiales de construcción y los equipos electromecánicos.

4.2 Construcción de plataformas: el medio como intermediario de conexión de recursos bajo el modelo de medio y asociaciones empresariales

De acuerdo con los resultados de la codificación del análisis de contenido, los reportajes correspondientes a la categoría de «construcción de plataformas» fueron 46, lo que representa el 16,1 % del total de la muestra (véase la Tabla 2). Estos contenidos se concentraron principalmente en temas relacionados con la Feria de Inversión y Comercio China-México, las actividades de promoción de inversiones y las actividades de vinculación empresarial organizadas por las asociaciones empresariales, lo

¹ *Huawen Times*. 2024. "¿Ha dado alguna vez 'sobornos' al hacer negocios en México?" (《在墨西哥经商，你给过“好处费”吗？》).

² *Huawen Times*. 2016. "Guía de negocios en México VII: Conocimientos integrales sobre la operación de empresas en México" (《墨西哥经商指南之七：关于在墨运营公司的全方位知识》).

³ *Huawen Times*. 2019. "Guía del entorno de inversión para inversionistas en México (III)" (《墨西哥投资商环境指南（三）》).

que refleja la función de comunicación organizativa y articulación de plataformas que desempeña *Huawen Times* en las actividades económicas y comerciales entre China y México.

En esta dimensión, el periódico se apoya en sus propios recursos mediáticos y mantiene una cooperación estable con organizaciones de empresarios chinos de ultramar, como la Asociación de Empresas Chinas en México y la Cámara de Comercio de Zhejiang en México, configurando así un modelo operativo característico de medio y asociaciones empresariales. Este modelo operativo característico de medio y asociaciones empresariales refleja la consolidación de una "prensa de negocios de la diáspora" (Nyíri 2002; Peng 2024), permitiendo que el medio trascienda las limitaciones de un periódico impreso convencional y se convierta en un nodo funcional dentro de la red comercial. En particular, la Feria de Inversión y Comercio China-México constituye una manifestación central de esta función de construcción de plataformas.

Según las estadísticas, hasta 2023 la feria había celebrado 11 ediciones consecutivas, con más de 4.000 stands acumulados, más de 60.000 visitantes y compradores y un volumen acumulado de transacciones e inversiones superior a 1.000 millones de dólares estadounidenses. En este amplio ciclo de intercambio comercial, *Huawen Times*, en calidad de medio asociado, convirtió, mediante la promoción previa al evento, la cobertura de las actividades durante la feria y el seguimiento posterior de los proyectos, a potenciales inversores dispersos en espacios concretos de contacto comercial, incrementando así la visibilidad general de las actividades económicas y comerciales transfronterizas dentro de la comunidad empresarial china de ultramar.

En concreto, la función de apoyo a la construcción de plataformas desempeñada por el periódico se articula en tres eslabones de comunicación: la promoción de actividades, la conexión de información y el seguimiento posterior. Los resultados de las entrevistas semiestructuradas permiten precisar además el carácter «auxiliar» de esta función de plataforma. El responsable de una asociación empresarial entrevistado (A2) señaló: «Muchas actividades económicas y comerciales dependen principalmente de los recursos de las asociaciones empresariales y de las empresas, pero la cobertura mediática puede ampliar el alcance de las actividades y permitir que más empresas conozcan las oportunidades existentes». Esta afirmación confirma que, dentro de la red de relaciones de poder a nivel micro analizada desde la perspectiva de la economía política de los medios, el medio de comunicación no constituye el actor principal que determina directamente la cooperación en materia de inversión, sino que desempeña una función auxiliar de activación de redes mediante la difusión de información.

4.3 Agregación sectorial: identificación de oportunidades y movilización de información en la imbricación de las redes empresariales

De acuerdo con los resultados de la codificación del análisis de contenido, los reportajes correspondientes a la categoría de agregación sectorial sumaron 22 artículos, lo que representa el 7,7 % del total de la muestra (véase la Tabla 2). Estos contenidos se concentraron principalmente en la construcción de parques industriales, la promoción de inversiones y la cooperación sectorial, la articulación de cadenas de suministro y los proyectos del sector de materiales de construcción, lo que refleja la función de agregación y canalización de información de *Huawen Times* en la difusión de recursos sectoriales y la conexión de las redes empresariales de la comunidad china.

Tomando como ejemplos el Proyecto de Ciudad de Decoración y Materiales para el Hogar de México y el Proyecto ABM de Ciudad de Materiales de Construcción, *Huawen Times* ha realizado un seguimiento continuo de la construcción de estos proyectos, las iniciativas de captación de inversiones y las perspectivas del mercado. Desde la perspectiva de la economía política de los medios, el caso de ABM muestra claramente que la comunicación sobre inversiones de *Huawen Times* no constituye una cobertura neutral y externa a las redes empresariales, sino el resultado de la imbricación entre los recursos mediáticos, la identidad de empresario de origen chino y la promoción de proyectos. La persona responsable del medio desempeña simultáneamente funciones como líder empresarial de la comunidad china y responsable del proyecto. Esta superposición de roles y la imbricación de intereses, por un lado, refuerzan considerablemente la capacidad del medio para movilizar información e integrar recursos dentro de las redes

étnicas; por otro, hacen que sus contenidos económicos relacionados presenten características evidentes de orientación hacia proyectos y difusión selectiva.

Bajo esta lógica de imbricación, la estrategia de comunicación mediática del proyecto presenta un carácter sistemático y sostenido. El periódico no solo publica información básica sobre el proyecto, sino que también refuerza sus perspectivas de mercado mediante la incorporación de datos sobre la situación macroeconómica de México. Por ejemplo, en sus reportajes se citan datos relativos a la inversión del Gobierno mexicano de 112.173 millones de pesos en la construcción de diez autopistas, con una longitud total de 2.220 kilómetros, así como información sobre el crecimiento del mercado inmobiliario, contribuyendo así a construir, dentro de un determinado sector, una narrativa orientada a presentar México como un foco de oportunidad para la inversión (Mexico Business News, 2025).

En el seguimiento continuo del Proyecto ABM de Ciudad de Materiales de Construcción de México, la función del medio presenta una característica de complementariedad entre la difusión de información y la promoción de inversiones. Por ejemplo, el reportaje detallado publicado por *Huawen Times* en septiembre de 2023 sobre el establecimiento en China de Meixige International Trade (Beijing) Co., Ltd., una empresa de capital totalmente extranjero creada para impulsar el proyecto, constituye, en esencia, un uso del espacio público del medio para dotar a un proyecto comercial específico de credibilidad y visibilidad. Un análisis más detallado de los textos muestra que la actuación del periódico en la dimensión de agregación sectorial se desarrolla principalmente en cuatro niveles micro: primero, la difusión dirigida de información sobre la captación de inversiones; segundo, la interpretación de políticas relativas a la inversión extranjera y los incentivos fiscales; tercero, la presentación selectiva de las perspectivas de las empresas ya instaladas; y cuarto, la identificación de las barreras de acceso sectorial y los posibles desafíos de la inversión en México.

Sin embargo, esta movilización mediática no desempeña un papel causal directo y determinante en los flujos de capital transfronterizos. Aunque el Proyecto ABM de Ciudad de Materiales de Construcción cuenta con un modelo comercial relativamente completo —como el establecimiento de una red de ciudades de materiales de construcción en 35 ciudades, la adopción del modelo de operación propia F2B y la asistencia en la gestión de visados—, la decisión final de las empresas de realizar una transferencia efectiva de capital sigue dependiendo principalmente de su propia evaluación de costes y beneficios y de la evolución de las condiciones del mercado. En este contexto, el valor central de *Huawen Times* no reside en «impulsar» directamente la materialización del proyecto, sino en ampliar, mediante su red mediática, el radio de difusión del proyecto comercial y aumentar la visibilidad indirecta de la información sobre la captación de inversiones dentro de la comunidad empresarial china.

4.4 Función de referencia: presentación de casos exitosos y ampliación de su visibilidad

De acuerdo con los resultados de la codificación del análisis de contenido, los reportajes correspondientes a la categoría de función de referencia sumaron 18 artículos, lo que representa el 6,3 % del total de la muestra (véase la Tabla 2). Estos contenidos se concentraron principalmente en casos de inversión de empresas multinacionales chinas en México, las estrategias de expansión de empresas líderes y la cooperación en el ámbito de la economía digital. Desde una perspectiva microanalítica de la economía política de los medios, la función comunicativa de esta dimensión no consiste en inducir directamente nuevas inversiones de capital, sino en modular la percepción del riesgo de los potenciales inversores mediante la presentación estructurada de casos de éxito representativos y en proporcionar, en términos generales, una base de legitimidad para la inserción del capital chino en el mercado local.

Entre estos casos, el programa Spark de Huawei constituye uno de los casos de empresas líderes que *Huawen Times* ha seguido y cubierto de manera destacada. El programa es implementado conjuntamente por Huawei y la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID), con el objetivo de proporcionar recursos de computación en la nube y apoyo tecnológico a empresas emergentes. El programa ha invertido aproximadamente 1,6 millones de dólares estadounidenses y ha apoyado a 139 empresas de reciente creación, incluidas 60 empresas emergentes mexicanas. Las empresas seleccionadas pueden recibir apoyo financiero anual de entre 2.000 y 100.000 dólares estadounidenses, así como la

certificación como socios de servicios de Huawei Cloud (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2023). Asimismo, las coberturas informativas también prestaron atención al despliegue estratégico de grandes empresas de capital chino, destacando la inversión de Huawei de aproximadamente 1.300 millones de pesos mexicanos para la construcción de un centro de datos en la región, así como su colaboración con más de 30 instituciones de educación superior mexicanas en la formación de talentos en inteligencia artificial (MexCham, 2024).

Desde los resultados del análisis de contenido, se observa que los reportajes de *Huawen Times* sobre Huawei se concentran principalmente en cuatro aspectos. En primer lugar, la escala de inversión y la capacidad tecnológica de la empresa: mediante el énfasis en las inversiones de Huawei en computación en la nube, centros de datos e infraestructura digital, los reportajes refuerzan la percepción de la capacidad del mercado mexicano para acoger industrias de alta tecnología. En segundo lugar, el modelo de cooperación entre el sector público y las empresas: los reportajes mencionan reiteradamente las relaciones de colaboración entre Huawei y organismos gubernamentales, universidades y organizaciones asociadas de México, proporcionando a otras empresas chinas un posible referente sobre las vías de cooperación. En tercer lugar, la narrativa de innovación tecnológica: los contenidos destacan especialmente la computación en la nube, la inteligencia artificial y la transformación digital, contribuyendo a mejorar la imagen general de las empresas tecnológicas chinas en el mercado local. En cuarto lugar, la difusión del valor social: mediante el énfasis en la formación de talento y el apoyo a empresas emergentes locales, los reportajes vinculan la inversión empresarial con sus efectos sociales.

Esta estrategia narrativa estructurada encuentra una corroboración adicional en las entrevistas semiestructuradas. El responsable de una asociación empresarial entrevistado (A2) señaló: «La operación estable de las grandes empresas chinas en México puede servir, hasta cierto punto, como referencia para las empresas que llegan posteriormente, y los reportajes de los medios pueden ampliar aún más este efecto». El testimonio del entrevistado indica que *Huawen Times* no constituye un factor directo que impulse las decisiones de inversión de las empresas posteriores. Sin embargo, la inversión transnacional constituye, en esencia, una decisión de capital caracterizada por un elevado nivel de riesgo. Mediante la difusión continua de casos representativos de empresas que cuentan con una elevada responsabilidad social y una sólida capacidad tecnológica, la función central del medio consiste en actuar como un amplificador de visibilidad, reduciendo, en cierta medida y en el plano psicológico, la percepción de los riesgos políticos y de cumplimiento normativo que los nuevos inversores pueden asociar con un mercado latinoamericano desconocido.

Una observación más detallada muestra que, con la expansión sostenida de empresas chinas como Huawei, Didi, OPPO y Hikvision en México, *Huawen Times* ha ido desarrollando progresivamente una vía relativamente sistemática de cobertura de casos en torno a estas empresas de capital consolidado. Esta lógica de comunicación desempeña una función de intermediación a escala micro en las etapas iniciales de la inversión, particularmente en los procesos de obtención de información y identificación de oportunidades, y contribuye, hasta cierto punto, a que las pequeñas y medianas empresas chinas reconfiguren su percepción del entorno empresarial mexicano.

4.5 Conexión de redes: construcción de una confianza no institucionalizada mediante la integración en las redes de la comunidad étnica

De acuerdo con los resultados de la codificación del análisis de contenido, los contenidos correspondientes a la categoría de «conexión de redes» comprenden 37 artículos, lo que representa el 12,9 % del total de la muestra (véase la Tabla 2). Estos contenidos se concentran principalmente en actividades de asociaciones empresariales, intercambios entre empresas transnacionales, cooperación en la promoción de inversiones sectoriales e interacción dentro de las comunidades empresariales chinas. Desde la perspectiva de la economía política de los medios, esta dimensión funcional muestra claramente cómo *Huawen Times* trasciende el papel tradicional de los medios empresariales como observadores externos y se integra profundamente en las comunidades empresariales chinas locales de México y en las redes transnacionales

de la diáspora china. Esta relación de coexistencia y cooperación a largo plazo ha ido configurando, en la práctica, una red de comunicación no institucionalizada en la que se interconectan los medios de comunicación, las asociaciones empresariales y las empresas (véase la Tabla 4).

El análisis de contenido muestra que la función de conexión de redes de *Huawen Times* se articula en torno a tres dimensiones. En primer lugar, mediante la cobertura continua de los foros económicos y comerciales y de las actividades de promoción de inversiones organizados por asociaciones de empresarios chinos, como la Asociación de Empresas Chinas de México y la Cámara de Comercio de Zhejiang en México, el medio transforma el capital social informal, originalmente disperso y basado en las relaciones interpersonales, en una conexión visible en sus espacios públicos de comunicación, reforzando así la influencia social de las asociaciones empresariales y la velocidad de circulación de la información dentro de estas redes. En segundo lugar, mantiene una cobertura continua de proyectos industriales concretos, como la Feria de Inversión y Comercio China-México y ABM Ciudad de Materiales de Construcción, situándolos de manera permanente en el campo de atención de sus lectores. En este contexto, el medio actúa como un filtro agregador que facilita a las empresas el acceso a información sectorial no redundante y a oportunidades de cooperación implícitas. Por último, mediante una doble vía de difusión en línea y fuera de línea, el periódico transmite hacia los potenciales grupos interesados en invertir en el extranjero en China información sobre el complejo entorno de mercado y jurídico de México, contribuyendo, en cierta medida, a configurar una red transnacional de circulación de información que conecta la capacidad productiva de China, los intermediarios empresariales chinos en México y los mercados locales mexicanos.

Los resultados de las entrevistas semiestructuradas (presentados en la Tabla 3) corroboran, además, el carácter no dominante y auxiliar de esta integración en las redes. Sobre este punto, el responsable de una asociación empresarial (A2) señaló: «*Muchas actividades de los empresarios chinos ya se basan en relaciones interpersonales y vínculos comunitarios; los medios se encargan principalmente de conectar estos recursos y actividades*». Por su parte, el editor entrevistado (A1) reconoció: «*Muchas informaciones sobre actividades y dinámicas de cooperación circulan primero dentro de los círculos empresariales chinos y, posteriormente, los medios amplían su alcance*». Como se sintetiza en la Tabla 3, estos testimonios demuestran que *Huawen Times* no constituye un actor dominante ni un agente encargado de establecer las reglas dentro de la red de inversión transfronteriza. En la cadena global de circulación de capital, su función se manifiesta principalmente en incrementar la «visibilidad en red» de los recursos comerciales. Asimismo, en un entorno empresarial transnacional caracterizado por la ausencia de garantías institucionalizadas, el medio proporciona a la entrada exploratoria de capitales de pequeña y mediana escala una forma de respaldo de confianza no institucionalizado, fundamentado en las relaciones del círculo de conocidos. Estos patrones de comportamiento y sus diferentes manifestaciones se sintetizan/detallan en la Tabla 4.

Actor de la red	Relación con el periódico <i>Huawen Times</i>	Función principal	Tipo de relación
Asociación Empresarial China en México	Cooperación a largo plazo y articulación de actividades	Intercambio empresarial y difusión de actividades económicas y comerciales	Cooperación con asociaciones comerciales
Cámara de Comercio de Zhejiang en México	Cooperación en atracción de inversiones y actividades	Promoción comercial y articulación de recursos	Red de empresarios chinos
Feria de Inversión y Comercio China-México	Difusión de la exposición	Exhibición empresarial y enlace de proyectos	Conexión de plataformas
Proyecto Centro de Materiales de Construcción (ABM)	Difusión promocional del proyecto y atracción de inversiones	Atracción de inversiones para la industria de materiales de construcción	Cooperación industrial
Empresas de capital chino (como Huawei)	Cobertura de ejemplos empresariales	Difusión demostrativa y posicionamiento en el mercado	Conexión empresarial

Actor de la red	Relación con el periódico <i>Huawen Times</i>	Función principal	Tipo de relación
Empresas nacionales de China	Destinatarios de la difusión informativa	Obtención de información sobre inversiones y mercado	Comunicación transfronteriza
Instituciones del mercado local en México	Contacto indirecto	Difusión de información de mercado y del entorno de cooperación	Conexión con el mercado

Tabla 4. Estructura de relaciones de la red de inversión transfronteriza del periódico *Huawen Times*

Fuente: *Elaboración propia.*

5. Mecanismo de intermediación integrada de *Huawen Times* y su significado desde la economía política de los medios

Desde la perspectiva de la economía política de los medios, la construcción narrativa y las prácticas mediáticas de *Huawen Times* en torno a la inversión transfronteriza entre China y México constituyen, en esencia, un proceso dinámico de equilibrio derivado de la profunda integración de un medio étnico en las redes empresariales chinas transnacionales, los proyectos comerciales y los discursos nacionales de comunicación. A partir de la triangulación entre la codificación de contenidos y las entrevistas realizadas anteriormente, este capítulo conceptualiza *Huawen Times* como un intermediario integrado caracterizado por múltiples formas de imbricación de intereses, y analiza este fenómeno a partir de las siguientes tres dimensiones.

5.1 Integración de roles: superposición entre el medio, las asociaciones empresariales y los proyectos comerciales

Desde las dimensiones de la producción y la propiedad, *Huawen Times* ha trascendido el circuito de mercado tradicional de los medios de comunicación, basado principalmente en la monetización mediante contenidos y publicidad, y ha desarrollado una modalidad de integración de roles entre el medio, las asociaciones empresariales y los proyectos comerciales. En el particular ecosistema de las comunidades chinas en el extranjero, los medios suelen poseer un fuerte carácter de recurso público de la comunidad (Sun, 2006). La estructura accionarial y el equipo directivo de *Huawen Times* están profundamente vinculados a las redes empresariales chinas en México, mientras que sus principales responsables ocupan simultáneamente cargos relevantes en organizaciones empresariales de la comunidad china, como la Asociación de Empresas Chinas en México y la Cámara de Comercio de Zhejiang en México. Esta superposición de la doble identidad de los responsables de los medios y líderes de las asociaciones empresariales conduce a una integración de roles de los actores mediáticos dentro de múltiples redes de intereses. Mientras que el medio busca maximizar la eficacia de la difusión de información, los dirigentes de las asociaciones empresariales asumen funciones de movilización y protección del capital de las comunidades chinas en el extranjero; al mismo tiempo, en cuanto promotores efectivos o partes vinculadas a determinados proyectos comerciales, responden naturalmente a la lógica de acumulación y búsqueda de beneficios del capital.

Esta superposición de identidades múltiples hace que la producción periodística cotidiana del medio se convierta gradualmente en una parte orgánica de las propias actividades económicas y de los procesos de circulación del capital. Cuando los intereses del medio, las asociaciones empresariales y los proyectos industriales se encuentran imbricados, las páginas del periódico se transforman objetivamente en un acelerador de la ampliación del alcance de determinados proyectos comerciales. Por ejemplo, actividades puramente comerciales, como viajar a China para realizar actividades de promoción de inversiones y establecer una empresa de capital totalmente extranjero, pueden transformarse de manera fluida, dentro del sistema informativo del periódico, en noticias económicas dotadas de legitimidad y credibilidad pública. Esta elevada integración de roles constituye una base fundamental de la red sobre la que *Huawen Times* desarrolla la movilización de información no institucionalizada y la organización de recursos.

5.2 Transformación de valor: de la visibilidad de la información a la acumulación de capital social

En la etapa inicial del proceso de circulación del capital transfronterizo, el valor político-económico de *Huawen Times* se manifiesta principalmente en su capacidad para incrementar la visibilidad de la información de mercado y, con ello, promover la acumulación y activación del capital social dentro de las redes comerciales transnacionales. El principal obstáculo para la inversión transfronteriza reside en el elevado grado de incertidumbre generado por la distancia institucional. Las diferencias estructurales entre México y China en ámbitos como el marco jurídico, el sistema tributario y las relaciones laborales constituyen barreras intangibles para las pequeñas y medianas empresas que buscan expandirse al exterior. El 57 % de los contenidos correspondientes a la función de servicio informativo, así como el seguimiento de los efectos demostrativos de empresas líderes como Huawei, muestran que su principal significado analítico no reside directamente en la acumulación de capital a escala macroeconómica, sino en su capacidad, en los niveles psicológico y discursivo, para modular la percepción del riesgo, reducir la percepción de desconocimiento institucional y fomentar la legitimidad de las actividades empresariales transfronterizas entre los grupos empresariales chinos que posteriormente siguen estas experiencias. En este proceso, el medio desempeña el papel de una forma de "infraestructura blanda" no institucionalizada para la circulación del capital transnacional, reduciendo explícitamente los costos de información y de búsqueda interorganizacional en el comercio internacional (Rauch 2001).

Esta circulación dirigida de información ha permitido, en cierta medida, una segunda transformación del capital social a través de las interacciones comunitarias sostenidas en el tiempo. Mediante la publicación sistemática de información sobre trámites administrativos de empresarios chinos, declaraciones por pérdida de documentos, coordinación de conflictos y otros asuntos públicos cotidianos, el medio refuerza la cohesión basada en la confianza dentro de la comunidad étnica. Asimismo, en grandes plataformas como la Feria de Inversión y Comercio China-México, la promoción y el seguimiento informativo realizados por el medio a lo largo de todo el proceso transforman la confianza interpersonal implícita, originalmente sustentada en vínculos geográficos y de parentesco, en patrones comerciales explícitos y visibles en el espacio público que pueden ser objeto de imitación. Aunque las entrevistas en profundidad muestran que el medio no ejerce una influencia causal determinante sobre las decisiones finales de inversión de las empresas, la amplia difusión de estos patrones de éxito dentro de las redes comunitarias reduce los costes de búsqueda en las etapas iniciales de la inversión y convierte los flujos discursivos producidos por el medio en una fuerza intermediaria implícita para la asignación de recursos.

5.3 Limitaciones estructurales: orientación hacia proyectos, cobertura selectiva y atenuación de los riesgos

Cualquier mecanismo de intermediación mediática está sujeto a las restricciones estructurales derivadas de sus propias relaciones de producción. Precisamente porque *Huawen Times* se encuentra profundamente integrado en las redes de las asociaciones empresariales locales y en proyectos comerciales concretos de México, si bien puede desempeñar una función de intermediación comunicativa basada en la visibilidad de la información y en la conexión de las relaciones comunitarias, y posee una considerable capacidad de movilización informativa, también presenta limitaciones estructurales difíciles de evitar, caracterizadas en términos generales por una marcada orientación hacia proyectos y una comunicación selectiva.

El análisis de varios casos relevantes permite observar que la cobertura del periódico sobre proyectos de comercio e inversión transfronterizos presenta una orientación claramente centrada en las oportunidades. En la cobertura de proyectos concretos como la Ciudad de Materiales de Construcción ABM, así como de las perspectivas de desarrollo de las relaciones económicas y comerciales entre China y México, el medio tiende a presentar contenidos positivos relacionados con las oportunidades de mercado y la cooperación mutuamente beneficiosa, prestando especial atención a las políticas favorables vinculadas con la construcción de infraestructuras y la apertura económica y comercial de México. Desde la perspectiva de

la economía política de la producción informativa, esta orientación narrativa predominantemente positiva coincide con las necesidades de promoción de los proyectos y constituye una modalidad de producción de contenidos selectiva derivada del propio contexto de cooperación comercial del medio. En sus coberturas, el periódico prioriza las perspectivas favorables a los proyectos de inversión chinos y a los empresarios de origen chino, mientras que presta una atención relativamente limitada a determinados contenidos negativos o relacionados con riesgos, como las posibles actitudes antichinas en el mercado mexicano, los riesgos de conflictos laborales locales y las posiciones del lado mexicano en las fricciones comerciales entre China y México.

Esta limitación estructural restringe directamente la eficacia de *Huawen Times* como intermediario comunicativo. Debido a su énfasis en destacar el valor demostrativo de los proyectos de cooperación y preservar la reputación general de las asociaciones empresariales y de los proyectos con los que mantiene vínculos, su cobertura presenta ciertas carencias en cuanto a las advertencias sobre los diversos riesgos asociados a la inversión transfronteriza. Ante riesgos geopolíticos de carácter macro, como el endurecimiento de las reglas de origen, el periódico ajusta parcialmente su orientación informativa e incrementa los contenidos relacionados con el cumplimiento normativo empresarial y la adaptación institucional. Sin embargo, en el ámbito de la inversión a escala micro, presta una atención claramente insuficiente a los casos reales de dificultades, fracasos empresariales o proyectos de inversión de empresarios chinos que no alcanzaron los resultados esperados. Esta característica de comunicación selectiva centrada en los proyectos refleja, en esencia, una contradicción inherente al desarrollo de los medios étnicos en el extranjero: por un lado, estos medios deben asumir funciones de servicio público, como la comunicación externa y la prestación de servicios a las comunidades chinas de ultramar; por otro, necesitan apoyarse en los recursos de las asociaciones empresariales y establecer vínculos con proyectos comerciales para mantener su propia operación. En consecuencia, su producción informativa se encuentra inevitablemente condicionada por los intereses comerciales de los capitales asociados y de los actores responsables de su funcionamiento.

6. Conclusiones y perspectivas

Desde la perspectiva de la economía política de los medios, este estudio examina sistemáticamente el mecanismo de funcionamiento de *Huawen Times* en la red transfronteriza de inversión de la comunidad china en México. Los resultados muestran que el periódico no constituye un actor con poder directo para controlar los flujos de capital ni puede determinar directamente las decisiones finales de inversión de las empresas. Su principal valor reside en desempeñar, durante las etapas iniciales de la inversión transfronteriza, una función auxiliar como intermediario informativo y amplificador de la visibilidad de la red. Mediante la imbricación de los medios de comunicación, las asociaciones empresariales y los proyectos comerciales concretos en el nivel micro, el periódico incorpora información de mercado dispersa a las redes de las comunidades étnicas, contribuyendo así a aumentar la visibilidad de las oportunidades de inversión en México entre las empresas chinas y los empresarios chinos establecidos en el país. Al mismo tiempo, mediante la publicación habitual de información sobre asuntos públicos de la comunidad y el seguimiento de casos de empresas líderes, el periódico contribuye a regular la percepción de riesgo de los potenciales inversores y proporciona a la entrada inicial de capitales de pequeña y mediana escala un respaldo de confianza no institucionalizado basado en las relaciones personales.

Sin embargo, debido al alto grado de imbricación entre la propiedad del medio y determinadas asociaciones empresariales y proyectos comerciales, su comunicación sobre inversiones presenta una marcada orientación hacia proyectos y selectividad, y, al mismo tiempo que tiende a construir una narrativa centrada en las oportunidades, atenúa determinados riesgos estructurales de los mercados latinoamericanos. Esta característica refleja la tensión estructural existente entre las funciones públicas de los medios étnicos y sus propios intereses comerciales.

En los planos teórico y práctico, este estudio amplía la comprensión de las funciones económicas de los medios de comunicación chinos en el extranjero y demuestra que, bajo determinadas condiciones, los medios étnicos pueden presentar características propias de una infraestructura blanda a escala micro dentro

del proceso transnacional de circulación del capital. Esto sugiere que, al promover la cooperación económica internacional, las instituciones públicas pueden prestar mayor atención al valor de estas redes mediáticas no institucionalizadas como puentes de conexión. Asimismo, estos resultados ofrecen una referencia práctica para que las empresas que se internacionalizan reduzcan los costes de información durante las etapas iniciales de su entrada en mercados extranjeros.

Debido a las limitaciones objetivas y a las restricciones de tiempo y recursos de investigación, este estudio presenta todavía algunas limitaciones. Debido a las restricciones espaciales de la investigación transnacional y a las dificultades de acceso derivadas de la confidencialidad empresarial, finalmente se realizaron entrevistas en profundidad únicamente con tres informantes clave, por lo que el tamaño de la muestra es limitado. Aunque estos testimonios fueron contrastados con la codificación de 286 textos, la comprensión de los mecanismos internos de toma de decisiones del medio sigue siendo relativamente indirecta, y la atención prestada al ecosistema general de los medios de comunicación chinos en América Latina continúa siendo insuficiente. Las futuras investigaciones podrán profundizar en estas cuestiones sobre esta base.

En términos generales, en el contexto de la reestructuración de las cadenas globales de valor, los medios de comunicación chinos en el extranjero, como nodos informativos que conectan el Estado, el mercado y la sociedad, están adquiriendo una importancia cada vez mayor como intermediarios a escala micro. El seguimiento sistemático de este fenómeno permitirá aportar nuevas evidencias empíricas para comprender la evolución de las formas de interacción entre el capital chino y el mundo.

Bibliografía

- (Cámara de Comercio de México en China, 2024) Cámara de Comercio de México en China (MexCham). 2024. Huawei invirtió 1.300 millones de pesos en México. Disponible en: <https://www.mexcham.org/cn/6406-2/>.
- (Dussel Peters, 2021) Dussel Peters, E. 2021. *Chinese Overseas Direct Investment in Latin America and the Caribbean: A Comparative Analysis*. Ciudad de México: UNAM / RED ALC-CHINA.
- (Granovetter, 1973) Granovetter, M. S. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology* 78, 6: 1360–1380.
- (Jia, 2023) Jia, L. 2023. *Supervivencia y avances en un siglo de cambios: Informe sobre el desarrollo de los medios de comunicación en chino en el mundo (2023)*. Beijing: Centro de Investigación de Medios en Chino de la Agencia de Noticias China.
- (Ji & Chen, 2022) Ji, D. & S. Chen. 2022. La economía política del periodismo digital: desde la perspectiva de sistemas comparados y economía digital. *Journalism Journalist* 5: 4–17.
- (Kostova & Zaheer, 1999) Kostova, T. & S. Zaheer. 1999. Organizational legitimacy under conditions of complexity: The case of the multinational enterprise. *Academy of Management Review* 24, 1: 64–81.
- (Li, 2013) Li, M. 2013. *Perspectiva transnacional: Cómo los inmigrantes chinos alcanzan sus sueños*. Hangzhou: Zhejiang University Press.
- (Mexico Business News, 2025) Mexico Business News. 2025. Mexico invests MX\$112 billion in 10 priority road corridors. *Mexico Business News*. Disponible en: <https://mexicobusiness.news/infrastructure/news/mexico-invests-mx112-billion-10-priority-road-corridors>.
- (Mosco, 2000) Mosco, V. 2000. *La Economía Política de la Comunicación* (trad. C. Hu & D. Huang). Beijing: Huaxia Publishing House.
- (Nyíri, 2002) Nyíri, P. 2002. Rise of the Chinese business press and the globalization of Chinese transnational networks. En P. Nyíri & I. Saveliev (eds.), *Globalising Chinese Migration: Trends in Europe and Asia*. Aldershot: Ashgate, 210–231.
- (Oficina Económica y Comercial de China en México, 2025) Oficina Económica y Comercial de la Embajada de la República Popular China en México. 2025. Estadísticas sobre la Cooperación Económica y Comercial entre China y México. Ministerio de Comercio de la República Popular China. Disponible en: https://mx.mofcom.gov.cn/zmhz/tjsj/art/2025/art_4c092c9eddc4ea69975ff23d0b3f6fe.html.

- (Peng, 2024) Peng, W. 2024. Overseas Chinese-language media and media-convergence development. *China Social Sciences Network*.
- (Rauch, 2001) Rauch, J. E. 2001. Business and social networks in international trade. *Journal of Economic Literature* 39, 4: 1177-1203.
- (Secretaría de Economía de México, 2025) Secretaría de Economía de México. 2025. Flujos de Inversión Extranjera Directa en México al cierre de 2024. Gobierno de México. Disponible en: <https://www.proyectosmexico.gob.mx/inversion-extranjera-directa-nuevo-maximo-historico/>.
- (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2023) Secretaría de Relaciones Exteriores. 2023. Huawei and Amexcid launch the Spark program for startups in Mexico. Gobierno de México. Disponible en: <https://www.gob.mx/sre/prensa/huawei-and-amexcid-launch-the-spark-program-for-startups-in-mexico>.
- (Sun & Sinclair, 2016) Sun, W. & J. Sinclair (eds.). 2016. *Media and Communication in the Chinese Diaspora: Rethinking Transnationalism*. London: Routledge.
- (UNCTAD, 2025) UNCTAD. 2025. *World Investment Report 2025: International Investment in the Digital Economy*. Geneva: United Nations. Disponible en: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2025>.
- (Wang, Liang & Xue, 2024) Wang, Z., F. Liang & Q. Xue. 2024. The forgotten early Chinese-language newspaper in Latin America: History and role of Hoy Men Kong Po in Cuba. *Sinología Hispánica. China Studies Review* 20, 1.
- (Yang & Song, 2023) Yang, Q. & Y. Song. 2023. La reciprocidad empresarial en la construcción de redes múltiples: un estudio sobre la comunidad china en Filipinas. *Journal of Guangxi Minzu University (Philosophy and Social Sciences Edition)* 45, 5: 81-87.