



Ibero-América Studies

Vol.7

Marzo 2024, Barcelona



Editorial Comte Barcelona

Ibero-América Studies

La revista *Ibero-América Studies (IAS)* se configura como una publicación semestral, arbitrada y de acceso abierto. Es organizada por la Asociación China España Intercultural, apoyada por el Centro de estudios de países de Alianza del Pacífico de la Universidad de Economía y Comercio Internacional (China) y publicada por la Editorial Comte Barcelona. La revista ha sido incluida en el índice *Latindex* desde 2022.

Se dirige a lectores académicos y al público en general, interesados en temas vinculados a diversos aspectos de la península ibérica y de América Latina y el Caribe: lengua, traducción, cultura, economía, política, sociedad, etc. Se plantea como un foro académico abierto y plural que permita a los investigadores de diferentes procedencias y disciplinas establecer un fructífero intercambio de los avances científicos más recientes en este ámbito de estudio.

Podrán publicar en esta revista artículos redactados en inglés y español, que deben ser originales, inéditos y de relevancia.

EDITOR EJECUTIVO

Carlos Alberto Sánchez Zigang Wang

EDITOR

Moraima Zacnite Ordoñez Huerta Qinfeng Zhang
Ana Sánchez López

CONSEJO ACADEMICO

Dra. Amelia Sáiz López
Universidad Autónoma de Barcelona, España
Dr. Cunhai Guo
Academia China de Ciencias Sociales, China
Dra. Jinwei Wang
Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, China
Dra. Luciana Denardi
Universidad Nacional de San Martín, Argentina
Dr. Yang Song
Universidad de Pekín, China
Dra. Yushu Yuan
Universidad de Asuntos Exteriores de China, China

Dr. Eduardo Higuera Martínez
Universidad de Ciencia y Tecnología del Suroeste, China
Dr. Jingxiang Wei
Universidad de Economía y Comercio Internacional, China
Dr. Joaquín Beltrán Antolín
Universidad Autónoma de Barcelona, España
Dra. Mercedes Victoria Andrés
Universidad de Economía y Comercio Internacional, China
Dr. Yi Wang
Universidad de Economía y Comercio Internacional, China

IBERO-AMERICA STUDIES

2024, 1, Vol.7

ISSN: 2696-2527

Web: <http://iberiamerica.org> | Email: iberamerica@gmail.com

Tel: +34 688 002 731 | C/Rodrigo Caro 73, 08914 Barcelona

© EDITORIAL COMTE BARCELONA

Deposit legal: B809-2020

Diseñado por Qinfeng Zhang

Barcelona, marzo, 2024

ISSN 2696-2527





Editorial

Ana Sánchez López¹, Carlos Alberto Sánchez²

¹Editora académica
Editorial de Ibero-América Studies, Barcelona, España
Email: iberiamerica@gmail.com

²Editor en jefe, director general
Editorial de Ibero-América Studies, Barcelona, España
Email: Carlossanchezias@gmail.com

Desde la fundación de la revista *Ibero-América Studies* en 2020, han pasado más de tres años. Como una publicación joven, *IAS* siempre ha mantenido los principios de apertura, libertad e innovación, con la aspiración de convertirse en una ventana de intercambio y una plataforma de difusión para académicos de China y América Latina, explorando y esforzándose continuamente en esta dirección. Bajo la sugerencia de la profesora Luciana Denardi de la Universidad Nacional de San Martín en Argentina, hemos añadido este “prólogo”, por lo que estamos muy agradecidos con la profesora Luciana Denardi y nos complace presentar a nuestros lectores el contenido de este número de *Ibero-América Studies*.

En el presente volumen de *Ibero-América Studies*, continuamos con nuestra perspectiva integral, estableciendo cuatro secciones temáticas.

En el primer tema, “comunicación” es la palabra clave. Varios autores ofrecen nuevas reflexiones y perspectivas innovadoras para la comunicación y difusión del discurso entre China y América Latina, desde enfoques “de arriba hacia abajo” y “de abajo hacia arriba”. Wenhao Zhu de la Universidad de Pekín y Zigang Wang de la Universidad de Economía y Comercio Internacional utilizaron el análisis de redes sociales y, basándose en big data, analizaron la estructura de difusión del discurso de líderes de opinión latinoamericanos sobre China en Twitter, visualizando la compleja difusión del discurso e identificando cuentas clave; Jintong Liu y Huangxun de la Universidad Normal Central de China abordaron desde los principales medios de comunicación chilenos, utilizando investigación cualitativa para analizar las fuentes de información, características discursivas y actitudes hacia China en la cobertura del evento de la visita de Boric a China, ofreciendo una visión positiva de las relaciones China-Chile.

El segundo tema se centra en el “aprendizaje mutuo” entre China y los países iberoamericanos. Dos grupos de autores que vienen respectivamente de la Universidad de la Academia de Ciencias Sociales de China y la Universidad de Ciencia y Tecnología del Suroeste reflexionaron profundamente sobre la importante cuestión del “aprendizaje mutuo” entre China y los países iberoamericanos. Cunhai Guo y Yang Dai, desde una perspectiva vivencial, tomaron como ejemplo el importante documental “*Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*”, discutiendo y analizando en profundidad los patrones de difusión regional y las formas de presentación del “aprendizaje mutuo” entre China y América Latina, proponiendo el “modelo de *Tianba*” como un enfoque digno de consideración y reflexión en futuros intercambios y difusión entre China y América Latina. Bing Song y Yangyang Li notaron que el turismo rural en Sichuan puede obtener experiencias e inspiraciones del turismo en pequeñas ciudades de España, y gracias a una extensa investigación de campo y familiaridad con ambas localidades, su estudio ofrece una perspectiva comparativa novedosa y convincente.

El tercer tema regresa a la reflexión clásica sobre la política en la región iberoamericana. Xinying Liu y Ziyang Li de la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing analizaron el desarrollo de la estrategia regionalista de México después de la Guerra Fría, revelando cómo los sucesivos gobiernos mexicanos han ajustado su estrategia regionalista y las características que ha tenido bajo la influencia de Estados Unidos, al mismo tiempo que reflexionan sobre el desarrollo contemporáneo del regionalismo mexicano. Yue Li de la Universidad de Liaocheng se centró en la diversa y profunda influencia de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) en el país, mostrando con evidencia convincente cómo las FARC han dejado una huella profunda en Colombia desde perspectivas económicas, sociales, políticas y lingüísticas.

En el cuarto tema, destacamos la creciente y estrecha relación entre China y los países del Cono Sur en los últimos años, con tres artículos que presentan la “presencia” de China en estos países desde diferentes perspectivas. Peng Liu y Chunhong Xiong, de la Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, se enfocaron en las publicaciones para explorar

el desarrollo de los libros relacionados con China en Argentina y el significado detrás de estos cambios, proporcionando una nueva perspectiva para el estudio tradicional de las relaciones China-Argentina; Chongyun Shan, de la Universidad de la Academia de Ciencias Sociales de China, mostró a través de investigaciones de campo la situación laboral y empresarial de los chinos en Chile. Aunque la cantidad de chinos en Chile no es tan significativa como en sus países vecinos, Argentina y Perú, su destacada actuación económica sigue siendo una importante representación de China en el país. Finalmente, Jin Chuxiang, de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, utilizó el modelo CMS (Constant Market Share) para analizar los cambios y las razones detrás de la fluctuación de las exportaciones de carne de Argentina a China, un tema que merece atención, ya que los productos cárnicos son significativos para ambos países, y se espera que siga siendo un tema de interés a largo plazo, incluso después de la asunción de Milei.

En la sección final, publicamos dos actas de conferencias. La primera menciona “Salta: un nuevo puente entre China y Argentina”, celebrada en octubre de 2023, la primera conferencia académica temática en China centrada en la importante ciudad del noroeste argentino, Salta, un evento digno de atención para profundizar las relaciones entre China y Argentina, así como con América Latina. La segunda refleja la “Serie de Seminarios sobre Empresarios Chinos de Ultramar en América Latina y el Entorno Empresarial”, celebrada en mayo de 2023, la primera serie de seminarios académicos temáticos en China centrados en los empresarios chinos de ultramar en América Latina. Representantes chinos de ultramar de América Latina, académicos chinos, medios de comunicación y ex embajadores se reunieron para discutir las características actuales de los empresarios chinos de ultramar en América Latina y el entorno empresarial, proporcionando una importante oportunidad de intercambio de información para la investigación sobre los chinos de ultramar en América Latina.

Creemos que este volumen de *Ibero-América Studies*, como siempre, ofrece contenido rico y diverso, y esperamos que nuestros lectores lo disfruten. Al mismo tiempo, estamos muy agradecidos por la atención y supervisión de académicos de todo el mundo hacia nuestra revista. Reiteramos una vez más la firme postura de *Ibero-América Studies* contra la mala conducta académica y esperamos que nuestros lectores continúen brindándonos su atención y supervisión.

Carlos Alberto S. Ana Sánchez López

Barcelona, 25 de marzo de 2024

Editorial de *Ibero-América Studies*

CONTENIDOS

No.1 de 2024, vol.7 marzo de 2024

COMUNICACIONES ENTRE CHINA E IBEROAMÉRICA

- 01-12 **Estudio sobre la cobertura de "la visita de Boric a China" en los medios de comunicación chilenos: tomando El Mercurio y La Tercera como ejemplo**

Study on the Chilean mainstream media's coverage of "Boric's visit to China": taking El Mercurio and La Tercera as example

Jintong Liu, Xun Huang

- 13-25 **Líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China en Twitter: configuración comunicativa y características discursivas**

Latin American opinion leaders related to China on Twitter: communicative configuration and discursive characteristic

Wenhao Zhu, Zigang Wang

“APREDIZAJE MUTUO” ENTRE CHINA E IBEROAMÉRICA

- 26-37 **La comunicación regional en el contexto del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina: una observación participativa en la producción de documental**

Regional communication in the context of mutual learning for development between China and Latin America: a participatory observation in documentary filmmaking

Cunhai Guo, Yang Dai

- 38-49 **Turismo rural: lecciones de España para Sichuan desde la perspectiva de revitalización rural**

Rural tourism: Spain's lessons for Sichuan from a rural revitalization perspective

Bing Song, Yangyang Li

POLÍTICA REGIONAL DE IBÉROAMERICA

- 50-61 **Desarrollo de las estrategias del regionalismo en el México de la posguerra fría: desde la perspectiva constructivismo realista**

Development of regionalism strategies in post-Cold War Mexico: from a constructivist realist perspective

Xinying Liu, Ziyang Li

- 62-74 **Estudio de las influencias en el escenario nacional colombiano de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia**

Study of the influences of the Revolutionary Armed Forces of Colombia on the Colombian national scene

Yue Li

LA PRESENCIA CHINA EN EL CONO SUR

- 75-85 **La situación actual, las características y estrategias para la publicación de libros de temática china en Argentina**

Chinese themed books: current status, characteristics, and strategies for publication In Argentina

Peng Liu y Chunhong Xiong

- 86-95 **Estudio sobre las características y el desarrollo del emprendimiento y el empleo de la comunidad china en Chile**

Study on the characteristics and development of entrepreneurship and employment of the Chinese community in Chile

Chongyun Shan

- 96-110 **Análisis de las causas de las fluctuaciones de la exportación argentina de carne a china de 2008 a 2022**

Analysis of the causes of fluctuations in Argentine meat exports to China from 2008 to 2022

Chuxiang Jin

ACTAS DE REUNIÓN Y RESEÑAS

- 111-114 **Acta del seminario "Salta: un nuevo puente entre China y Argentina"**

Minutes of the seminar "Salta: a new bridge between China and Argentina"

Chuwen Peng

- 115-118 **Acta de la primera conferencia de "la Serie de Seminarios sobre Empresarios Chinos de Ultramar en América Latina y el Entorno Empresarial"**

Minutes of the first conference of "the Seminar Series on Overseas Chinese Entrepreneurs in Latin America and the Business Environment"

Yajie Zhao

NOTICIAS Y DECLARACIONES

- 119 **Declaración de retracción de artículo**

Article Withdrawal Statement

Editorial

- 119-120 **Call for papers (Volumen especial)**

Call for papers (Special volumen)

Editorial

Artículo [ES]

Estudio sobre la cobertura de "la visita de Boric a China" en los medios de comunicación chilenos: tomando El Mercurio y La Tercera como ejemplo

Study on the Chilean mainstream media's coverage of "Boric's visit to China": taking El Mercurio and La Tercera as example

Jintong Liu¹, Xun Huang²

¹Profesora de la Facultad de Lenguas Extranjeras
Universidad Normal de China Central, Wuhan, China
Email: liu_jt614@163.com; ORCID: 0009-0002-7425-3775

²Licencianda en la Facultad de Lenguas Extranjeras
Universidad Normal de China Central, Wuhan, China
Email: Isabella_huang2002@163.com; ORCID: 0009-0006-6240-1637

[ES] Resumen: En los últimos años, las relaciones chino-chilenas se han desarrollado rápidamente y la cooperación en diversos campos se ha profundizado en el marco de la construcción conjunta de la Franja y la Ruta. Pero debido a que la prensa latinoamericana ha dependido durante mucho tiempo de los recursos mediáticos de Occidente, existe una desviación en la percepción de China por parte de América Latina. En octubre de 2023, el Presidente chileno Boric realizó una visita de Estado a China por la invitación del Presidente chino Xi Jinping. Los medios de comunicación dominantes de Chile, representados por El Mercurio y La Tercera, prestaron mucha atención y cubrieron continuamente el tema de "la visita de Boric a China". Este trabajo analiza los reportajes sobre "la visita de Boric a China" entre el 10 y el 20 de octubre en El Mercurio y La Tercera, mediante el análisis de contenido y discurso, con el fin de conocer las características de estos reportajes, la actitud de los medios chilenos hacia China y la imagen china construida por los medios chilenos.

Palabras clave: la visita de Boric a China, medios de comunicación chilenos, la Franja y la Ruta, imagen de China

[EN] Abstract: In recent years, China-Chile relations have developed rapidly and cooperation in various fields has deepened within the framework of joint construction of the Belt and Road. But because the Latin American media has been dependent on Western media resources for a long time, there is a deviation in Latin America's perception of China. In October 2023, Chilean President Boric made a state visit to China at the invitation of Chinese President Xi Jinping. Chile's mainstream media, represented by El Mercurio and La Tercera, paid close attention and continuously covered on the theme of "Boric's visit to China". This article analyzes the reports on "Boric's visit to China" between October 10 and 20 in El Mercurio and La Tercera, through content and discourse analysis, to know the characteristics of these reports, the attitude of the Chilean media towards China and the image of China constructed by the Chilean media.

Keywords: Boric's visit to China; Chilean media, the Belt and Road, image of China

Cita: Jintong, L., & Huang, X. (2024). Estudio sobre la Cobertura de "la visita de Boric a China" en los Medios de Comunicación Chilenos: Tomando El Mercurio y La Tercera como ejemplo. *Ibero-América Studies*, 7(1), 1-12.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.02>

Editores académicos: Ordoñez Huerta, M. Z.

Recibido: febrero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

Según los estudios de comunicación, la representación de la realidad social por parte de los medios de comunicación influye en la concepción de la realidad en la mente de las personas. Al seleccionar hechos noticiosos para formar temas mediáticos, los medios de comunicación hacen que ciertos hechos destaquen de entre los innumerables hechos objetivos, participando así en el proceso de "construcción de la realidad social" e influyendo en la percepción que tiene la gente sobre la importancia de los temas reales. Según Entman (1993), profesor norteamericano de las ciencias de la comunicación, si los destinatarios carecen de una rica experiencia directa de ciertos temas o acontecimientos, su comprensión de los mismos depende en gran medida de lo que los medios de comunicación expresen.

Debido al desequilibrio de la estructura económica y política a nivel mundial, existe también un grave desequilibrio en la comunicación internacional, en la que los medios de comunicación de los países occidentales ocupan una posición dominante desde hace mucho tiempo. Con el desarrollo de la globalización, el dominio absoluto de los países occidentales en la lucha por el derecho de discurso en el mundo, presenta la tendencia de reforzarse y solidificarse aún más (Nie, 2014).

En los últimos años, China ha logrado muchos éxitos en el desarrollo económico y social, convirtiéndose en la segunda economía más grande del mundo, su fuerza nacional integral y su influencia internacional han mejorado significativamente, lo que ha tenido un enorme impacto en la estructura de poder de la comunidad internacional. Siendo así que los países occidentales se aprovechen frecuentemente de los medios de comunicación para perjudicar la imagen de China, empleando expresiones como "teoría de la amenaza de China", "estrategia de nación fuerte", entre otras.

Como la prensa latinoamericana viene dependiendo durante mucho tiempo de los recursos mediáticos de Occidente, la imagen de China en América Latina también presenta tales características. Los medios de comunicación latinoamericanos tienen esa tradición: al informar de noticias internacionales o incluso de importantes acontecimientos políticos y económicos nacionales, suelen observar primero los reportajes de los medios dominantes de Europa y Estados Unidos. Es decir, generalmente los medios dominantes de Occidente informan primero, y luego los medios locales latinoamericanos realizan el procedente informe secundario con puntos de vista similares. Esto es aún más grave cuando se trata de reportajes sobre China, lo cual no favorece la construcción de una imagen positiva de China.

La Iniciativa de la Franja y la Ruta, propuesta por el Presidente Xi Jinping en el año 2013, brinda una buena oportunidad para construir la imagen nacional de China. Es un nuevo intento de China para construirse positivamente una imagen de gran potencia después de que su fuerza nacional integral haya aumentado. Durante la última década, la Iniciativa ha recibido una amplia atención por parte de la comunidad internacional. Al enfatizar los conceptos de paz, cooperación y ganancia compartida, promover los intercambios culturales y la cooperación humanística, y participar activamente en el desarrollo y asistencia económicos, la Iniciativa ha mejorado gradualmente la imagen nacional de China, rompiendo con la retórica de la comunidad internacional de la "teoría del colapso de China" y la "teoría de la amenaza de China".

Como una de las principales razones de la desviación en la percepción de China por parte de América Latina es el dominio de los medios occidentales sobre la opinión pública de la región (Guo, 2016), a partir de 2016, China y América Latina celebran anualmente la Cumbre de Líderes de Medios de Comunicación de China y América Latina y el Caribe, con el objetivo de promover el acceso de los medios latinoamericanos a información de primera mano sobre China, reducir la tradicional dependencia de la información de los medios europeos y estadounidenses, y permitir a los latinoamericanos conocer una China más auténtica (Chen y Xue, 2022). Sin embargo, debido a las diferentes historias, circunstancias nacionales y tradiciones de cada uno de los países latinoamericanos, la capacidad de comprensión y las reflexiones específicas de los distintos países sobre un mismo producto mediático también pueden presentar diferencias (Wan, 2018).

Chile fue el primer país sudamericano en establecer relaciones diplomáticas con la Nueva China, el primer país latinoamericano en firmar el Tratado de Libre Comercio con China, y un pionero en la construcción conjunta de la Franja y la Ruta entre China y América Latina. Los dos países mantienen profundos intercambios políticos, económicos y culturales. Los sucesivos gobiernos chilenos han expresado repetidamente su deseo de servir de puente entre América Latina y Asia, y de desempeñar un papel de conexión y organización en el mecanismo de cooperación de la Franja y la Ruta. Gabriel Boric asumió la presidencia chilena en 2022 y realizó una visita de Estado a China del 14 al 18 de octubre de 2023 por invitación del Presidente chino Xi Jinping. El análisis de los reportajes sobre "la visita de Boric a China" por parte de El Mercurio y La Tercera ayudará a comprender las opiniones y las actitudes de los medios dominantes chilenos hacia China tras la investidura del nuevo presidente.

En concreto, este artículo tiene como objetivo abordar tres preguntas: ¿Cómo informan los medios de comunicación chilenos sobre la visita de Boric a China? ¿Qué fuentes de noticias, polaridad emocional y preferencias temáticas se reflejan en los informes relacionados de los medios de comunicación chilenos? Y ¿Qué factores influyen en la construcción de la imagen de China por parte de los medios de comunicación chilenos?

2. Diseño de investigación

2.1 La muestra

El concepto de "medios de comunicación dominantes" (mainstream media) fue propuesto por Avram Noam Chomsky, profesor de lingüística del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), en su discurso "What Makes Mainstream Media Mainstream"(Chomsky, 1997). Todavía no existe una definición uniforme de "medios de comunicación dominantes" en el mundo académico, pero hay un amplio consenso en que "los medios dominantes son medios orientados hacia la audiencia dominante"(Lin, 2008), es decir, los medios que difunden los valores dominantes representan la conciencia dominante e influyen en la audiencia dominante.

Basándose en los criterios anteriores, el presente trabajo toma El Mercurio y La Tercera como objetos de estudio. El periódico El Mercurio fue fundado en junio de 1900 en Santiago de Chile, siendo el periódico tradicional chileno con mayor circulación en el país. El periódico orienta la opinión pública y el discurso de la noticia, que en cierta medida se ha convertido en el discurso dominante en las plataformas informativas chilenas. Su sitio web, Emol.com, es una de las plataformas de noticias en línea más importantes de Chile (Válida, 2018). La Tercera fue fundado en julio de 1950, periódico chileno de circulación matutina que, en la actualidad, es uno de los periódicos de mayor circulación en Chile, siendo el mayor competidor de El Mercurio. Es de referir que otras importantes casas editoriales de Latinoamérica pertenecen a Periódicos Asociados Latinoamericanos (PAL).

Ambos periódicos, El Mercurio y La Tercera, prestaron mucha atención y cubrieron continuamente el tema de "la visita de Boric a China". Para obtener la muestra, se llevó a cabo una búsqueda avanzada en la base de datos Factiva, empleando El Mercurio y La Tercera como fuentes de información y "Boric" y "China" como palabras clave, en el período comprendido entre el 10 y el 20 de octubre de 2023. Luego, se filtraron manualmente los resultados para excluir las noticias no relacionadas con el evento. Se han obtenido finalmente una muestra válida de 46 artículos, de los cuales 14 corresponden a El Mercurio y 32 a La Tercera.

2.2 Metodología

El presente trabajo realiza un estudio documental, en el que se analizan los reportajes sobre "la visita de Boric a China" publicados en los medios de comunicación dominantes de Chile, mediante el análisis de contenido y el análisis de discurso.

El análisis de contenido es un método para realizar inferencias a partir de textos, que nos ayuda a reconstruir la arquitectura, la estructura, los componentes básicos y el funcionamiento de los mensajes de los medios (Igartua y Humanes, 2004). A través del análisis de las temáticas principales, la fuente y los sesgos emocionales, se pueden obtener datos cuantitativos sobre los temas dominantes relacionados con China y conocer las principales características de los reportajes.

Posteriormente, realizamos el análisis de discurso que implica la lectura de un corpus textual y la interpretación de la lectura en relación con los contextos, a las tramas sociohistóricas e ideológicas dentro de las cuales se ha generado el propio corpus de textos (Ramos, 2015). Mediante el análisis cualitativo de los textos, se pueden conocer las características discursivas en torno a los temas relacionados con China, explorar la construcción de la imagen de China por los medios chilenos y los factores que afectan a su construcción.

3. Resultados y descubrimientos

3.1 Cantidad de los reportajes

La cantidad de reportajes es un indicador que resalta la importancia de un determinado momento y es un aspecto importante de la influencia que los medios de comunicación ejercen sobre la opinión pública. Contando el número de

reportajes de los dos medios, se puede observar que ambos periódicos informaron ampliamente sobre la visita presidencial, cubrieron el evento durante un largo periodo de tiempo y le dieron continuo seguimiento y atención.

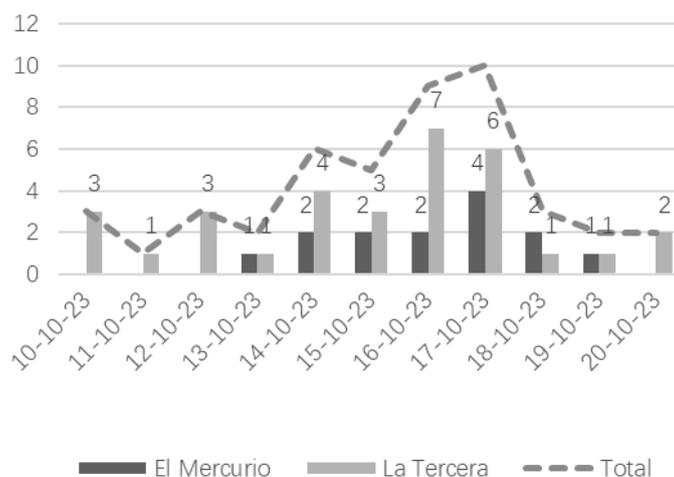


Figura 1. Cantidad y distribución de los reportajes
Fuente: elaboración propia

Fecha	Agenda del presidente Boric
14/10/2023	Vsita al Jinsha Site Museum y a la Universidad de Sichuan; Reunión con el gobernador de Sichuan y el secretario del Partido Comunista de Sichuan; Reunión con los parlamentarios chilenos.
15/10/2023	Inauguración de Chile Week China 2023; Visita al Centro Tecnológico de Innovación Agrícola y al Museo del Litio.
16/10/2023	Recorrido por la Gran Muralla China y la Ciudad Prohibida; Conmemoración al pintor José Venturelli y al poeta Pablo de Rokha en el Museo de Arte Nacional; Encuentro con los representantes empresariales y el Consejo Empresarial Chile-China; Encuentro de "Sabores de Chile"; Reunión con el presidente del comité permanente de la Asamblea Popular de China.
17/10/2023	Encuentro bilateral con Xi Jinping; Firma de 13 acuerdos bilaterales; Visita a la plaza de Tiananmen y al Museo del Partido Comunista; Encuentro con el expresidente Eduardo Frei.
18/10/2023	Ceremonia de apertura del III Foro de la Franja y la Ruta; Foro de alto nivel sobre economía; Visita al Templo de Cielo y a un mercado de artesanías.

Cuadro 1. Agenda del presidente Boric en China
Fuente: elaboración propia.

Debido al cambio de tendencia, los reportajes de ambos periódicos prestaron un pequeño pico entre el 14 y el 17 de octubre, y el cambio en la cantidad coincidió en gran medida con la participación del presidente Boric en importantes actividades en China.

Antes del 14 de octubre, ambos periódicos publicaron artículos previos para presentar la visita presidencial a China. En términos de tiempo, el primer reportaje fue publicado por La Tercera el 10 de octubre, lo que demuestra que los medios prestaron una atención temprana a este evento. En términos de cantidad, se publicaron hasta ocho reportajes antes del 14 de octubre, lo que demuestra que los dos medios presentaron plenamente este evento con antelación.

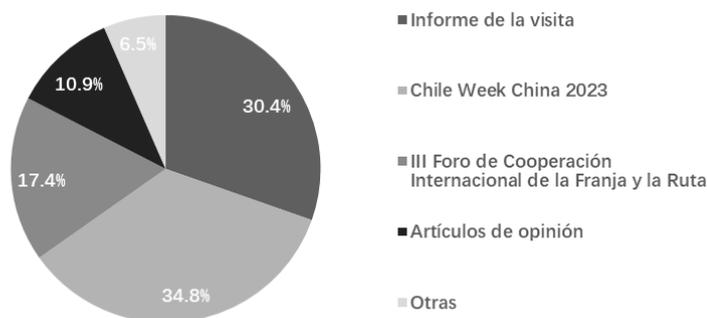
Después de que el presidente iniciara su visita el 14 de octubre, la cobertura fue aún más intensa. El día 14, siendo el primer día de la visita, se alcanzó el primer pico en el número de reportajes. Los días 16 y 17, el número alcanzó su punto máximo. Después del 18 de octubre, cuando finalizó el viaje del presidente, los dos periódicos publicaron un total de 4 artículos de opinión pertinentes para resumir el viaje.

3.2 Las principales temáticas

La visita del presidente chileno Boric a China tuvo un rico itinerario atrayendo en demasía la atención de los medios de comunicación chilenos. Con base en el itinerario de Boric, junto con las palabras clave principales de los titulares y el contenido de las noticias, las 46 noticias se pueden dividir en cinco temáticas: informe de la visita, Chile Week China 2023,

el III Foro de Cooperación Internacional de la Franja y la Ruta, artículos de opinión, y otras. Estas últimas incluyen una noticia sobre la reunión con el expresidente chileno Eduardo Frei y otras dos sobre el presidente ruso Vladimir Putin.

Figura 2. Las temáticas principales de los reportajes



Fuente: elaboración propia

Dada la importancia y riqueza de la visita, los medios de comunicación chilenos dieron a conocer al público el viaje del presidente antes de que se realizara la visita de Estado, con un total de 14 reportajes. Se incluía información del vuelo del presidente, como *"el Jefe de Estado se trasladará en un vuelo de menor tamaño de la Fuerza Área -no el Boeing 767, el tradicional avión presidencial"*¹; la presentación de la visita *"A la mañana siguiente, a las 08.00 horas del domingo (21.00 horas en Chile) el Mandatario realizará una declaración a la prensa en el Hotel Shangri-La"*²; la lista de miembros de la delegación, como reportajes sobre el ex ministro de energía Máximo Pacheco, que no pudo asistir a la reunión bilateral posterior debido a una prueba positiva de Covid-19. También hubo coberturas previas por diferentes medios sobre el viaje del presidente al día siguiente de su llegada a China. Esto refleja la intensa atención que los medios de comunicación prestaron a la visita del presidente Boric.

Hubo un total de 16 reportajes relacionados con la Chile Week, tema central de esta visita a China. Fueron publicados principalmente los días 14-16, ocupando el primer lugar en cuanto a la cantidad de cobertura. La Chile Week China comenzó a celebrarse en 2015, siendo en 2023 la octava, abarcando una serie de actividades económicas, comerciales, culturales, científicas y tecnológicas, recibió gran atención del presidente y de altos funcionarios. Boric manifestó que la Chile Week *"es una plataforma que es de alta importancia para defender nuestros intereses y potenciar nuestra economía a través del intercambio, el diálogo y los acuerdos"*³. El canciller Alberto van Klaveren también concedió gran importancia a este acontecimiento: *"...el objetivo principal de estas iniciativas es fortalecer el posicionamiento de Chile como una economía estable y un exportador confiable en países con mercados importantes, donde podemos crecer, como es el caso de China"*.⁴ Los medios chilenos realizaron una detallada cobertura documental de la asistencia del Presidente a la ceremonia inaugural de la Chile Week, las visitas a lugares de interés, los diálogos con profesores y estudiantes universitarios chinos y la firma de acuerdos económicos y comerciales, con el objetivo de transmitir al público chileno la actitud de los altos directivos hacia la cooperación económica y comercial China-Chile, así como la promoción del desarrollo de las relaciones entre ambos países.

La proporción de noticias sobre el III Foro de la Franja y la Ruta fue del 17,4% con un total de 8 reportajes. Los días 17 y 18 de octubre se celebró en Pekín el Foro, cuyo tema fue "Construcción conjunta de la Franja y la Ruta de alta calidad". Cabe mencionar que el presidente chileno es el único jefe de Estado latinoamericano que asiste a los tres Foros de la Franja y la Ruta consecutivos. Los dos periódicos informaron plenamente sobre el encuentro de los dos presidentes, entre ellos, La Tercera publicó un reportaje que introdujo especialmente el poema chileno recitado por el Presidente Xi durante el encuentro y elogiaron su correcta comprensión del poema, que hace referencia a un concepto compatible con la Iniciativa de la Franja y la Ruta, la fraternidad universal y de la humanidad: *"Es el sentido que yo siempre le he dado al poema, y por eso me alegra que allá en China se entienda este concepto de fraternidad universal y de humanidad"*⁵. Tras

¹ Véase: Bilateral con Xi Jinping, visita a la Gran Muralla y comida con autoridades: los detalles de la agenda de Boric en China, *La Tercera*, 10/10/2023.

² Véase: Las actividades que sostendrá el Presidente Boric en sus primeros días de gira en China, *La Tercera*, 13/10/2023.

³ Véase: Canciller Van Klaveren: "Existe la impresión aquí en China de que Chile presenta un ambiente estable y resiliente para las inversiones", *La Tercera*, 14/10/2023.

⁴ Véase: Chile Week China 2023 se realizará en cuatro ciudades, *Cooperativa*, 5/10/2023.

⁵ Véase: "Dame la mano y danzaremos": la historia tras el poema de Mistral citado en el encuentro Boric y Xi Jinping, *La Tercera*, 17/10/2023.

la cumbre, en un artículo de El Mercurio se presentó las ocho claves que dio Xi durante el Foro para el futuro de la Nueva Ruta de la Seda.

En los cuatro artículos de opinión, ambos medios citaron los puntos de vista y opiniones de personajes de diversos países y partes sobre temas como el proceso de modernización de China, el desarrollo económico de China y la cooperación entre China y Chile en la industria energética. Cabe mencionar que la actitud general fue positiva. Por ejemplo, al final del viaje, La Tercera entrevistó al senador Lagos Weber y al diputado Francisco Undurraga, quienes valoraron altamente esta visita a China: "*creemos que esta ha sido una exitosa gira, una gira muy constructiva*"⁶.

Además, hubo dos noticias sobre la participación del presidente ruso Vladimir Putin en el Foro, en las que se refirió a las relaciones ruso-chinas y a la actitud de Chile ante la guerra ruso-ucraniana, mientras que el canciller chileno Alberto van Klaveren, se pronunció al respecto, afirmando que la guerra ruso-ucraniana no planteaba ningún problema en el contexto de esta visita a China, porque "*no es el foro apropiado para tratar ese tema*"⁷.

3.3 Caracterización de las fuentes

Las fuentes son importantes productoras del discurso en la construcción del significado de las noticias. La selección, combinación y citación de fuentes en los textos de un reportaje reflejan la preferencia de cobertura, la actitud y el establecimiento de agenda sobre temas de noticia.

Dado que los países latinoamericanos cuentan con muy pocos periodistas acreditados en China, los informes recibidos sobre este país proceden en gran medida de agencias internacionales de noticias. Por ejemplo, en un estudio sobre los reportajes de las islas Diaoyu por parte de los periódicos latinoamericanos, EFE y AFP acapararon el 30,9% y el 28,1% respectivamente, de la cobertura informativa de los medios latinoamericanos (Zhu, 2014). En otro estudio sobre la imagen de las empresas chinas en Latinoamérica, se encontró que más de la mitad de las noticias procedían de Europa Occidental y Estados Unidos (Gong, 2020). Y en un estudio sobre los reportajes de Covid-19 del año 2020, se encontró que la mayoría de ellos se citaron de medios europeos y estadounidenses, representando un promedio del 71,85% (Li y Shao, 2021).

Fuentes	El Mercurio		La Tercera		Total	
	número	porcentaje	número	porcentaje	número	porcentaje
Artículo Original	32	100%	12	85.7%	44	95.7%
Artículo Reproducido	0	0%	2	14.3%	2	4.3%

Tabla 1. Las fuentes de los reportajes

Fuente: elaboración propia.

Cuestión que a los académicos chilenos les preocupa desde los años 80. "Gran parte de las noticias publicadas en América Latina son producidas y procesadas desde las grandes agencias de noticias de Europa y Estados Unidos" (Reyes Matta, 1981), por lo que los medios chilenos dan mucha importancia a la originalidad. En 2020, cuando los principales medios de América Latina tenían una tasa de citación muy alta para reportajes sobre la epidemia de Covid-19, La Tercera tenía una tasa de originalidad del 50%, superior a la de los otros siete medios del estudio (Li & Shao, 2021).

Entre los 46 reportajes sobre "la visita de Boric a China", 44 eran originales, lo que representa el 95,7%. Cabe mencionar que tanto El Mercurio como La Tercera enviaron periodistas a China para informar sobre la visita del presidente, con 5 y 19 reportajes documentales elaborados por periodistas que acompañaban a la delegación chilena, representando respectivamente el 35,7% y el 59,4% del total. En un reportaje publicado por El Mercurio del 15 de octubre, el autor Jorge Soto, reportero acompañante de la delegación, cubrió el primer día de la visita desde el punto de vista de un periodista acompañante, y en la sección de información titulada "Desde Chengdú", indicó: "A bordo de un Mercedes-Benz el mandatario se trasladó al Hotel Shangri-La, en donde tuvo una cena con la delegación parlamentaria presente en China y luego un encuentro privado con el secretario general del PC de Sichuan, Wang Xiaohui, con quien bebió vino tinto y una copa de Baijú, licor típico chino hecho en base a trigo". Martín Browne, también reportero acompañante de la delegación, en un reportaje de La Tercera, escribió: "en el Museo del Litio había pandas de peluche de regalo en distintos formatos. Todos alcanzaron a sacar uno, incluido el Presidente, quien llevó uno pequeño para obsequiarle a su sobrino".

⁶ Véase: Parlamentarios de la delegación chilena valoraron gira del Presidente Boric a China, *La Tercera*, 18/10/2023.

⁷ Véase: "No está contemplado ningún encuentro": Boric no tendrá una instancia de diálogo con Putin, *La Tercera*, 17/10/2023.

Solo se reprodujeron dos artículos de SoyChile, el cual es un portal de noticias que cuenta con noticias provenientes de más de 19 portales. El primero fue sobre la presentación del viaje y el segundo, sobre el encuentro de los mandatarios. Como puede verse, los dos medios no dependieron de los medios occidentales para cubrir este evento, sino que optaron por fuentes internas de Chile.

3.4 Sesgo emocional de los reportajes

En términos generales, las actitudes emocionales de las noticias pueden dividirse en tres tipos: positiva, neutra y negativa. Según Zhang, catedrático del Periodismo, se consideran "positivas" las que muestran el lado positivo de los eventos con un tono alentado y hacen hincapié en el "equilibrio", la "armonía" y "estabilidad"; "negativas", las que exponen el lado oscuro de la sociedad, a menudo critica las políticas, hace hincapié en "cambios", "anomalías" y "conflictos"; y "neutra", que refiere al amplio espacio entre la "positiva" y "negativa", y que no promueven algo ni revelan algo (Zhang, 1999).

Siguiendo la teoría mencionada, en el presente estudio, las noticias con actitud "positiva" son las que valoran positivamente las relaciones China-Chile o los logros alcanzados por China, las que contienen palabras como "éxito", "buena oportunidad", "valorar", etc., y en la mayoría, se citan elogios o afirmaciones del presidente o de los altos funcionarios. Las "neutra" son las noticias descriptivas y objetivas sin ninguna evaluación u opiniones propias del reportero, como, por ejemplo, la presentación del personal de la delegación chilena, la agenda del presidente, etc. Las "negativas" son las que critican directamente la política, la economía o al mandatario de China.

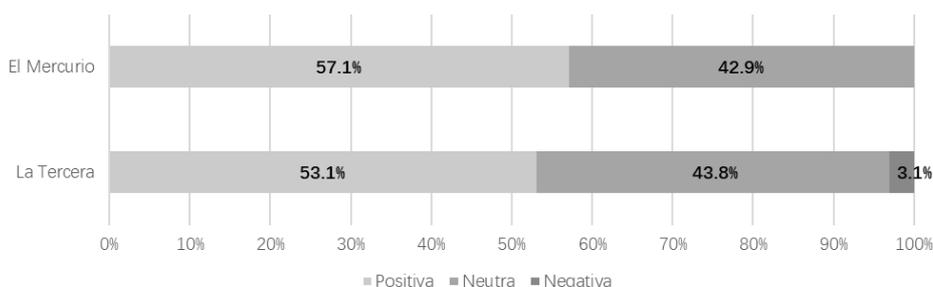


Figura 3. Sesgo emocional de los reportajes

Fuente: elaboración propia.

La cobertura de "la visita de Boric a China" por parte de los dos medios chilenos fue principalmente positiva, con un 57,1% y un 53,1% de informes con actitud positiva en El Mercurio y La Tercera, respectivamente. Varias noticias elogiaron la cooperación entre China y Chile, como en el reportaje de El Mercurio *"Las dos naciones consideraron la primera visita de Estado del Presidente chileno a China como 'un gran éxito'"*⁸. Un reportaje de La Tercera citó el discurso del senador chileno Ricardo Lagos Weber, *"a todas luces lo que ha ocurrido hasta ahora es una muy buena visita de Chile a la República Popular China"*⁹.

Los reportajes neutrales se centraron en la presentación del personal de la delegación chilena, la agenda del presidente Boric en China y noticias relacionadas con la participación del presidente ruso Vladimir Putin al Foro de la Franja y la Ruta. Por ejemplo, tanto El Mercurio como La Tercera publicaron un reportaje relacionado con el coronavirus, en el que se recogía objetivamente la información sobre el hecho de que unos miembros de la delegación que visitaban China dieron positivo en las pruebas de coronavirus y habían tenido que permanecer en cuarentena durante cinco días.

El único reportaje negativo fue un artículo de opinión publicado por La Tercera el 10 de octubre, que citaba, entre otros, al Wall Street Journal, afirmando que *"el férreo control de Xi dificulta una respuesta más contundente a la ralentización de China. 'Ahora, su centralización del poder está retrasando la respuesta del país a su peor desaceleración económica en años'"*¹⁰. El autor también expresó directamente sus dudas sobre esta visita presidencial en el artículo: *"nadie está seguro bajo el poder de Xi Jinping"*¹¹. Además, las fotos que acompañan al reportaje proceden principalmente de Reuters y The Associated Press.

⁸ Véase: Presidente Boric sostiene bilateral con Xi Jinping en Beijing: "Vamos a defender el principio de 'una sola China'", *El Mercurio*, 17/10/2023.

⁹ Véase: Parlamentarios de la delegación chilena valoraron gira del Presidente Boric a China, *La Tercera*, 18/10/2023.

¹⁰ Véase: Purgas y turbulencias económicas: el complejo presente de la China que visitará Boric, *La Tercera*, 10/10/2023.

¹¹ Véase: Purgas y turbulencias económicas: el complejo presente de la China que visitará Boric, *La Tercera*, 10/10/2023.

3.5 Temas relacionados con China

Los medios de comunicación, al construir una imagen del país, eligen temas específicos para influenciar la percepción del público.

En el análisis del discurso, se utiliza frecuentemente la información mutua (MI) para medir la intensidad de la colocación, con el fin de identificar eficazmente la construcción del significado de las palabras nodo en textos masivos, pues la red de colocación de las palabras nodo puede revelar las características discursivas en torno al tema y las interrelaciones entre los discursos (Qian, 2019).

Con el fin de explorar los temas más preocupantes relacionados con China en los informes por los dos medios dominantes de Chile sobre "la visita de Boric a China", el presente estudio toma "china" como palabra nodo, y selecciona como colocaciones los sustantivos, verbos, adjetivos y adverbios dentro de 5 palabras delante y detrás de la palabra nodo que satisfacen las siguientes condiciones: (1) $\text{spanning MI} \geq 3$; (2) $\text{Log}_L\text{- o Log}_R\text{-score} \geq 3,94$, i.e., $p < 0.05$; (3) frecuencia ≥ 5 .

Ranking	Colocación	Significación	Frecuencia	Ranking	Colocación	Significación	Frecuencia
1	sola	5.57193	10	20	chile	3.86079	62
2	premisa	5.57193	6	21	gran	3.79934	12
3	observada	5.57193	6	22	inversión	3.76458	6
4	principio	5.28243	9	23	boric	3.72394	55
5	prohibida	5.1569	6	24	gabriel	3.69747	15
6	parlamentaria	4.89386	5	25	jornada	3.57193	5
7	existe	4.89386	5	26	mañana	3.50155	5
8	consejo	4.89386	5	27	primera	3.42509	7
9	muralla	4.83497	9	28	mundo	3.37929	7
10	visitará	4.72394	5	29	primer	3.3703	5
11	empresa	4.66504	8	30	chileno	3.36248	8
12	popular	4.57193	5	31	lunes	3.3089	5
13	empresarial	4.43443	5	32	week	3.29183	7
14	embajador	4.40201	8	33	presidente	3.25001	39
15	socio	4.13136	7	34	parte	3.21438	8
16	ciudad	3.98697	9	35	relaciones	3.12715	9
17	gira	3.92212	29	36	sido	3.03588	5
18	cita	3.90897	6	37	viaje	3.02761	6
19	gobierno	3.90208	11	38	relación	3.02761	6

Tabla 2. Colocaciones de la palabra "china"

Fuente: elaboración propia.

Con base en los significados de las palabras de alta frecuencia anteriores, se puede observar que los temas relacionados con China que más preocupan a los medios chilenos son los siguientes: el principio de "una sola China", la cooperación económica y comercial China-Chile y las relaciones bilaterales chino-chilenas.

3.5.1 El principio de "una sola China"

Chile fue el primer país de América Latina en establecer relaciones diplomáticas con China, de ahí que las relaciones chino-chilenas han sido consideradas como precursoras de las relaciones de China con los países latinoamericanos y caribeños durante más de medio siglo. El principio de "una sola China" es la base política para que China establezca y desarrolle relaciones diplomáticas con otros países del mundo. Ya en 1970, cuando China y Chile negociaron el establecimiento de relaciones diplomáticas, el gobierno chileno prestó atención a la afirmación de que "Taiwán es una

parte inalienable del territorio de China" y reconoció al gobierno de la República Popular China como el único gobierno legítimo.

Chile se ha adherido firmemente a este principio desde el establecimiento de relaciones diplomáticas con China. En los reportajes sobre "la visita de Boric a China", las cuatro palabras más destacadas en la lista de palabras de colocación para la palabra nodo "china" son: sola (5.57193), premisa (5.57193), observada (5.57193) y principio (5.28243). Todas estas aparecieron en el discurso del presidente chileno sobre el tema: *"sostenemos y vamos a defender en los espacios multilaterales el principio de 'una sola China'; premisa que ha sido observada de manera irrestricta por nuestro país a lo largo de los más de 50 años de relaciones bilaterales"*¹². Además, en la *Declaración Conjunta de la República Popular China y la República de Chile*, resultado importante de la visita del presidente Boric, Chile reitera su firme adhesión al principio de "una sola China", su apoyo a la reunificación pacífica de China y su oposición resuelta a cualquier forma de "independencia de Taiwán".

3.5.2 Cooperación económica y comercial China-Chile

En el año 2023 se cumple el décimo aniversario de la propuesta de la Iniciativa de la Franja y la Ruta y el quinto aniversario de la firma del Plan de Cooperación de la Construcción Conjunta de la Franja y la Ruta entre China y Chile. En los últimos cinco años, la cooperación entre los dos países en materia económica y comercial ha logrado resultados fructíferos y ha alcanzado nuevas alturas. La cooperación económica y comercial entre China y Chile ha superado situaciones internacionales inestables y ha trascendido a los cambios de gobierno, siendo pionera de las relaciones entre China y América Latina. China ha sido el mayor socio comercial de Chile durante 13 años consecutivos, y Chile es el tercer socio comercial de China en América Latina (MOFCOM, 2024). La cooperación económica y comercial es el contenido central y el aspecto más destacado de la Asociación Estratégica Integral China-Chile.

Durante su visita, el presidente Boric tuvo muchas actividades relacionadas con la cooperación económica y comercial y firmó varios acuerdos económicos y comerciales con China. Las palabras consejo (4.89386), empresarial (4.43443) y Week (3.29183), en el paradigma de colocación de la palabra nodo "china" reflejan que los dos medios de comunicación se centraron en cubrir las actividades económicas y comerciales durante la Chile Week. La palabra "consejo" y "empresarial" hacen referencia al Consejo Empresarial Chile-China. Boric asistió a la reunión del Consejo Empresarial Chile-China el 16 de octubre y pronunció un discurso, invitando a empresas chinas a invertir en Chile, expresando *"los invito a invertir en Chile porque es un país serio, responsable, con mirada de largo plazo y en donde pueden tener la certeza de que las reglas del juego se respetan"*¹³.

Por otro lado, en vista del enorme potencial de la cooperación entre China y Chile en nuevas energías, energías limpias y otros campos, la inversión en litio de las empresas chinas en Chile también se ha convertido en uno de los focos de la visita de Boric y ha recibido mucha atención por parte de los medios de comunicación. En la lista de colocaciones de la palabra nodo "china", varias palabras están estrechamente relacionadas con la inversión en litio: empresa (4.66504), gobierno (3.90208) e inversión (3.76458). La palabra "empresa" apunta a las empresas de energías relacionadas con la inversión en litio, como Tsingshan, que *"invertirá US\$233.187.425 en la producción de materiales a partir del litio que se realizará a partir de 2025 en el puerto de Mejillones, en la Región de Antofagasta"*¹⁴, y Tianqi, que *"busca expandir su presencia en el mercado del litio chileno. Entre sus planes se encuentran inversiones por US\$4.000 millones para construir plantas para elaborar baterías de litio en el país"*¹⁵. Mientras que "gobierno" e "inversión" apuntan directamente a esta inversión en litio: *"el gobierno anunció una inversión china de más de US\$ 200 millones de dólares"*¹⁶. En las noticias directamente relacionadas con la inversión de litio, los dos medios de comunicación dieron una introducción completa de la información sobre las empresas chinas, el acuerdo de inversión y los intercambios tecnológicos entre China y Chile, además de citar al ministro de Economía chileno, Nicolás Grau, quien prestó importancia y expresó su reconocimiento sobre el acuerdo de inversión en litio: *"Esto da cuenta de un avance bien concreto en la Estrategia Nacional del Litio"*¹⁷.

¹² Véase: Boric sostiene bilateral con Xi Jinping: "Valoramos mucho el espíritu de colaboración y crecimiento compartido", *La Tercera*, 16/10/2023, y Presidente Boric valora "espíritu de colaboración y crecimiento compartido" en cita con Xi Jinping, *El Mercurio*, 17/10/2023, etc.

¹³ Véase: Presidente Boric valora "espíritu de colaboración y crecimiento compartido" en cita con Xi Jinping, *El Mercurio*, 17/10/2023.

¹⁴ Véase: Gira a China: Presidente Boric anuncia inversión de empresa china de más de US\$ 230 millones en litio, *La Tercera*, 16/10/2023.

¹⁵ Véase: Grupo chino que construirá una planta en Mejillones también tratará ahí litio proveniente de Argentina, *La Tercera*, 16/10/2023.

¹⁶ Véase: Alto nivel de seguridad, visita a un oso panda y citas con parlamentarios: el lado B de la gira de Boric en China, *La Tercera*, 19/10/2023.

¹⁷ Véase: Gira a China: Presidente Boric anuncia inversión de empresa china de más de US\$ 230 millones en litio, *La Tercera*, 16/10/2023.

3.5.3 Relaciones chino-chilenas

Desde el establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y Chile hace más de medio siglo, la relación entre ambos países ha mantenido siempre un desarrollo estable y saludable, y la cooperación en diversos campos ha promovido el desarrollo y la revitalización de los dos países.

China y Chile son buenos amigos con confianza mutua y buenos socios para el desarrollo común. China y Chile establecieron relaciones diplomáticas en 1970. En mayo de 2015, China y Chile firmaron el "Plan de Acción Conjunta del Gobierno (2015-2018)". En noviembre de 2016, durante la visita del presidente chino Xi Jinping a Chile, los dos países establecieron oficialmente una Asociación Estratégica Integral. En noviembre de 2018, China y Chile firmaron el Memorando de Entendimiento sobre la Iniciativa de la Franja y la Ruta.

En los reportajes sobre la visita de Boric también se elogian las buenas relaciones bilaterales entre China y Chile. Varias palabras en el paradigma de colocación, como socio (4.13136), gira (3.92212), relaciones (3.12715) y relación (3.02761), están estrechamente conectadas con el tema de las relaciones bilaterales entre China y Chile. Entre ellas, la palabra "gira" sirve para presentar la visita a China en expresiones como "primera gira presidencial al país asiático", "una gira muy constructiva"; y "países", así como "relaciones", se refieren principalmente a las relaciones bilaterales entre China y Chile en "relaciones bilaterales/exteriores" y "fortalecer la relación estratégica entre ambos países". La palabra "socio" apunta a la esperanza del presidente Boric de construir buenas relaciones con China: "Quiero que el Presidente Xi sepa y ratifique la visión de que Chile no es solamente un socio confiable, sino un socio estratégico para China en el mundo"¹⁸. Además, la palabra "relación" hace referencia a los elogios del presidente Xi a la profunda amistad entre China y Chile: "Xi afirmó que Chile es uno de los países 'pioneros' en muchos aspectos de su relación con China"¹⁹.

3.6 Factores que afectan la construcción de la imagen china

Del análisis de los reportajes de los medios dominantes chilenos sobre "la visita de Boric a China", se puede observar que los dos medios chilenos informan plenamente sobre la política, la economía, la diplomacia y otros aspectos de China, con alta proporción de reportajes originales y una actitud relativamente positiva hacia China. Sin embargo, también existen algunos factores que afectan la construcción de la imagen de China en la cobertura.

3.6.1 Falta de atención y conocimiento de la Iniciativa de la Franja y la Ruta

En noviembre de 2018, Chile firmó con China un memorándum de entendimiento para impulsar conjuntamente el proyecto de la Franja y la Ruta. Desde entonces, bajo esta Iniciativa, China y Chile han fortalecido la cooperación en muchos temas como infraestructura, recursos energéticos, innovación tecnológica, agricultura, etc., y las relaciones entre ambas partes se han desarrollado mucho.

Uno de los propósitos de la visita del presidente Boric a China fue participar en el III Foro de la Franja y la Ruta. Sin embargo, los medios chilenos no le prestaron mucha atención. Por un lado, la cantidad de reportajes sobre el Foro fue muy pequeña. Durante el Foro (los días 17 y 18 de octubre), entre los diez reportajes publicados el día 17, solo cinco están relacionados con el Foro, además, solo cubrieron el encuentro de los dos presidentes. Y el día siguiente, la cantidad fue aún menor. Por otro lado, *La Declaración Conjunta de la República Popular China y la República de Chile*, que es el resultado importante del Foro, no recibió mucha atención por los medios. Entre los 46 reportajes, solo El Mercurio mencionó brevemente esta Declaración Conjunta. Esto difiere de la práctica de muchos medios chinos, los cuales publicaron el texto completo de la Declaración. Lo mismo ocurre también en las ocho claves dadas por Xi Jinping, un plan de China para el futuro desarrollo de "alta calidad" de la Construcción Conjunta de la Franja y la Ruta, que apareció solo en un reportaje de El Mercurio sin entrar en detalles.

Además, en los reportajes pertinentes, la interpretación sobre la Iniciativa se limita a la dimensión económica, sin entrar en su esencia. Por ejemplo, se describe como "la principal iniciativa económica internacional de China para consolidar su influencia a través de la vertebración y las infraestructuras"²⁰, ignorando que la Iniciativa, como una vía de cooperación y ganancia compartida para promover el desarrollo común y realizar la prosperidad común, abarca la cooperación en los ámbitos de la educación, la ciencia y la tecnología, la sanidad, el deporte, etc.

¹⁸ Véase: Primer día en China: Boric alienta a estudiantes y cena con autoridades del Partido Comunista para fortalecer la relación entre países, *La Tercera*, 14/10/2023 y Presidente Boric llega a China para su primera gira oficial en el gigante asiático, *La Tercera*, 14/10/2023.

¹⁹ Véase: Boric se reunió con Xi Jinping: "Vamos a defender el principio de una sola China", *El Mercurio*, 17/10/2023.

²⁰ Véase: *Presidente Boric sostiene bilateral con Xi Jinping en Beijing: "Vamos a defender el principio de 'una sola China'"*, *El Mercurio*, 17/10/2023.

3.6.2 Citas de las opiniones del Occidente

En los reportajes sobre la visita del presidente Boric a China, los dos medios chilenos mostraron preferencia por las fuentes internas de Chile y construyeron la imagen de China con una visión relativamente objetiva. Sin embargo, en un reportaje se citaron las opiniones falsas e injustas sobre China expresadas por medios estadounidenses y occidentales.

En el reportaje publicado por La Tercera el 10 de octubre, se citaron las opiniones de escritores, periodistas y sinólogos occidentales. Por ejemplo, La opinión de Wall Street Journal: "el férreo control de Xi dificulta una respuesta más contundente a la ralentización de China. 'Ahora, su centralización del poder está retrasando la respuesta del país a su peor desaceleración económica en años'"²¹, intentando describir a China como un país centralizado que toma medidas extremas para evitar el estancamiento del desarrollo económico, con el fin de desacreditar la imagen de China. Así como la opinión del periodista español que quiso difundir la "teoría del colapso de China", Juan Pablo Cardenal: "muchas veces se ha vaticinado en las últimas décadas que el modelo chino es insostenible y que iba a acabar derrumbándose", "esta vez sí parece que sus problemas económicos son más graves que otras veces"²². La presentación de estas opiniones en los medios chilenos podría causar malentendidos a los lectores y no favorecería la construcción de una imagen positiva de China.

4. Conclusión

Este trabajo estudia y analiza los reportajes sobre "la visita de Boric a China" en los medios de comunicación dominantes de Chile durante el 10 y el 20 de octubre de 2023. Mediante el análisis de la cantidad y distribución de los reportajes, podemos encontrar que, tanto El Mercurio como La Tercera prestaron mucha atención al evento, cubriéndolo durante un largo periodo de tiempo y dando seguimiento continuo.

En cuanto a las fuentes, los dos medios tomaron principalmente fuentes internas del país, por lo que se vio menos afectado por las opiniones de los medios de Occidente, de tal forma, los reportajes son relativamente más objetivos. En los reportajes de ambos medios, las noticias positivas superan la mitad, mientras que se registran pocas noticias negativas.

Con base en las palabras de alta frecuencia, la atención de los medios chilenos a China se centra principalmente en la cooperación económica y comercial entre China y Chile y la relación entre los dos países, lo que refleja la confianza y las expectativas de Chile para la futura cooperación entre los dos países.

En general, los dos medios chilenos toman una actitud positiva hacia China, lo que favorece a la construcción de la imagen de China en Chile, pero también existen algunos factores que afectan a su construcción, por ejemplo, la escasa cobertura sobre la Franja y la Ruta, que es uno de los propósitos de la visita del presidente y también es la base para la cooperación China-Chile. Se espera que el presente estudio pueda servir como referencia para la construcción de la imagen de China en Chile en el futuro.

Bibliografía

- (Chen y Xue, 2022) Chen, Q., y Xue, L. (2022). China-Latin America Exchanges Under the Background of the Belt and Road: Current Situation, Challenges and Response, *Journal of Karamay*, 12(04), 38-47.
- (Chomsky, 1997) Chomsky, N. (1997, October 1). What Makes Mainstream Media Mainstream *Z Media Institute Magazine*. <https://znetwork.org/zmagazine/what-makes-mainstream-media-mainstream-by-noam-chomsky/>
- (Entman, 1993) Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- (Gong, 2020) Gong, Y. (2020). China's Corporate Image in Latin American Media in the Context of Sino-U.S. Trade Disputes: Take Huawei as an Example, *Journal of Latin America Studies*, 42(06), 16-31.
- (Guo, 2016) Guo, C. (2016). China's National Image in Latin America: Major Challenges and Prospects, *Journal of Latin America Studies*, 38(05), 43-58.
- (Igartua y Humanes, 2004) Igartua J.J., y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- (Li y Shao, 2021) Li, Z., y Shao, Y. (2021). Análisis del impacto de los canales de comunicación de crisis y la percepción existente sobre el efecto: un estudio del caso de la cobertura de los principales medios de comunicación latinoamericanos de Covid-19 en China, *Comunicaciones Internacionales*, 28(08), 73-78.
- (Lin, 2008) Lin, H. (2008). The Construction of the Mainstream Media and the Mainstream Value View, *Journalism & Communication*, 15(2), 41-47.
- (MOFCOM, 2024) Ministerio de Comercio de la República Popular China (2024, febrero 27). *China sigue siendo el primer socio comercial de Chile*. <http://cl.mofcom.gov.cn/article/jmxw/202402/20240203474739.shtml>.

²¹ Véase: *Purgas y turbulencias económicas: el complejo presente de la China que visitará Boric*, La Tercera, 10/10/2023.

²² *ibid*.

- (Nie, 2014) Nie, X. (2014). El control y la manipulación de Occidente y el avance de China: un examen basado en la competencia por el discurso ideológico en la era omnimedática, *Foro de Economía y Política Mundial*, 34(03), 69-83.
- (Qian, 2019) Qian, Y. (2019). Discursive Construction of Low-carbon Economy in the New York Times, *Journal of Tianjin Foreign Studies University*, 26(02), 30-41.
- (Ramos, 2015) Ramos P. H. (2015). *El iberismo en la prensa de Madrid, 1840-1874: análisis cuantitativo-discursivo del nacionalismo ibérico desde los textos periodísticos*. Tesis doctoral, Universidad Complutense.
- (Reyes Matta, 1981) Reyes Matta, F. (1981). The concept of news in Latin America: dominant values and perspectives of change, En Costa, A. (Eds.), *News values and principles of cross-cultural communication* (pp. 39-51), Unesco.
- (Válida, 2018) Válida Chile, (2018, Julio 31). *Boletín de Circulación y Lectura Diarios y Revistas 2ºSemestre 2017*. <http://valida-chile.cl/valida/site/artic/20180327/asocfile/20180327154123>.
- (Wan, 2018) Wan, D. (2018). China-Latin America Media Communication from a Micro Perspective, *Journal of Latin America Studies*, 40(05), 125-137.
- (Zhang, 1999) Zhang, W. (1999). Comparación entre China y Occidente: informes positivos y negativos, *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 21(01), 48-56.
- (Zhu, 2014) Zhu, Z. (2014). Diaoyu Island in Latin American Press: On China's Image, *Chinese Journal of Journalism & Communication*, 36(09), 92-107.

Artículo [ES]

Líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China en Twitter: configuración comunicativa y características discursivas

Latin American opinion leaders related to China on Twitter: communicative configuration and discursive characteristics

Wenhao Zhu¹, Zigang Wang (autor correspondiente)²

¹Doctorando de Escuela de Estudios Internacionales
Universidad de Pekín, Beijing, China
Email: uibeeduardo@gmail.com; ORCID: 0000-0001-8719-2583

²Profesor Titular de Escuela de Estudios Extranjeros
Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China
Email: santiago.wangzigang@gmail.com; ORCID: 0000-0002-3166-645X

[ES] Resumen: Basándose en el análisis de redes sociales y el análisis de contenido de 5.659 discursos relacionados con China de 616 líderes de opinión vinculados con China de diferentes países de América Latina en Twitter, este estudio concluye que: en términos de figuración comunicativa, los líderes de opinión vinculados con China en América Latina han formado una compleja macro-red de interacción con una estructura de núcleo-borde, y en el nivel meso, han formado comunidades diversificadas con atributos nacionales, y los think tanks relacionados con China son los más destacados en términos de micro-desempeño. En términos de contenido, los resultados de los académicos latinoamericanos de estudios chinos, los conceptos chinos y las relaciones China-América Latina son los temas principales. En cuanto al análisis sentimental, la mayor parte del discurso es objetivo y neutral, y el discurso en torno a iniciativas como "la Franja y la Ruta" es particularmente positivo, mientras que la postura sobre temas como las empresas chinas, los derechos humanos y el medio ambiente es relativamente negativa.

Palabras clave: América Latina, Líderes de opinión, Redes sociales, Análisis de contenido

[EN] Abstract: Based on social network analysis and content analysis of 5,659 China-related speeches of 616 China-linked opinion leaders from different Latin American countries on Twitter, this study concludes that: in terms of communicative figuration, China-linked opinion leaders in Latin America have formed a complex macro-network of interaction with a core-edge structure, and at the meso level, they have formed diversified communities with national attributes, and China-related think tanks are the most prominent in terms of micro-performance. In terms of content, Latin American scholars' results of Chinese studies, Chinese concepts and China-Latin America relations are the main topics. In terms of sentimental analysis, most of the discourse is objective and neutral, and the discourse around initiatives such as "the Belt and Road" is particularly positive, while the stance on issues such as Chinese companies, human rights and the environment is relatively negative.

Keywords: Latin America; Opinion leaders; Social networks, Content analysis

Cita: Wenhao, Z., & Zigang, W. (2024). Líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China en Twitter: configuración comunicativa y características discursivas. *Ibero-América Studies*, 7(1), 13-25.

Fondo: El presente artículo es financiado por *Joint Programme on Regional Country Studies at the University of International Business and Economics* (210-78230301).

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.03>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: noviembre 2023. **Aceptado:** febrero 2024

Copyright: © 2023 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

Aunque América Latina está lejos, tiene una gran importancia para China. Al entrar el siglo XXI, con la propuesta de la iniciativa "la Franja y la Ruta" y el establecimiento de la "Comunidad de Destino Común China-América Latina", las relaciones bilaterales se han desarrollado rápidamente en los ámbitos de los intercambios económicos y comerciales, la confianza política mutua, los intercambios humanísticos y la inversión y cooperación (Jiang, 2013), y las relaciones China-América Latina se encuentran en el mejor período de su historia (Cui y Xu, 2018). Sin embargo, cabe señalar que, durante mucho tiempo, debido al entrelazamiento de sus propios factores históricos y culturales y a la influencia de grandes potencias tanto dentro como fuera de la región, América Latina ha mostrado un notable pluralismo en términos de ideología, puntos de vista políticos y opinión pública, y las actitudes y opiniones de diferentes dignatarios, organizaciones o personas influyentes hacia un mismo asunto a menudo no están integradas ni son una sola (Yang, 2020). Especialmente en los temas relacionados con China, a diferencia de la naturaleza ocasional de la audiencia general, algunos líderes de opinión que han estado preocupados por los temas relacionados con China durante mucho tiempo no pueden ser ignorados por su influencia en dichos temas, y actúan como activos "seguidores", "proveedores" y "difusores" de información relacionada con China en América Latina. Sus discursos, actitudes y filtración intermediaria de información influyen en las percepciones, actitudes e incluso posturas nacionales de la gente hacia China.

Con el gran desarrollo de la tecnología de la información y la aparición de las redes sociales como un importante medio de difusión de la información, las identidades de estos líderes de opinión se han diversificado y dispersado, y sus voces se han difundido más ampliamente y en tiempo real, especialmente bajo la influencia de los cambios profundos que no se han visto en un siglo y la pandemia. Por lo tanto, para entender las características de la relación comunicativa entre los líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China, y captar las características de su discurso actual relacionado con China, se ha convertido en una tarea importante encontrar los nodos claves, identificar las fuerzas conectoras y amigas de China, promover la difusión del discurso propio, y promover el desarrollo estable de las relaciones China-América Latina en la nueva era.

En vista de ello, este trabajo toma como cuerpo principal de investigación a los líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China, y a partir de los datos de la plataforma Twitter, estudia su figuración comunicativa y las características de su discurso, con el fin de resolver las siguientes dos preguntas: primero, ¿qué tipo de red de relaciones existe entre los líderes de opinión latinoamericanos relacionados con China? En segundo lugar, ¿cuáles son las características de su discurso relacionado con China?

2. Definición conceptual e investigación previa

2.1 Definición conceptual

El término "Líder de Opinión", también conocido como "Líder de la Opinión Pública", fue introducido por primera vez por Paul F. Lazarsfeld y Gaudet (1948). Se refiere a individuos activos dentro de las redes de comunicación interpersonal que frecuentemente proveen información a otros, ejercen influencia sobre ellos y son capaces de afectar las actitudes y tendencias de la mayoría (Rogers y Cartano, 1962). Desde mediados del siglo pasado, diversos académicos señalaron que la información de los medios masivos se transmite al público general a través de un modelo de comunicación de "dos niveles" que involucra a los medios, a los líderes de opinión y al público en general. Desde entonces, el interés en los líderes de opinión se ha convertido en un objeto de estudio significativo en campos relacionados. Aunque la era de Internet ha visto la emergencia de modelos de comunicación sin mediación donde la recepción y transmisión de información ocurren de manera integrada (Liu, 2013), esto no implica la obsolescencia del modelo de comunicación de "dos niveles"; simplemente, en algunos casos, el medio de información y el líder de opinión se fusionan, cumpliendo ambos roles simultáneamente (Sang y Xu, 2011). Esto es particularmente cierto cuando los temas de interés generan amplia atención, pero no son ampliamente conocidos por el público, situaciones en las cuales los líderes de opinión adoptan un papel doble, no solo facilitando la comunicación de información sino también participando en la configuración de la agenda en el nuevo entorno mediático y sirviendo como un soporte para las necesidades psicológicas de la audiencia. En el contexto de América Latina, los temas relacionados con China a menudo presentan esta característica de ser "familiarmente desconocidos", y los líderes de opinión sobre China en la región son aquellos individuos y organizaciones que, al tener un interés particular en temas relacionados con China, pueden tanto transmitir información como ofrecer perspectivas, ejerciendo una influencia significativa sobre el público general.

La "Figuración Comunicativa" se basa en la aplicación, desde una perspectiva comunicacional, de la figuración social descrita por Norbert Elias, que utiliza para explicar las relaciones de interdependencia y mutua influencia entre las personas en la sociedad (Chen, 2022). Para Elias, las configuraciones sociales son indudablemente redes complejas compuestas por las acciones, motivaciones, emociones y valores de los individuos. De manera similar, las figuraciones comunicativas poseen estas características, con relaciones de emisión y recepción de información entre diferentes actores que interactúan entre sí, formando así un conjunto de audiencia interdependiente y una red de transmisión de información entrelazada. Sin embargo, si se presta atención a las diferencias en la posición estructural de los individuos dentro de la red, así como al impacto de la obtención de influencia en la promoción de la transmisión de información, entonces la figuración comunicativa se hace difícil de separar del concepto de "field" de Bourdieu (Chen y Xiong, 2022). Ambos enfoques se centran en la red de relaciones entre actores, aunque el primero pone más énfasis en la dependencia y el conjunto, mientras que el segundo se enfoca en la estructura y la competencia. En este estudio en particular, considerando la inevitable socialidad de los líderes de opinión sobre China en América Latina y su comunalidad entre los hablantes de español, existe ciertamente alguna forma de figuración comunicativa, la cual también puede revelar las características de su "field". Este estudio se centra en las características generales de la red de relaciones de transmisión de información entre diferentes actores, así como en las características posicionales de los actores dentro de ella.

Desde investigaciones anteriores, se sabe que el alcance de las características de contenido es bastante amplio, incluyendo, pero no limitándose a temas, textos, emociones, actitudes y modos de información. En este estudio, el enfoque en las "características del contenido" se centrará más en los temas y las emociones relacionadas con los líderes de opinión sobre China en América Latina. Los primeros permiten una comprensión efectiva de los temas de interés, mientras que los segundos sirven como una base importante para determinar si el discurso apoya o no a China.

2.2 Investigación previa

Tal como sostiene la escuela del realismo, el incremento de los intercambios de intereses entre dos países promueve efectivamente la atención mutua hacia la representación de la imagen nacional (Wang, 2022). Con el desarrollo continuo de las relaciones entre China y América Latina, especialmente tras la propuesta de la Iniciativa de la Franja y la Ruta y la Comunidad de Destino Común China-América Latina, el estudio de la difusión de discursos sobre China en América Latina ha dejado de ser un actor secundario en la investigación del discurso internacional sobre China para convertirse en un foco de creciente interés para los académicos. La mayoría de estas investigaciones se han centrado en los medios de comunicación principales de países latinoamericanos, como Argentina (Cao y Zhao, 2019), México (Yang, 2019) y Brasil (Zhong, 2019), realizando estudios basados en discursos limitados para analizar su contenido general, emociones y expresiones discursivas, lo que ha constituido el paradigma dominante en la investigación inicial sobre el discurso de América Latina sobre China.

Entrando en la tercera década, la investigación ha experimentado nuevos desarrollos, con un número creciente de académicos prestando atención al papel intermediario de organizaciones o individuos más allá de los medios de comunicación principales en el discurso sobre China y la formación de su imagen. Un ejemplo representativo es la discusión del profesor Guo Cunhai (2020) quien considera que los think tanks sobre China en América Latina, que han surgido rápidamente desde el siglo XXI y sus resultados son cruciales, desempeñan un importante papel en la difusión hacia el exterior, formando una "red de estudios sobre China" que no puede ser ignorada. De manera similar, Wang Fei y Hu Wei (2021) también han reconocido el papel de organizaciones e individuos, enfatizando en sus investigaciones el impacto significativo de los think tanks y declaraciones oficiales de América Latina en la implementación de iniciativas. Aunque no se ha utilizado directamente el concepto de líder de opinión, sus trabajos afirman la importancia clave de estos actores en la producción de información y expresión de opiniones. Además, otros académicos han señalado el papel insustituible de los líderes de opinión como puentes en la promoción de la difusión de información a través de la red en su conjunto (Ma, 2023).

La superposición de los cambios profundos que no se han visto en un siglo y la pandemia ha impulsado aún más el desarrollo de la investigación relacionada, especialmente en lo que respecta a la atención a la figuración comunicativa. Los líderes de opinión sobre temas relacionados con China en América Latina se han vuelto más claros y valorados por los académicos. Li Ziyin y Shao Yuming (2021) descubrieron que, durante la pandemia, existía un fenómeno de difusión "ecos de cámara" en los informes sobre China por parte de los medios de comunicación principales de América Latina, guiados por líderes de opinión, y cómo China obtiene el poder discursivo se ha convertido en una cuestión clave. Liu Ying y otros académicos (2020) han propuesto más claramente que, frente a la influencia de la opinión pública occidental, es esencial cultivar líderes de opinión locales en América Latina, prestando atención a las dinámicas de figuras políticas importantes, académicos de think tanks y periodistas de la región, y fortaleciendo la interacción con ellos. Al mismo

tiempo, la academia también ha comenzado a prestar atención a la vasta comunidad de información virtual creada por la diversificación de los medios de hoy en día, señalando que maximizar la influencia de los nuevos medios de comunicación y líderes de opinión en la guía de la opinión pública es un camino necesario para formar una cadena de difusión de opinión pública virtuosa en todos los sectores de la sociedad latinoamericana (Gao, 2022).

En resumen, aunque la investigación existente está cada vez más afirmando la importancia de los líderes de opinión sobre China en América Latina a nivel teórico, y también muestra un interés en su figuración de difusión y el discurso sobre China, aún quedan por explorar cuestiones concretas como la naturaleza de las relaciones y redes entre los líderes de opinión sobre China en América Latina, y las características específicas de sus discursos y actitudes, que son precisamente el foco de este artículo.

3. Metodología y el proceso de la investigación

3.1 Identificación de líderes de opinión

Durante mucho tiempo, los líderes de opinión en asuntos relacionados con China en América Latina han existido de forma vaga en investigaciones anteriores, pero para este estudio, concretar este grupo se ha convertido en un paso y una base necesarios. Aunque hay varios métodos para identificar a los líderes de opinión, incluyendo juicio subjetivo, análisis de redes sociales, y reconocimiento automático, este documento utiliza el método de juicio subjetivo, que es fácil de implementar y relativamente preciso, debido a la profesionalidad y complejidad de los líderes de opinión en asuntos relacionados con China en América Latina. En primer lugar, mediante encuestas y entrevistas a expertos en el campo relevante, definimos el alcance principal de selección de líderes de opinión, que incluye a dignatarios, partidos importantes, think tanks académicos, medios de comunicación relevantes, organizaciones no gubernamentales (ONG) y celebridades de internet en seis categorías. Luego, bajo la guía y sugerencia de expertos, refinamos las características de los líderes de opinión en cada categoría, como se muestra en el Cuadro 1¹.

Clasificación	Definición
Dignatario	Presidentes en ejercicio y ex Presidentes, principales funcionarios de los órganos ejecutivos, legislativos y judiciales
Partido Principal	Principales partidos políticos y sus principales líderes
Think Tank	Organizaciones de investigación especializadas en China y que han publicado informes o noticias relacionadas
ONG	NGO que se ocupan de cuestiones relacionadas con China
Medios	Los principales medios de comunicación, así como los nuevos medios con mayor influencia y visibilidad
Celebridad de Internet	Deportistas, artistas, músicos, presentadores, actores, etc., que han hecho comentarios relacionados con China

Cuadro 1. Líderes de opinión seleccionados y sus definiciones
Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta la gran cantidad de países en América Latina, la identificación subjetiva de líderes de opinión en asuntos relacionados con China se llevó a cabo principalmente en 19 países latinoamericanos como Brasil, Argentina y México². A través de una recolección inicial, obtuvimos un total de 726 líderes de opinión en asuntos relacionados con China en América Latina, y aunque este número no es exhaustivo, ya tiene un amplio alcance.

3.2 Recogida y tratamiento de datos de Twitter

Gracias al desarrollo de la tecnología de la información y el auge de las redes sociales, la transmisión y recepción de información ya no es pasiva o unidireccional; las redes sociales se están convirtiendo gradualmente en un espacio de comunicación cada vez más importante. Como una de las plataformas de redes sociales más populares a nivel mundial, Twitter es una plataforma importante para diferentes medios, instituciones e individuos para transmitir opiniones y expresar información, especialmente en América Latina, donde su difusión y aplicación son particularmente extensas

¹ En el estudio participaron expertos del Instituto Latinoamericano de la Academia de Ciencias Sociales, la Universidad de Negocios Internacionales y Economía, la Universidad de Estudios Extranjeros de Pekín y la Universidad de Pekín.

² Estos diecinueve países representan el 99,89% de la superficie y el 98,97% de la población de América Latina.

(Cao y He, 2023). Según datos del Pew Research Center, no solo individuos, medios y organizaciones civiles han creado cuentas para interacciones frecuentes, sino que muchos políticos y partidos también están utilizando esta plataforma para mostrar y transmitir sus puntos de vista. Por lo tanto, Twitter será la plataforma ideal para este estudio, y si se tiene o no una cuenta de Twitter también puede servir como un criterio de verificación objetivo para ser un líder de opinión en asuntos relacionados con China, ya que la ausencia en plataformas sociales es difícil de definir como una manifestación de transmisión activa de información y opiniones.

Después de buscar y verificar, de los 726 líderes de opinión en asuntos relacionados con China identificados inicialmente, 628 tenían cuentas de Twitter. Para confirmar aún más su precisión, este estudio utilizó nuevamente entrevistas con expertos y encuestas para revisar y discutir la lista de líderes de opinión, y finalmente se determinó que 616 líderes de opinión con cuentas de Twitter que tienen un cierto número de seguidores y tweets serían el objeto de estudio de este documento, como se muestra en la proporción de categorías en el cuadro 2.

Clasificación	Porcentaje	Clasificación	Porcentaje	Clasificación	Porcentaje
Dignatario	50.97%	Think Tank	3.41%	Medios	6.82%
Partido Principal	22.73%	ONG	7.63%	Celebridad de Internet	8.44%

Cuadro 2. Comparación del número de líderes de opinión seleccionados

Fuente: elaboración propia.

Los tweets de los líderes de opinión en asuntos relacionados con China en América Latina y su información adjunta son materiales importantes para este estudio. Con la ayuda de tecnología de rastreo web, recolectamos todos los tweets de estas 616 cuentas desde enero de 2022 hasta enero de 2023, obteniendo un total de 493,382 datos válidos. Luego, con la ayuda de filtros de palabras clave³, obtuvimos un total de 5,659 textos de tweets relacionados con China y su información relacionada (incluyendo tiempo, retweets, menciones y otra información relacional), y después de la estadística, un total de 1,489 cuentas asociadas.

3.3 Metodología

Para las dos preguntas planteadas anteriormente, este documento utilizará diferentes métodos y herramientas para explorar y analizar. La primera es la realización de un análisis de redes. Este es un método de investigación cuantitativo desarrollado por sociólogos sobre la base de la Teoría de Grafos, modelos matemáticos, etc., que proporciona nuevos métodos y perspectivas para analizar la red de relaciones de los actores sociales y la influencia de la red. En la teoría del análisis de redes sociales, las relaciones en red se consideran la clave para comprender la sociedad humana (Tsvetovat y Kouznesov, 2011), y la métrica de la red puede desvelarse con ayuda del método de análisis de redes sociales. En la actualidad, este método se utiliza ampliamente en campos multidisciplinarios como la ciencia política, la economía y la comunicación (Zhu, 2022). Para comprender las características de la difusión de las opiniones relacionadas con China entre los líderes de opinión en América Latina, el estudio utilizará el método de Análisis de Redes Sociales (Social Network Analysis), abstrayendo las relaciones de transmisión de información formadas por "menciones" (mention) y "respuestas" (reply) en 616 cuentas y tweets en nodos y conexiones, revelando visualmente las relaciones e interacciones entre los actores y los miembros de la red de difusión. Este estudio utiliza Gephi 0.10 para el procesamiento visual de la estructura de red compuesta por estos nodos y conexiones, y aplica indicadores relevantes de la red social para analizar las características generales de la red, la cohesión de subgrupos, y las características de los nodos, revelando así de manera más tridimensional la estructura de difusión de la red en niveles macro, meso y micro.

La segunda es el análisis de texto. Para comprender más a fondo las características discursivas relacionadas con los líderes de opinión sobre China en América Latina, este documento adopta el análisis de temas y análisis de sentimientos. Primero, el estudio utiliza el software comúnmente utilizado para el análisis de texto no estructurado, Wordstat, para realizar el procesamiento de segmentación de texto, estadísticas y medición de consistencia temática de los tweets recopilados. Luego, el estudio utiliza modelos de aprendizaje profundo desarrollados en Python para la clasificación de sentimientos de los tweets, seleccionando modelos de aprendizaje profundo como CNN y BILSTM para el entrenamiento del modelo, utilizando un conjunto de entrenamiento codificado específicamente para este estudio y entrenado con la

³ Las palabras clave son: chino(s), china(s), Pekín (Beijing) en español y la grafía completa de los nombres de algunos dirigentes del país.

Sociedad Española de Procesamiento de Lenguaje Natural, y comparando la precisión de los modelos⁴. Los resultados del aprendizaje profundo muestran que la precisión de CNN en el conjunto de prueba fue del 71%, mientras que la de BILSTM fue del 75%. Por lo tanto, el estudio finalmente selecciona el modelo BILSTM para clasificar los sentimientos de todos los tweets y analizar las posturas y actitudes de los líderes de opinión sobre China en América Latina.

4. Resultados de la investigación

4.1 Análisis de redes

Después de organizar las "menciones" (mention) y las relaciones de "respuesta" (reply) en 5659 tweets, utilizando el software de visualización Gephi con el algoritmo ForceAtlas2 para el layout, se obtuvo el modelo de red dirigida mostrado en el gráfico 1. En este modelo, cada nodo representa una cuenta de Twitter diferente, y las conexiones entre diferentes nodos representan las relaciones de transmisión de información entre ellos. A través de la observación y el estudio comparativo utilizando métodos de redes sociales, se encontraron los siguientes descubrimientos:

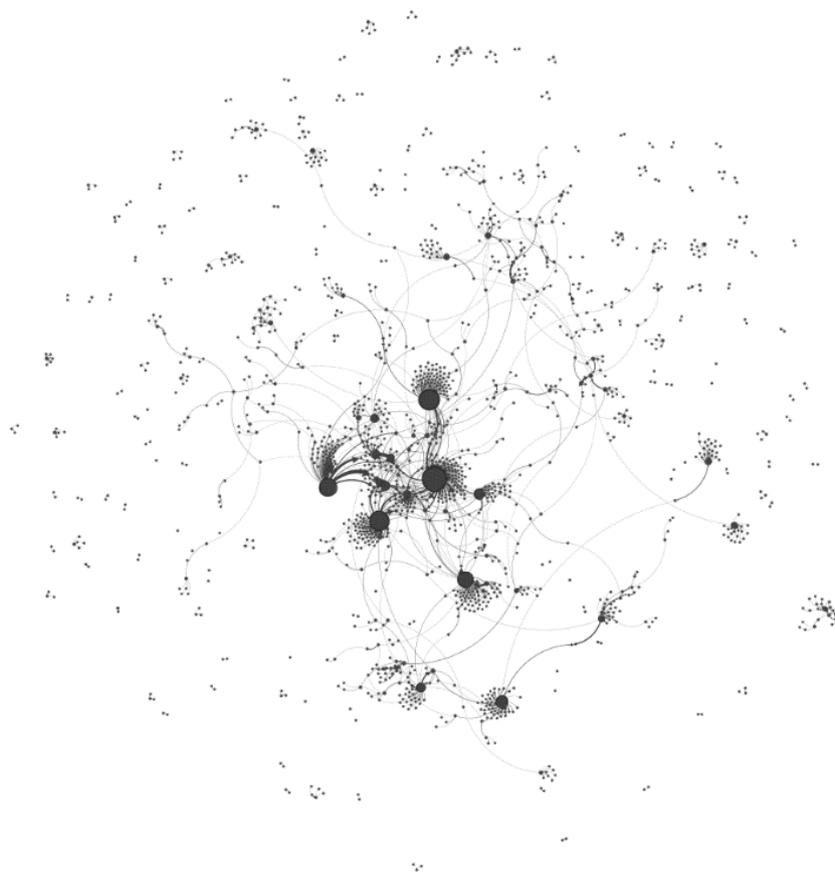


Gráfico 1. Composición en forma de red de los medios sociales de los líderes de opinión latinoamericanos implicados en China
Fuente: elaboración propia.

A nivel macro, la difusión de las opiniones de los líderes muestra una estructura de núcleo-periferia. A través del gráfico 1, descubrimos que, a pesar de que América Latina incluye una gran variedad de países y los líderes de opinión sobre China son de diversas categorías, cada uno con su propio "círculo de contactos", en general, no están completamente aislados entre ellos mismos. En cambio, existe una red "núcleo" interconectada y unida. Por cálculos, encontramos que este núcleo tiene en total 481 nodos, lo que representa el 32.3% de toda la red, con la mayor distancia entre dos nodos siendo de 5 ($d=5$), y una distancia promedio de 1.46 nodos entre todos los nodos. Aunque los actores examinados no fueron seleccionados al azar o de manera exhaustiva, estos datos aún reflejan que entre los líderes de opinión sobre China en América Latina, muchos pueden formar un conocimiento, transmisión o interacción de información entre ellos, aunque no necesariamente sea una comunicación directa. Al mismo tiempo, fuera de la red

⁴ Hemos creado bibliotecas de aprendizaje de datos en español y portugués para que los algoritmos realicen un aprendizaje profundo y optimicen continuamente los modelos analizados en el proceso.

núcleo conectada, también hay nodos en la periferia, que interactúan con otros nodos, en su mayoría tienen un ámbito independiente y no están conectados con la red núcleo, indicando que algunos líderes de opinión sobre China en América Latina tienen un estilo más "individualizado", no comunicándose o compartiendo con otros líderes en temas relacionados con China.

En general, a nivel macro, la red de difusión de opiniones sobre China de los líderes de opinión en América Latina muestra características típicas de núcleo-periferia, es decir, un centro con una gran cantidad de nodos interconectados y nodos periféricos relativamente aislados. Aunque todos son líderes de opinión, las características de comportamiento y las relaciones entre ellos en la red de difusión no son homogéneas, y mientras muchos nodos pueden comunicarse e interactuar entre sí, también existen algunos nodos que parecen estar en una especie de isla de información.

A nivel meso, la red está compuesta por múltiples comunidades, con un fenómeno de agrupación por país significativo. Para descubrir más sobre las características estructurales de difusión de los líderes de opinión sobre China en América Latina, utilizamos el algoritmo de modularidad de Gephi 0.10 para clasificar a los "actores" con similitudes en la estructura de difusión⁵. Después de analizar toda la red, encontramos que existen principalmente 11 comunidades de difusión (subgrupos cohesivos) con similitudes internas en la red, cubriendo 249 nodos, lo que representa el 51.8% de toda la red núcleo. Después de colorearlos respectivamente, el resultado final se muestra en el gráfico 2.

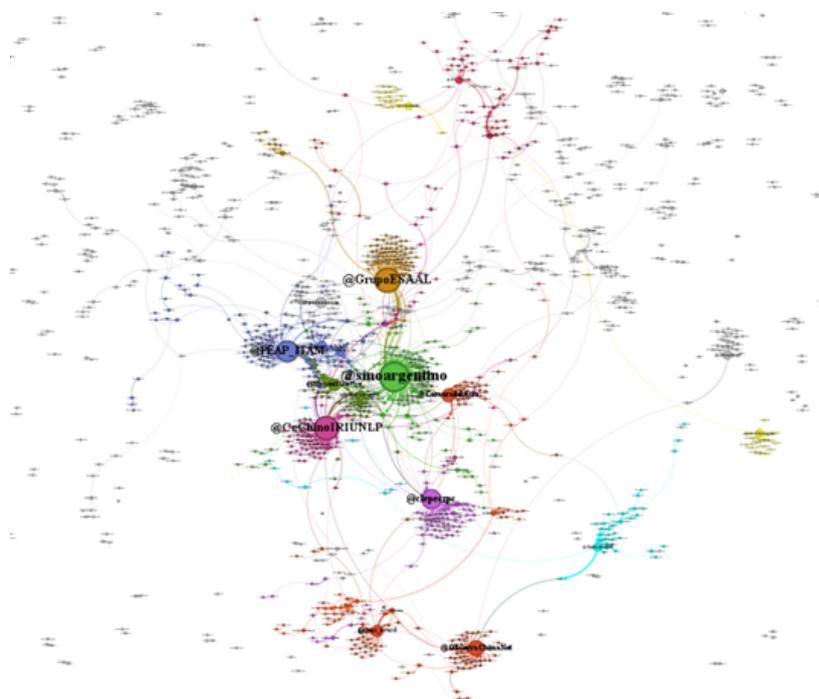


Gráfico 2. Subgrupos cohesionados de la red

Fuente: elaboración propia.

Dentro de las 11 comunidades de difusión, la de mayor tamaño es la comunidad de color púrpura oscuro en el lado izquierdo del gráfico 2. En esta comunidad de difusión de opiniones sobre China, tres think tanks mexicanos, el Proyecto de Estudios Asia-Pacífico (@PEAP_ITAM), el Centro de Estudios China-México (@Cechimex_UNAM), y el Centro de Estudios China-Veracruz (@cechiver_uv), se convierten en los nodos con más conexiones, formando así el núcleo de esta comunidad de difusión. A través de la visualización local de esta comunidad (gráfico 3), podemos observar más claramente las conexiones entre los diferentes actores dentro de la comunidad: los tres think tanks son los interactuantes más cruciales en relación con China dentro del subgrupo, y también son significativos para establecer conexiones entre los diferentes nodos de la comunidad. Por ejemplo, el actual presidente de México, Andrés Manuel López Obrador (@lopezobrador_), es parte de esta comunidad, aunque no interactúa directamente con los mencionados think tanks. Sin embargo, a través de la cuenta de Twitter del Ministro de Relaciones Exteriores de México (@m_ebrard) y Juan Valiente, un director de ONG (@JuanValienteSV), López todavía mantiene una transmisión de información indirecta con ellos, y otros funcionarios del gobierno mexicano que interactúan directamente con el presidente pueden, a su vez,

⁵ En este trabajo se elige 2 como resolución estándar y se obtienen 130 subgrupos.

conectar con estos think tanks y otras cuentas relacionadas a través de él. A través del análisis, descubrimos que, aunque los actores de esta comunidad varían en identidad y categoría, su nacionalidad es una característica común, con más del 70% de las cuentas pertenecientes a entidades mexicanas locales, reflejando en cierto modo que esta comunidad se ha convertido en una red de difusión que agrupa a los líderes de opinión sobre China en México.

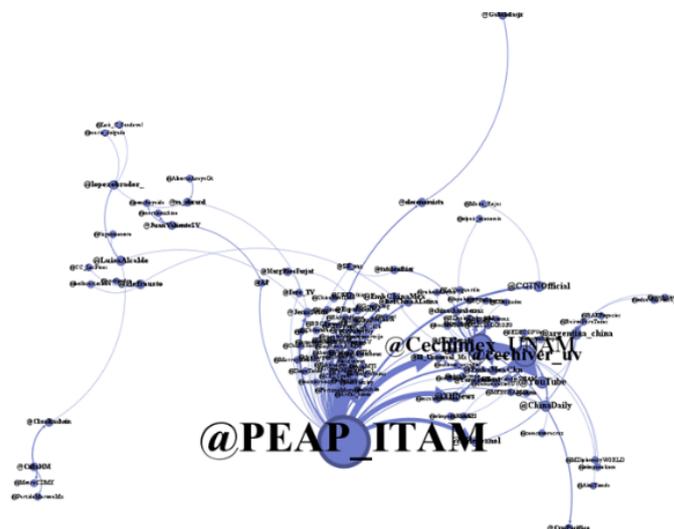


Gráfico 3. Subgrupo púrpura
Fuente: elaboración propia.

Al realizar un análisis estadístico de las otras 10 comunidades, descubrimos que esto no es una coincidencia aislada; diferentes comunidades de difusión muestran asociaciones con sus respectivas etiquetas nacionales. Aunque Gong et al. (2019) ya han revelado el efecto de subgrupos de "círculos culturales" basados en el idioma en el ámbito de difusión mundial, la aparición de subgrupos caracterizados por la nacionalidad en América Latina, predominantemente de habla hispana, sugiere en cierta medida que el país puede ser aún el núcleo de cohesión más microscópico en el ámbito de difusión de los líderes de opinión, lo cual también concuerda con el hecho de que muchos de los líderes de opinión sobre China en América Latina representan posiciones nacionales o oficiales.

Al nivel micro, el estudio se centra principalmente en dos indicadores: la centralidad de grado y la centralidad de intermediación. Dentro del marco del análisis de redes sociales, el primero a menudo refleja la influencia e importancia de un nodo dentro de la red. Por lo general, en una red social, las personas con una alta centralidad de grado pueden ser las más populares, influyentes y clave, capaces de afectar y controlar significativamente el comportamiento y las opiniones de otros en la red. La centralidad de intermediación mide la frecuencia con la que un nodo aparece en todos los caminos más cortos, es decir, el grado en que el nodo actúa como un puente. Cuanto mayor es el índice de centralidad de intermediación de un nodo, mayor es el control del nodo sobre los recursos de la red y más importante es su papel en conectar otros nodos dentro de la red. Esto permite que la información se transmita más rápidamente y de manera más amplia dentro de la red, ejerciendo así una mayor influencia en el funcionamiento y la eficiencia de toda la red. Los rankings de centralidad de grado y centralidad de intermediación calculados por Gephi 0.10 se muestran en el Cuadro 3 y 4, respectivamente.

Ranking	Cuenta	País	Clasificación	Centralidad de Grado
1	@sinoargentino	Argentina	Think Tank	93
2	@GrupoESAAL	Argentina	Think Tank	77
3	@CeChinoIRIUNLP	Argentina	Think Tank	73
4	@PEAP_ITAM	México	Think Tank	64
5	@clepecrpc	Argentina	Think Tank	57
6	@ObservaChinaNet	Brasil	Think Tank	44
7	@CamaradelAsia	Argentina	Cámara de comercio	36
8	@MercedSGiuffre	Argentina	Think Tank	31
9	@cebc_brasil	Brasil	Cámara de comercio	31
10	@Cechimex_UNAM	México	Think Tank	28

Cuadro 3. Top 10 de la centralidad de grado de la red

Fuente: elaboración propia.

Ranking	Cuenta	País	Clasificación	Centralidad de Intermediación
1	@pueaaunam	México	Think Tank	197.5
2	@Cechimex_UNAM	México	Think Tank	124.5
3	@CEAAColmex	México	Think Tank	84
4	@cechiver_uv	México	Think Tank	67
5	@CeChinoIRIUNLP	Argentina	Think Tank	61.5
6	@clepecrpc	Argentina	Think Tank	61.5
7	@cebc_brasil	Brasil	Cámara de comercio	53
8	@CEBRlonline	Brasil	Think Tank	38
9	@China_UCAEPG	Argentina	Think Tank	33.5
10	@alferdez	Argentina	Presidente	33
11	@DiazCanelB	Cuba	Presidente	25.5
12	@ibrachina	Brasil	Think Tank	19
13	@PedroCastilloTe	Perú	Presidente	15

Cuadro 4. Ranking de la centralidad de intermediación de la red

Fuente: elaboración propia.

Del cuadro 3, es evidente que entre los tipos de cuentas con alta centralidad de grado, 8 son think tanks, especialmente los tres primeros think tanks de Argentina tienen una posición de ventaja clara en la centralidad de grado dentro de la red de difusión de opiniones sobre China en América Latina. Los resultados indican que, en la región de América Latina, los think tanks enfocados en estudios sobre China, como líderes de opinión, tienen en general una centralidad de grado más alta en comparación con otros líderes de opinión seleccionados para este estudio, ejerciendo una influencia significativa dentro de la red. Este fenómeno podría no coincidir con las expectativas basadas en la experiencia, ya que, de hecho, muchos políticos, medios de comunicación principales y celebridades en la red con grandes cantidades de seguidores superan a los mencionados think tanks en términos de interacciones después de publicar. Sin embargo, una de las principales razones de esta discrepancia de percepción es que el estudio se centra principalmente en el discurso sobre China, donde los think tanks de diferentes países tienen una frecuencia de actualización más rápida y una profesionalidad más reconocida en temas relacionados. De hecho, al observar más de cerca estas cuentas, se hace evidente que su alta centralidad de grado se debe principalmente a que estos think tanks no solo publican activa y frecuentemente sobre investigaciones, resultados académicos y eventos relacionados con China, sino que también interactúan activamente con académicos de diferentes campos, promoviendo información a otros líderes de opinión. Como productores, transportadores y respondientes de información profesional sobre temas relacionados con China, sus opiniones, discursos y reportes son más reconocidos y valorados, obteniendo así más redistribuciones en la red.

Combinando las nubes de palabras con las palabras clave de estos dos grupos temáticos representativos, podemos clasificar los temas de los discursos sobre China de los líderes de opinión en América Latina en dos categorías principales: La primera categoría de temas se centra principalmente en la dinámica relacionada con la región de América Latina, enfocándose en diferentes instituciones académicas relacionadas con China, personas y eventos en América Latina, como se ve en las palabras de alta frecuencia en la nube de palabras tales como "instituto", "seminario", "foro", "libro" y "revista". Dentro de la primera categoría de temas, el profesor Enrique Dussel Peters se menciona como un "foco" de los discursos sobre China, siendo el director del Centro de Estudios China-México en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y profesor de economía, ha publicado múltiples obras sobre la relación socioeconómica entre China y la región de América Latina, ha impartido conferencias en varias partes de China a lo largo de los años y ha promocionado sus hallazgos de investigación a través de las redes sociales, generando así muchos intercambios y discusiones relacionados con China entre los líderes de opinión sobre China en América Latina. Además, otros individuos mencionados en la nube de palabras con una alta frecuencia, como la directora del Centro de Estudios Chinos del Instituto de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de La Plata (@CeChinoIRIUNLP, Profesora María Francesca Staiano), y el director del Centro de Estudios Chinos de la Universidad Católica Argentina (EPGUCA), Jorge Malena, también son mencionados frecuentemente dentro de este tema, y sus investigaciones y puntos de vista son igualmente temas recurrentes en los discursos de los líderes de opinión sobre China en América Latina.

La segunda categoría de temas se enfoca principalmente en discutir diferentes dinámicas relacionadas con China, principalmente en áreas de diplomacia, economía, política y relaciones internacionales. Observando la nube de palabras, notamos que las "visitas/encuentros" entre líderes chinos y latinoamericanos, y conceptos expresados por China como "desarrollo", "cooperación", "tecnología" y "salud" son contenidos de interés dentro de esta categoría temática, con la iniciativa "Belt and Road" (ruta) apareciendo 68 veces y siendo ampliamente discutida en la red. En el contexto de la continua expansión de empresas chinas en América Latina y el flujo de capital hacia la región, "comercio" e "inversión" también son temas importantes para los líderes de opinión. A través del análisis de las citas originales, este estudio encontró que estos contenidos incluyen, pero no se limitan a, tratados de libre comercio, volumen total de comercio y su balance, comercio de productos agrícolas, comercio de materias primas y la Exposición Internacional de Importaciones de China. Al mismo tiempo, aunque no directamente relacionados con América Latina, los líderes de opinión también prestan atención a las acciones y posturas de China en asuntos regionales, como se refleja en las palabras "Ucrania", "Rusia", "EE.UU.", "Asia" y "Pacífico" en la nube de palabras. Estas palabras representan un resumen de los temas sobre China de interés para los líderes de opinión en América Latina, reflejando sus múltiples preocupaciones desde una perspectiva más oficial.

Después de evaluar con el modelo de aprendizaje profundo BILSTM entrenado para este estudio, encontramos que la situación emocional de los comentarios sobre China por parte de los líderes de opinión en América Latina se presenta de la siguiente manera:

Resultados	Cantidad	Porcentaje
Positivo	666	11.8%
Neutral	4031	71.2%
Negativo	963	17.0%

Cuadro 6. Resultados del análisis sentimientos de los textos discursivos chinos obtenidos

Fuente: elaboración propia.

Los resultados del análisis preliminar muestran que, entre las tres polaridades, los textos de discurso neutro tienen la mayor proporción. A través de la localización y análisis más detallado de los discursos relacionados, se puede observar que el contenido principal de los comentarios neutrales generalmente involucra una serie de hechos objetivos o comportamientos de China, como "la desaceleración de la tasa de inflación en China" o "las continuas compras de China de materias primas", sin mezclar ninguna emoción personal, juicio subjetivo o posición política, siendo más bien una expresión y declaración neutra. Su proporción relativamente alta indica que, en la red de discursos sobre China formada por líderes de opinión en América Latina, la mayoría de la información puede adherirse a los hechos, transmitiendo información sobre China de manera objetiva a su audiencia. Esto puede deberse, por un lado, a una actitud más cautelosa por parte del colectivo de líderes de opinión, y por otro lado, en gran medida gracias a las discusiones objetivas aportadas por los think tanks involucrados en temas sobre China en la red, como se demuestra por la frecuencia con que aparecen palabras como "seminario" (143 veces) y "webinar" (59 veces) en los textos neutrales, indicando que las investigaciones y conferencias publicadas constituyen una parte importante del contenido neutral.

	Palabras Claves	Coherencia	Eigenvalor
Positivo	Francesca Staiano María; Cechinoiriunlp; Compartido; Humanidad; Franja y Ruta Iniciativa; Futuro; Evento; Comunidad	0.390	4.07
Negativo	Empresariales; Humanos Derechos; Actividades; América Latina; Internacionales; Cidha; chinas; Informe; Inversiones; Casos	0.574	5.16

Cuadro 7. Temas del discurso sobre China entre los líderes de opinión de los países latinoamericanos

Fuente: elaboración propia.

Desde la perspectiva de los textos con discursos positivos, en los últimos años, dos importantes iniciativas propuestas por China, es decir, la Iniciativa de la Franja y la Ruta y la construcción de una Comunidad de destino común China-Latinoamérica, han generado en gran medida elogios y apoyo de líderes de opinión en América Latina, especialmente de think tanks y académicos. Un análisis más detallado de los textos con emociones positivas revela que algunos líderes de opinión políticos también han expresado puntos de vista favorables, sugiriendo que sus países deberían firmar acuerdos de cooperación con China dentro del marco de estas dos áreas. Además de las pistas proporcionadas por el análisis de consistencia temática, este estudio también encontró que los últimos desarrollos en las relaciones bilaterales entre China y los países latinoamericanos y la cooperación bilateral en salud basada en la pandemia constituyen un contenido importante en los textos positivos.

Desde la perspectiva de los discursos negativos, el análisis de consistencia temática también proporcionó claras pistas de referencia, es decir, el "Colectivo sobre Finanzas e Inversiones Chinas, Derechos Humanos y Ambientales" (CICDHA) ha escrito varios informes de investigación que difaman y calumnian las inversiones chinas en América Latina y las operaciones de empresas chinas en la región, alegando efectos ambientales negativos y falta de respeto por los derechos humanos básicos de las personas locales. Además, este estudio también encontró críticas y malentendidos en los textos negativos sobre la política de "un país, dos sistemas" de China y las medidas de confinamiento adoptadas por el gobierno durante la pandemia.

5. Conclusión

Este artículo combina el sistema teórico del análisis de redes sociales con métodos comunes de análisis de texto para revelar la estructura de difusión y las características discursivas de los comentarios sobre China por 616 líderes de opinión en América Latina en las plataformas de redes sociales entre 2022 y 2023. Los hallazgos muestran que, en términos de estructura de difusión, existe una típica estructura núcleo-periferia entre los líderes de opinión sobre China en América Latina, con agrupaciones basadas en diferentes nacionalidades. El análisis a nivel micro de actores específicos reveló que los think tanks tienen una influencia significativa y la capacidad de facilitar el flujo de información en la red de difusión, siendo participantes clave en la difusión de discursos sobre China por parte de los líderes de opinión en América Latina. En cuanto a las características discursivas, tanto las dinámicas relacionadas con China en América Latina como las actitudes y comportamientos del lado chino capturan la atención de estos líderes de opinión. Para el primero, se da más importancia a los académicos latinoamericanos y sus teorías y resultados, mientras que en el segundo, diferentes conceptos y relaciones entre China y América Latina se convierten en los principales temas de interés. Además, el estudio encontró que la mayoría de los discursos sobre China son objetivos y neutrales, y las iniciativas de alto nivel relacionadas con el bienestar de los pueblos de China, América Latina y el mundo provocaron discusiones positivas significativas. Sin embargo, al mismo tiempo, se encontró preocupante el discurso sobre empresas chinas, derechos humanos y temas ambientales.

Bibliografía

- (Cheng et al., 2015) Cheng, H., Huang, G. & Zheng, L. (2015). *Estudio comparativo de software para el análisis de texto no estructurado: Caso de KH Coder y Wordstat*. Libros e Información, 4: 110-117.
- (Cui y Xu, 2018) Cui, S. y Xu, H. (2018). El papel y la ruta de los chinos y chinos de ultramar en la construcción de la "Comunidad de destino común China-Latinoamérica". *Estudios Latinoamericanos*, 1: 36-55.
- (Cao y Zhao, 2019) Cao, W. y Zhao, Y. (2019). La imagen de China en los medios de comunicación principales de Argentina: Un análisis crítico del discurso sobre la cobertura del XIX Congreso Nacional del PCCh. *Revista de la Universidad de Lenguas Extranjeras de Xi'an*, 3: 37-42.
- (Chen y Xiong, 2022) Chen, H. y Xiong, Z. (2022). Medios de comunicación y estructura de comunicación: Una investigación analítica de conceptos de transición en estudios de mediatización. *Revista Global de Estudios de Medios de Comunicación*, 9: 123-142.
- (Cao y He, 2023) Cao, X. y He, M. (2023). Estudio sobre la difusión y recepción del pensamiento de la "Comunidad de destino común de la humanidad" en el ámbito cultural de habla hispana. *Publicación Moderna*, 2: 101-114.

- (Gong et al., 2019) Gong, W., Zhu, M., Zhang, S. y Luo, J. (2019). Hegemonía mediática, círculos culturales y la difusión global del discurso orientalista: Un estudio basado en la opinión pública sobre China en el gran conjunto de datos GDELT. *Investigación Sociológica*, 5: 138-164.
- (Guo, 2020) Guo, C. (2020). Estudios sobre China en América Latina: Revisión y perspectivas. *Revista de la Universidad de Ciencia y Tecnología del Suroeste*, 5: 1-6.
- (Gao, 2022) Gao, W. (2022). Análisis y evaluación de la percepción de la iniciativa "La Franja y la Ruta" por parte de los think tanks latinoamericanos y estrategias de respuesta de la diplomacia pública china. *Frontera*, 3: 8-18.
- (Jiang, 2013) Jiang, S. (2013). Cinco preguntas sobre las relaciones China-Latinoamérica. *Estudios Latinoamericanos*, 5: 3-9.
- (Lazarsfeld y Gaudet 1948) Lazarsfeld, P., B. Berelson & H. Gaudet. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- (Liu, 2013) Liu, X. (2013). Debilitamiento del modelo de "Diseminación de Segundo Nivel" en el entorno de las redes sociales. *Universidad de Periodismo*, 4: 96-107.
- (Liu et al., 2020) Liu, Y., Mao, W. y Wu, X. (2020). Comunicación y conexión a través del Pacífico: Un estudio sobre el grado de conocimiento de la audiencia de la iniciativa "La Franja y la Ruta" en América Latina. *Noticias y Escritura*, 6: 84-92.
- (Ma et al., 2023) Ma, X., et al. (2023). Detection and analysis of emergency topic in social media considering changing roles of stakeholders. *Online Information Review* 47, 2: 238-258.
- (Rogers y Cartano, 1962) Rogers, E. M. y D. G. Cartano. (1962). Methods of measuring opinion leadership. *Public Opinion Quarterly* 26, 3: 435-441.
- (Sang y Xu, 2011) Sang, L. y Xu, Z., (2011). El mecanismo de formación e influencia de los líderes de opinión en Weibo. *Comunicación Contemporánea*, 3: 12-14.
- (Tsvetovat y Kouznetsov, 2011) Tsvetovat, M., y Kouznetsov, A. (2011). *Social Network Analysis for Startups: Finding connections on the social web*. O'Reilly Media, Inc.
- (Wang y Hu, 2021) Wang, F. y Hu, W. (2021). Estado actual, problemas y lecciones de la construcción conjunta de la "La Franja y la Ruta" entre China y América Latina: Desde la perspectiva de la investigación de los think tanks. *Revista de la Universidad de Chongqing*, 4: 71-82.
- (Wang, 2022) Wang, Z. (2022). Estudio de la opinión pública de los chinos en el mundo hispanohablante en el contexto de la pandemia: Un análisis de big data basado en Twitter. *Investigación Histórica de los Chinos de Ultramar*, 2: 47-59.
- (Yang, 2019) Yang, J. (2019). Estudio sobre la cobertura del pensamiento de Xi Jinping sobre la gobernanza del país en los principales medios de comunicación de México: Casos de El Universal, Reforma y Milenio. *Comunicación Internacional*, 5: 36-52.
- (Yang, 2020) Yang, Z. (2020). ¿Cuál es el significado estratégico de la región de América Latina donde las grandes potencias compiten intensamente? *Foro del Pueblo*, 2: 126-129.
- (Zhong, 2018) Zhong, D. (2018). Análisis de la tendencia en la cobertura de la iniciativa "La Franja y la Ruta" en los principales medios de comunicación de Brasil. *Comunicación Internacional*, 2: 44-50.
- (Zhu, 2022) Zhu, W. (2022). Análisis de las Relaciones Comerciales entre China y los Países Latinoamericanos-Basado en la Teoría del Análisis de Redes Sociales. *Ibero-América Studies* 3, 1: 81-90.
- (Li y Shao, 2021) Li, Z. y Shao, Y. (2021). Análisis del impacto de los canales de comunicación de crisis y las percepciones existentes en los resultados: Un estudio de caso de la cobertura de la pandemia de COVID-19 relacionada con China en los principales medios de comunicación de América Latina. *Comunicación Internacional*, 8: 73-78.

Artículo [ES]

La comunicación regional en el contexto del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina: una observación participativa en la producción de documental

Regional communication in the context of mutual learning for development between China and Latin America: a participatory observation in documentary filmmaking

Cunhai Guo¹, Yang Dai²

¹Investigador del Departamento de Estudios Sociales y Culturales
Instituto de América Latina (ILAS) de la Academia China de Ciencias Sociales (CASS), Beijing, China
Email: clovis@126.com; ORCID: 0000-0003-4256-6240

²Maestranda de la Escuela de Política y Economía Internacional
Universidad de la Academia China de Ciencias Sociales, Beijing, China
Email: deardai1999@163.com; ORCID: 0009-0006-8649-6888

[ES] Resumen: Con el avance de la globalización económica y los cambios en el panorama político y económico mundial, la cooperación al desarrollo Sur-Sur se enfrenta a nuevas necesidades y retos. La investigación interdisciplinaria entre la comunicación para el desarrollo y el análisis regional puede proporcionar apoyo intelectual para la promoción del aprendizaje mutuo entre China y América Latina. A través de la planificación, creación y difusión del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, este papel responde a la pregunta de cómo podemos hacer uso de la práctica de desarrollo de China para hacer un buen trabajo de diálogo interregional, y utilizar la plataforma de los medios de comunicación para difundir el conocimiento público y lograr el aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina. El papel sostiene que la participación en profundidad de expertos regionales puede proporcionar un mejor apoyo intelectual; la selección de contenidos que equilibren las diferencias internas y externas favorece más la difusión internacional; la perspectiva narrativa del "otro" puede lograr la descentralización de la difusión y aumentar la atención del "otro"; y la cooperación con los canales locales puede ayudar a precisar la audiencia y aumentar la accesibilidad del contenido.

Palabras clave: aprendizaje mutuo, relaciones China-América Latina, comunicación regional, documental

[EN] Abstract: With the advancement of economic globalization and changes in the global political and economic landscape, South-South development cooperation is facing new needs and challenges. Interdisciplinary research between development communication and regional analysis can provide intellectual support for the promotion of mutual learning between China and Latin America. Through the planning, creation and dissemination of the documentary film *Latin Youth in Rural China*, this paper answers the question of how we can make use of China's development practice to do a good job of inter-regional dialogue, and use the media platform to disseminate public knowledge, and achieve mutual learning for development. The paper argues that in-depth involvement of regional experts can provide better intellectual support; content selection that balances internal and external differences is more conducive to international dissemination; the narrative perspective of the "other" can achieve decentralization of dissemination and increase attention to the "other"; and cooperation with local channels can help to pinpoint the audience and increase the accessibility of content.

Keywords: mutual learning, China-Latin America relations, regional communication, documentary film

Cita: Cunhai, G., & Yang, D. (2024). La comunicación regional en el contexto del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina: una observación participativa en la producción de documental. *Ibero-América Studies*, 7(1), 26-37.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.04>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: enero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

Intercambios y aprendizaje mutuo entre las civilizaciones son el requisito esencial para el desarrollo de las civilizaciones (Dai, 2023). América Latina y el Caribe (en lo sucesivo, América Latina) es una de las regiones con mayor concentración de países en desarrollo del mundo, y es también una región clave para que China promueva la cooperación internacional al desarrollo. Con el establecimiento de la Asociación Integral China-América Latina, la cooperación China-América Latina se está expandiendo más allá de los ámbitos políticos y económicos tradicionales hacia niveles más profundos y elevados de intercambios humanísticos, intercambio de experiencias y aprendizaje mutuo de civilizaciones (Guo, 2021).

Tras la independencia democrática, los países latinoamericanos han pasado por cuatro etapas principales de desarrollo: las exportaciones primarias, la industrialización por sustitución de importaciones, la "crisis de la deuda" y las reformas neoliberales. Históricamente, en América Latina siempre ha habido grandes grupos de pobres, tanto en periodos de auge económico como de recesión. Desde las décadas de 1950 y 1960, muchos países latinoamericanos han experimentado una migración a gran escala del campo a la ciudad, y el nivel de urbanización ha ido en aumento, pero con características únicas de baja calidad (Fan y Wang, 2021). Tras la "crisis de la deuda", debido a la falta de crecimiento económico, la excesiva dependencia del gasto social, la injusta distribución de los ingresos y el imperfecto sistema de seguridad social, América Latina ha experimentado una "pobreza de crecimiento" (Zheng y Yu, 2018). Para resolver el problema de la pobreza, los gobiernos latinoamericanos también han propuesto muchas medidas correspondientes. El comienzo del siglo XXI marcó principalmente una ola de políticas de izquierda en América Latina. Los gobiernos de izquierda propusieron dos programas de desarrollo alternativos, el neodesarrollismo y el "socialismo del siglo XXI". Sin embargo, los gobiernos de izquierda de este período gobernaron principalmente con la ayuda de los ingresos generados por el auge de las materias primas, y la base para el ajuste de las políticas era débil e inestable, por lo que aún no lograron establecer un modelo de desarrollo nuevo y sostenible que pudiera sustituir realmente al neoliberalismo (Fang, 2019). Algunos gobiernos latinoamericanos han absorbido las ideas y cosmovisiones de los pueblos indígenas y han propuesto el "Buen Vivir" (que significa una buena vida basada en una perspectiva social y ecológicamente ampliada) y lo han incorporado a sus constituciones. "Buen Vivir" es un esfuerzo por romper las teorías del crecimiento económico ilimitado, el progreso lineal y el antropocentrismo, y tratar de establecer un orden socioeconómico alternativo (Gudynas y Liu, 2017).

Tanto América Latina como China han sido vistas históricamente por los países occidentales como mercados de trabajo, mercados de dumping y productores de materias primas. Cómo evitar caer en la trampa del "crecimiento sin desarrollo" es una cuestión a la que se enfrentan los países en desarrollo, incluidos China y América Latina. Desde la reforma y la apertura, 770 millones de personas de las zonas rurales en China han salido de la pobreza, ocupando más del 70% de la reducción de la pobreza mundial en el mismo periodo (Wang y Chen, 2022). El 25 de febrero de 2021, el Secretario General, Xi Jinping, anunció en la Conferencia nacional para revisar la lucha contra la pobreza que la batalla contra la pobreza había alcanzado una amplia victoria y que China había logrado la ardua tarea de erradicar la pobreza absoluta. China ha alcanzado el objetivo de reducción de la pobreza de La Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible 10 años antes de lo previsto, erradicando históricamente la pobreza absoluta, haciendo grandes contribuciones a la causa de la reducción de la pobreza para la humanidad y proporcionando una rica experiencia para el cumplimiento de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible. Sin embargo, la eliminación de la pobreza absoluta es sólo una etapa de la victoria, y cómo lograr el desarrollo sostenible y promover la gobernanza global son las preguntas que China necesita responder con urgencia. Por lo tanto, investigar el desarrollo y el aprendizaje mutuo entre China y América Latina en una nueva relación de intercambio y cooperación es esencial para explorar el camino de la cooperación Sur-Sur.

Sin embargo, Algunos medios latinoamericanos han cuestionado los logros de China en la reducción de la pobreza, centrándose en los siguientes aspectos: en primer lugar, algunos medios latinoamericanos creen que existen ciertos problemas con los estándares de pobreza y la sostenibilidad de la erradicación de la pobreza propuestos por China: Por ejemplo, el medio Política Exterior sostiene que algunas de las personas que han salido de la pobreza dependen excesivamente de las transferencias para su consumo, y que una vez que el gobierno ponga fin a las transferencias, es posible que tengan que volver a caer en condiciones empobrecidas (Política Exterior, 2021). En segundo lugar, algunos medios latinoamericanos también están más preocupados por la posible mala gestión en el proceso de erradicación de la pobreza, como la corrupción y la voluntad de la gente. El medio mexicano Crónica cuestionó si las políticas de transferencia de vivienda y empleo del programa de "reubicación" se basaran en la libre voluntad de las personas, y criticó la falta de transparencia y participación en el proceso de toma de decisiones (Crónica, 2021). En tercer lugar,

también hay algunos medios de comunicación latinoamericanos que se preocupan por los futuros retos a los que puede enfrentarse la China rural. El diario argentino Clarín identifica el rapidísimo envejecimiento de la población rural como un reto importante (Clarín, 2022). El Clarín también sugiere que la escasa transferencia de tierras limita una mayor integración de los agricultores chinos en la vida moderna (Clarín, 2019).

Académicos latinoamericanos también han cuestionado la calidad y la sostenibilidad de los logros de China en la reducción de la pobreza. La académica Hannah Wanjie Ryder sostiene que, dado que China tiene menos experiencia en la reducción de la pobreza urbana, la pobreza en tales regiones puede ser más difícil de reducir. Por lo tanto, al igual que el éxito de China en la reducción de la pobreza rural puede servir de modelo para otros países, el éxito de otros países en la gestión de la pobreza urbana puede -y debe- ayudar a orientar los esfuerzos de China (Ryder, 2017). Según el académico Esteban Zottele de Vega, "en las últimas décadas, la pobreza en China ha disminuido y la calidad de vida ha mejorado, pero la desigualdad de ingresos también ha aumentado. Además, la industrialización ha tenido un enorme impacto en el medio ambiente. Los nuevos retos traerán nuevas soluciones. ¿Cómo lograr una mejor distribución del ingreso sin perder de vista el desarrollo del país? ¿Cómo mantener o aumentar los niveles de producción cuidando al mismo tiempo la protección del medio ambiente? Todas estas son preguntas a las que China se enfrentará en el futuro (de Vega, 2011)."

Ante una situación mundial confusa, hay muchos problemas urgentes a los que hay que dar respuesta, por ejemplo, cómo resolver los problemas de desarrollo a los que se enfrentan China y América Latina, y cómo promover conjuntamente la comunidad de destino China-América Latina hacia una nueva etapa. Desde la perspectiva de la comunicación regional, y a través de la planificación, creación y difusión del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* (我们的田野:拉美青年蹲点记), este papel pretende responder a la pregunta de cómo podemos hacer un buen uso de la práctica del desarrollo de China para entablar diálogos interregionales, y hacer uso de las plataformas mediáticas para difundir el conocimiento público y lograr un aprendizaje mutuo para el desarrollo.



Figura 1. "Narradores en el campo"-Cartel del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*

Fuente: CGTN

2. Comunicación regional y problemas clave

La comunicación regional en el contexto del aprendizaje mutuo para el desarrollo es tanto un tema académico como un ámbito político. Como ámbito político, funciona mediante el uso de los medios transnacionales como vehículos y de

los conocimientos del desarrollo como contenido para generar un diálogo entre países sobre prácticas de desarrollo. Como tema académico, es naturalmente interdisciplinario, con dos antecedentes disciplinarios: comunicación para el desarrollo y el análisis regional (Zhang y He, 2002).

Los medios de comunicación son un vehículo importante para los intercambios y el aprendizaje mutuo entre diferentes civilizaciones, así como una herramienta importante para formar una asociación plural y nueva de intercambio entre China y América Latina. Para la implementación de La Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible y lograr el objetivo general de la erradicación de la pobreza, la UNOSSC ha redactado Proyecto de Marco Estratégico de la Oficina de las Naciones Unidas para la Cooperación Sur-Sur, 2022-2025, que señala que la cooperación Sur-Sur requiere la creación conjunta y el uso de conocimientos sobre la cooperación Sur-Sur y triangular, y subraya la importancia de fortalecer la comunicación estratégica. La UNOSSC considera que el Sur favorece la producción y el intercambio directo de conocimientos para que los países que tratan de escapar de la pobreza y la dependencia de ayuda los emulen (UNOSSC, 2022). En la actualidad, los medios de comunicación chinos se centran demasiado en los mercados y audiencias en Europa y Estados Unidos, descuidando la comunicación e interacción efectivas con los países vecinos y en desarrollo con una especial relevancia geopolítica.

La comunicación para el desarrollo se ha descrito como "comunicación para el desarrollo y el cambio social" (Servaes y Malikhaio, 2014). La teoría de la comunicación para el desarrollo se originó en la década de 1950, cuando la educación y la comunicación se consideraban las estrategias más eficaces para alcanzar a los países industrializados. En la década de 1970, los especialistas del periodismo de los países en desarrollo propusieron informar sobre el desarrollo de sus países desde una perspectiva positiva, para romper el desequilibrio y la desigualdad en la comunicación internacional de noticias y establecer un nuevo orden mundial de la comunicación de noticias (Wang, 1999). En la actualidad, una parte de la investigación académica sobre la comunicación para el desarrollo gira en torno a dos temas principales: el desarrollo y la capacitación. Robert Agunga sostiene que muchos de los problemas actuales de desarrollo y capacitación se centran en la comunicación, y se resuelven mejor desde un enfoque de ciencias sociales de la comunicación en el desarrollo (Agunga, 1997:385-396; Altafin, 1991). Cees Jan Hamelink, por su parte, propone hacer hincapié en la importancia de las diversas identidades culturales y los derechos humanos en la comunicación para el desarrollo en defensa del desarrollo nacional, así como de los movimientos minoritarios (Hamelink, 1994: 37). Karin Gwinn Wilkins y Bella Mody sostienen que centrarse en el poder es el núcleo de la vía crítica para llevar a cabo la investigación académica (Wilkins y Mody, 2001).

El análisis regional surgió por primera vez en el mundo académico estadounidense posterior a la Segunda Guerra Mundial, al servicio de los intereses nacionales globales de Estados Unidos y centrados en las realidades de las regiones asiáticas, africanas y latinoamericanas (Milutinović, 2019: 1-18). Aparte de los aspectos ideológicos, los principales puntos de crítica del análisis regional son los siguientes: Está cada vez más poblado de conceptos difusos que carecen de claridad y son difíciles de probar y operar. Muchos análisis se basan en anécdotas o estudios de casos singulares, mientras que se ignoran los casos contrarios y las investigaciones más exhaustivas y comparativas. Además, a menudo no se discute adecuadamente la metodología. Esta tendencia ha ido acompañada de un creciente distanciamiento de la promoción política (Markusen, 2003). Por ello, algunos estudiosos sostienen que el análisis regional no tiene un núcleo disciplinar propio y que necesitan integrarse con otras ciencias sociales para producir investigaciones significativas.

La forma en que se integran la comunicación para el desarrollo y el análisis regional es a través del concepto y la práctica de la "localización". El término "región" en el contexto de la comunicación regional se connota más hacia las zonas económicas y culturales, y su denotación se limita al territorio de un país o una región. La identidad de los países en la comunicación internacional ha pasado de ser el de "difusores de información" al de "creadores de conocimiento", utilizando los medios de comunicación de masas como plataforma para proporcionar a los países en desarrollo bienes públicos de nuevos conocimientos y contenidos. Gracias al desarrollo de las tecnologías de la comunicación y a la aceleración de los procesos de integración regional, la influencia de la geografía en la comunicación internacional se ha reducido considerablemente, pero las diferencias culturales, los niveles de desarrollo económico, las tecnologías de la comunicación en las distintas regiones, etc., siguen ampliando el comportamiento y la eficacia de la comunicación internacional. Robert Huesca y Wangxu han planteado la discrepancia entre la teoría y la realización de la "comunicación regional". Sostienen que no todas las teorías occidentales sobre la comunicación para el desarrollo se llevan a la práctica. Una de las principales razones es que no se considera a la luz de las condiciones específicas de cada país en el estudio de la relación entre comunicación y desarrollo social, y que dicha función se ve desviada por diversos factores como el nivel de desarrollo económico, las actitudes tradicionales, los sistemas políticos y los hábitos de vida (Wang, 1999; Huesca, 2003). Yang Haitao también sugiere que los países en desarrollo no han localizado plenamente la herramienta teórica de la comunicación para el desarrollo, ni han aplicado racionalmente esta herramienta en una posición de sus propias

situaciones reales y con sus culturas nacionales, lo que ha dado lugar a diversas reacciones de exclusión (Yang, 2004). Linje Manyozo sostiene que las historias del Sur son más eficaces en las teorías y prácticas que se centran en la comunicación mediática y el desarrollo. Esto se debe a que estas historias proceden de quienes las han experimentado (Manyozo, 2012: 34).

En la actualidad, la investigación sobre la comunicación regional para el desarrollo es relativamente nueva en el mundo académico, y son más atípicas las investigaciones que consideran los medios de comunicación como una plataforma para la producción de conocimiento público en el campo interactivo de las relaciones internacionales, o se centran en regiones específicas. Tanto las relaciones internacionales como la comunicación internacional son discursos prácticos, es decir, independientemente de su forma, están relacionados de alguna manera con "cómo debemos comportarnos". Pero no podemos responder a la pregunta de "cómo comportarnos" si no examinamos el mundo en el que vivimos y entendemos lo que intentamos conseguir (Reus-Smit y Snidal, 2008: 7). En este sentido, el análisis regional confiere a la comunicación para el desarrollo una rica base de investigación académica y valor político.

En el contexto de cambios profundos no vistos en un siglo, China se enfrenta al reto interno de integrar su propia gobernanza con la gobernanza mundial, y al dilema externo de la producción y difusión de conocimientos para la cooperación y el desarrollo Sur-Sur. Por otra parte, América Latina, que se encuentra bajo un orden político y económico internacional desigual, ha experimentado un desarrollo más lento tras la epidemia, y los problemas de pobreza y desempleo han aumentado drásticamente, lo que puede conducir a una otra "década de regresión". Por lo tanto, este documento analizará cómo China y América Latina pueden participar en la producción de conocimiento y el aprendizaje mutuo para el desarrollo utilizando los medios de comunicación como portadores de contenido y plataforma de diálogo desde la perspectiva de la comunicación regional.

3. Metodología de la investigación

Para debatir cómo los medios de comunicación pueden considerarse como una plataforma para la producción de conocimiento público en el campo interactivo de las relaciones internacionales, y cómo utilizarlos para un buen intercambio y aprendizaje mutuo China-América Latina, este documento adoptará la metodología del estudio de casos y la observación participativa para hacer descripciones e interpretaciones con profundidad. Debe quedar especialmente claro que América Latina en este documento se refiere a la región americana al sur de Estados Unidos, incluyendo México, América Central, las Antillas y América del Sur. América Latina no es un concepto geográfico, sino que hunde sus raíces en su historia, sus pueblos, sus culturas, sus lenguas y sus rutas de desarrollo (Zhang, 1991).

Para la selección de casos, este papel opta por analizar la práctica creativa y las rutas de comunicación regional del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, producido por la CGTN (Red de Televisión Global de China)-español. El documental fue filmado entre junio y julio de 2022 en la aldea de Tianba (田坝), condado autónomo de Beichuan Qiang (北川羌族自治县), provincia de Sichuan, que alberga a más de 1.000 personas de las etnias Qiang, Han y tibetana. El documental fue emitido en octubre de 2022, y recibió una gran respuesta por parte de chinos y latinoamericanos. En un mes de emisión, la CGTN publicó un total de 271 artículos relacionados en todas plataformas globales, con 35.243.000 lectores de artículos, 598.000 interacciones y 5.262.000 espectadores individuales de vídeos, cosechando interacciones y comentarios positivos de internautas de países hispanohablantes. Otra razón importante por la que este documento elige *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* como caso de estudio es que, a diferencia de la mayoría de los documentales que narran directamente la gran narrativa de la prosperidad en la historia de China, este documental se filma en el campo chino, optando por filmar en el contexto de la "reducción selectiva de la pobreza" y la "estrategia de revitalización rural", utilizando la historia del desarrollo en curso de China.



Figura 2. "Cultivadoras de té"-Cartel del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*

Fuente: CGTN

El proyecto del documental duró un año y medio, y el investigador participó en la investigación preliminar, la filmación y la postproducción del documental mediante la observación participativa, y obtuvo una gran cantidad de datos textuales y visuales de primera mano a partir de la investigación de campo. Del 18 de julio al 22 de julio de 2021, un equipo de investigación formado por el Dr. Guo Cunhai, Director del Departamento de Estudios Sociales y Culturales del Instituto de América Latina (ILAS) de la Academia China de Ciencias Sociales (CASS), y el Dr. Cui Zhongzhou, Profesor Asociado de la Southwest University of Science and Technology (SWUST), así como el Dr. Pei Zhao, Doctor en Arquitectura de la Southeast University (SEU), realizaron su primera visita a la aldea de Tianba para un estudio de revitalización rural, con el fin de explorar las posibilidades de utilizar el desarrollo rural de China para promover el aprendizaje mutuo del desarrollo entre China y América Latina. En el año siguiente, el equipo del profesor Guo Cunhai se arraigó en el terreno, visitó y cotejó en varias ocasiones los recursos naturales, las industrias especiales, las historias acerca el terremoto, así como el folclore de la aldea de Tianba y sus aldeas vecinas, y realizó grandes esfuerzos para contribuir a la filmación de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, lo que proporcionó una guía académica al documental. A través de la producción de este documental, tratamos de averiguar la particularidad y la generalidad de la situación de la comunicación regional, y llevar a cabo una investigación y una perspectiva de las actividades de comunicación regional basadas en este caso particular.

4. El "otro" y la cooperación: prácticas regionales de comunicación

Basado en el "reducción selectiva de la pobreza" y la "estrategia de revitalización rural" de China, *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* consta de tres episodios: un investigador de México realiza un viaje en Beichuan, El lejano encanto del té y Flor entre las nubes. A través de las experiencias en la zona rural de tres jóvenes latinoamericanos de Argentina, Cuba y México - F. Rafael Robertos Matsushima, Joaquín Estrader y David Ramírez, el documental explora en profundidad sobre las políticas de China y América Latina en materia de reducción ecológica de la pobreza y desarrollo sostenible. Lo más destacado del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* es la intervención del "Otro". Mientras que la creación y producción tradicional de documentales está dominada por los medios de comunicación oficiales, En *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* no podría haberse realizado sin esfuerzos externos durante las fases de investigación, creación y comunicación: académicos, jóvenes latinoamericanos y canales de comunicación latinoamericanos.



Gráfico 3. “Narradores en charlas”, Tres jóvenes narradores latinoamericanos mantienen un agradable intercambio en un patio de la aldea de Tianba. Cartel del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*

Fuente: CGTN

4.1 Apoyo de conocimientos del equipo académico

Desde julio de 2021, el equipo del profesor Guo Cunhai ha estado arraigado en la aldea de Tianba, intentando cómo integrar orgánicamente el desarrollo rural con el aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina. A través de la investigación de campo a largo plazo y los estudios académicos, el equipo del profesor Guo Cunhai descubrió que el desarrollo es el carácter de los intercambios y la cooperación actuales entre China y América Latina, y que China y América Latina deben promover enérgicamente los intercambios y el aprendizaje mutuo en el desarrollo, y aprender de la experiencia de desarrollo de cada uno a través de experimentar y compartir las historias de desarrollo de cada uno. Gracias a los esfuerzos del equipo del profesor Guo Cunhai, la aldea de Tianba ha ensayado una serie de prácticas de utilización de los medios de comunicación para promover "el aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina": En primer lugar, crear una plataforma de comunicación externa estructurada con la aldea de Tianba como centro y otros medios de comunicación como periferia; En segundo lugar, en febrero de 2021, el profesor asociado Cui Zhongzhou, Chen Fuyan, secretaria de la rama del Partido de la aldea de Tianba, y Kuang Guiming, jefe del segundo grupo de la aldea, fueron invitados a participar como invitados en la serie de entrevistas en directo de la nube, Hablemos de Nuestro Pueblo, planificada por la Red de Ultramar del Diario del Pueblo. Desde una perspectiva académica, el profesor asociado Cui Zhongzhou señaló que algunos académicos de países latinoamericanos están muy interesados en la exitosa experiencia de China en la erradicación de la pobreza y la revitalización rural, y que ejemplos reales como el de la aldea de Tianba tienen el poder de emocionar a la gente. Por último, en octubre de 2021, Chen Fuyan fue invitado a participar en el IV Diálogo entre las Civilizaciones de China y América Latina, y compartió el mismo tema con académicos de Argentina, Brasil y otros países en la primera unidad temática "Compartir experiencias sobre rutas y modelos de desarrollo", lo que suscitó calurosos debates entre los académicos latinoamericanos presentes en el Foro.

Tras un año de investigación y práctica sobre la aldea, el equipo del profesor Guo Cunhai consideró que era razonable y eficaz utilizar la aldea de Tianba como caso para la comunicación regional de la revitalización rural de China en América Latina. 2022, desde finales de junio hasta principios de julio, la CGTN acudió a la aldea de Tianba para la filmación del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*. El profesor Guo Cunhai y el profesor asociado Cui Zhongzhou actuaron como asesores académicos del documental, guiando y participando en la producción y filmación de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*.

4.2 Difusión de contenidos cercanos a las necesidades de ambas partes

Durante los periodos de "reducción selectiva de la pobreza" y "estrategia de revitalización rural" de China, un gran número de aldeas han salido de la pobreza y se han enriquecido, logrando resultados notables. El contenido de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* sigue los problemas reales encontrados en el desarrollo de China y América Latina, se acerca a la realidad de China y América Latina, y pone de relieve la cercanía del público latinoamericano al contenido. El documental se centra en la reconstrucción de la aldea de Tianba tras el terremoto de Wenchuan, el retorno de los talentos rurales, la modernización industrial y el patrimonio cultural inmaterial del pueblo Qiang. En cuanto a la elección del lugar de rodaje, Tianba no es el pueblo con las condiciones de desarrollo más favorables, la velocidad de desarrollo

más rápida y la mejor calidad de desarrollo, así que ¿Por qué *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* eligió Tianba como material para el aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina?

En primer lugar, la aldea de Tianba es similar a América Latina en cuanto a las características de la pobreza, y está asolada por la pobreza multidimensional. La gestión de la pobreza en las zonas de minorías étnicas ha sido siempre la tarea más difícil e importante del trabajo de la reducción de la pobreza de China. Debido a la influencia de diversos factores como la ubicación geográfica, el entorno natural y la tradición histórica, el nivel de vida general de la población de las zonas de minorías étnicas sigue estando relativamente atrasado en comparación con las otras zonas del país, y las principales zonas de pobreza del país se van acoplando gradualmente a las zonas de minorías étnicas, y las zonas de minorías étnicas se han convertido en una zona de concentración de pobreza profunda (Xing y Zhang, 2019). Existen algunas similitudes entre las causas de la pobreza en algunas de las comunidades minoritarias de América Latina y las del suroeste de China representadas por la aldea de Tianba: 1) Causas estructurales: la mayoría de las poblaciones de minorías étnicas viven en zonas rurales, carecen de seguridad urbana y servicios sociales y se ven afectadas por la desigualdad estructural; 2) La mayoría de las poblaciones de minorías étnicas viven en zonas rurales marginales, como zonas montañosas, selvas tropicales y mesetas remotas, donde los problemas ecológicos y medioambientales limitan que los grupos pobres puedan salir de la pobreza; 3) Sus propias razones: en comparación con otros pobres, las características particulares y los factores causantes de la pobreza de las minorías étnicas se pone de relieve en su cultura, costumbres, lengua, tradiciones históricas, etc. (Shen, 2000). En la actualidad, la aldea de Tianba se encuentra todavía en el "proceso de desarrollo", que también es similar a las dificultades de desarrollo a las que se enfrenta América Latina, y el caso de la aldea de Tianba sirve para satisfacer las necesidades del desarrollo de los países del Sur, y también está en relación con las necesidades del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina.

En segundo lugar, tanto el suroeste de China, representada por la aldea de Tianba, como América Latina están asoladas por catástrofes naturales como los terremotos. La provincia de Sichuan es muy propensa a los terremotos debido al aplastamiento y la colisión de las placas tectónicas del Océano Índico y Eurasia, y en 2008, un megaterremoto sacudió Wenchuan, Sichuan, causando enormes daños en la zona afectada. La aldea de Tianba sufrió graves daños en la catástrofe. La principal fuente económica de la aldea de Tianba era una economía minifundista basada en el cultivo. El terremoto cambió directamente la trayectoria de desarrollo de la aldea de Tianba, aumentando la vulnerabilidad de los medios de subsistencia de los agricultores y empobreciendo a los agricultores no pobres, a la vez que un gran número de personas fueron reubicadas. América Latina también ha sufrido terremotos ocasionales debido a la colisión de las placas Pacífica y Americana. México, Perú, Ecuador, Colombia, Chile y Haití han sufrido megaterremotos. Cuatro de los diez terremotos más fuertes de la historia mundial se han producido en Sudamérica. Las catástrofes naturales suelen ir de la mano de la pobreza. Cómo reactivar los sistemas de subsistencia frente a las catástrofes es una cuestión de urgencia.

Por último, los seres humanos son el sujeto principal del desarrollo, y son también el alma de un documental. En la experiencia comunicativa del pasado, las historias de desarrollo son muy propensas a entrar en la "zona prohibida de la comunicación externa" debido a los sermones y las grandes narraciones, y amplian así la distancia psicológica entre la historia y el público. Para resolver este problema de contenido comunicativo, *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* adopta una narrativa igualitaria y "humanista", se centra en las personas y enlaza los hilos narrativos del documental a través de un gran número de historias contadas de los aldeanos sobre la batalla contra el terremoto y el desarrollo, y presta verdadera atención a la vida y el espíritu de la gente de la aldea de Tianba. Un gran número de historias verdaderas de aldeanos son tratadas en *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*. En este documental, se interpretan a sí mismos ante la cámara y llevan sus vidas a la pantalla, asumiendo el complejo rol de "yo - actor". Los aldeanos se convierten en participantes directos y constructores del documental con diferentes métodos, y sus presentaciones hacen que el documental sea más auténtico y humano, y cumple los requisitos para la comunicación con América Latina.

4.3 Los jóvenes latinoamericanos como interlocutores China-América Latina

Hasta cierto punto, los extranjeros en China actúan como puente intelectual y psicológico entre China y América Latina, y es más fácil despertar la comprensión y la empatía entre China y América Latina utilizando la identidad del "Otro" y la experiencia de inmersión para descubrir el potencial del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina. En la fase de elección de los narradores del documental, *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* tuvo muy en cuenta cómo integrarse plenamente con América Latina, haciendo hincapié en el conocimiento de China del interlocutor y en la adecuación de su identidad y el tema del documental. *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* invitó a tres jóvenes latinoamericanos a venir al suroeste de China para realizar un trabajo de investigación y observación, enraizándose en los campos para observar la producción y la vida en la China rural.

Rafael, el investigador del primer episodio, es "un investigador de México realiza un viaje en Beichuan". En 1985, un gran terremoto de magnitud 7,7 sacudió México. Ese mismo año nació Rafael. Desde que se enteró del terremoto de Wenchuan en China en 2008, tuvo la idea de viajar a la zona en busca de proyectos que le ayudara a profundizar en el desarrollo económico de Sichuan tras la catástrofe. En el documental, Rafael utiliza el terremoto para combinar China y México durante su visita, aprendiendo cómo se reconstruyeron los pueblos tras el terremoto y se les sacó de la pobreza gracias a la política de la reducción selectiva de la pobreza. El investigador del segundo episodio "El lejano encanto del té", Joaquín, es argentino y vive en Sichuan desde hace tres años. En 2019, Joaquín llegó a China para estudiar administración de empresas en la Southwest Jiaotong University. En el documental, Joaquín combina la administración de empresas y el desarrollo de la industria del té en Argentina para observar la mejora de la industria del té y el desarrollo de la marca en la aldea de Tianba. David, el investigador del tercer episodio "Flor entre las nubes", es de Cuba. David es presentador de la Televisión Internacional de China y un mochilero al que le encanta la fotografía. David conoció a fondo el bordado, la música y la danza de Qiang, y también aprendió sobre la vida empresarial de los aldeanos de Tianba y la transmisión agrícola en directo con mercancías. El documental también invitó de forma innovadora al embajador argentino en China, Sabino Vaca Narvaja, a viajar con el equipo a la aldea de Tianba para participar en la filmación del documental. El embajador Sabino experimentó el desarrollo de la aldea de Tianba en el marco de la política de revitalización rural de China y, en el segundo episodio del documental, habla con el chico argentino Joaquín sobre el "mate" argentino y el crecimiento y la cultura del té en la aldea de Tianba.

4.4 Los canales de comunicación regionales llegan al público

La producción de conocimiento no es el fin, sino el principio del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina. El equipo de expertos, académicos y documentalistas ha ampliado el espacio y prolongado los canales de la comunicación regional para América Latina.

En primer lugar, ampliaron el espacio de comunicación tradicional y proyectar con precisión a América Latina. CGTN y Red-Televisión América Latina (RED-TAL), una cadena de televisión pública latinoamericana, han suscrito un acuerdo de intercambio de contenidos a través del Centro de Estudios Chinos y Latinoamericanos (CECLA), un think tank chino, que creó una ruta de la difusión del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*. En marzo 2022, RED-TAL y el CECLA firmaron un acuerdo de cooperación estratégica para promover conjuntamente la difusión de cuentos chinos en América Latina y cuentos latinoamericanos en China. Al comienzo de la creación de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, CGTN celebró varias veces seminarios en línea con RED-TAL y CECLA, discutiendo temas centrales como las preferencias de los televidentes latinoamericanos, técnicas de filmación y conceptos creativos, con miras a adecuar el contenido a las preferencias de los latinoamericanos. Tras su emisión, este documental ha recibido una gran atención por parte de los medios de comunicación y el mundo académico latinoamericanos. La agencia nacional de noticias de Argentina, C5N, el mayor canal de información de Argentina, A24, el canal de noticias por cable de Argentina, y Radio Cooperativa de Chile, entre otros medios, publicaron reportajes relevantes y citaron el contenido del documental.

En segundo lugar, organizaron a representantes de los medios de comunicación latinoamericanos para que vieran el documental e influyeron directamente en los líderes de opinión latinoamericanos. 9 de septiembre de 2022, un grupo de prensa formado por 17 periodistas de 14 países de América Latina y el Caribe vio un clip de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* en el Centro Internacional de Intercambio de Noticias de China, y realizó una entrevista conjunta con Chen Fuyan. Ana Carmen Martínez, reportera del periódico nicaragüense Diario Barricad, tras ver el clip, declaró: "la aldea de Tianba, como un modelo de éxito, es muy importante, no sólo para China, sino también para Nicaragua, y para todo el mundo". Istvan Ojeda Bello, reportero del Periódico 26 de Cuba, declaró: "Es muy conmovedor ver que hay mujeres en el campo de China que desempeñan funciones de liderazgo, y nosotros apoyamos a las mujeres que desempeñen más funciones de liderazgo en el campo." Los periodistas latinoamericanos actúan como líderes de opinión de los medios en este momento, y al recibir sus puntos de vista favorables o sus defensas, pueden influir en los medios a los que pertenecen, y lograr un buen empuje para la difusión exterior del documental.

Por último, se utilizaron múltiples canales para impulsar el contenido y atraer al público latinoamericano de muchas maneras. *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* no sólo emite sus contenidos en el canal oficial de la CGTN, sino que también utiliza los cuatro canales de comunicación siguientes para su difusión directa en América Latina: 1) Utilización de un estudio de influencer basado en el posicionamiento de los "amantes del té" para realizar una serie de retransmisiones en directo en la plataforma Facebook; 2) Una serie de vídeos cortos publicados en la plataforma TikTok, en los que se muestran bordado, danza, música de Qiang y otros elementos de la cultura étnica; 3) Representación del desarrollo de la aldea de Tianba desde múltiples ángulos en el sitio web oficial en español de CGTN, Weibo, Facebook y otras plataformas de nuevos medios, aprovechando el impacto visual de la cocina y la belleza locales; 4) Un juego

interactivo en 3D en línea mediante el uso de la tecnología H5 y el motor 3D en línea WebGL para recrear el paisaje de la aldea de Tianba y los personajes en animación del documental, así los internautas latinoamericanos pueden sentir las costumbres y tradiciones chinas en las escenas de juegos virtuales sin salir de casa. La comunicación multicanal refuerza la interacción para el pueblo latinoamericano, reduce las barreras culturales y aumenta el efecto de la comunicación (Pan, 2022).

5. Conclusión

Tomando el documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* como caso de estudio, este trabajo combina los fundamentos teóricos de la observación participativa y la comunicación regional para responder a la pregunta de cómo podemos hacer uso de la plataforma mediática para difundir el conocimiento público y hacer un buen trabajo de diálogo interregional en el contexto del aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina. Creemos que sobre la base de las teorías de "comunicación para el desarrollo" y "análisis regional", se puede proponer un modelo de comunicación regional: el "modelo Tianba". El "modelo Tianba" contiene teorías del estudio regionales, contenidos con distintas preferencias, sujetos de narración regional y rutas de comunicación regionales. El modelo hace hincapié en los cuatro aspectos siguientes: En primer lugar, los expertos en estudios regionales proporcionan apoyo intelectual para el "aprendizaje mutuo para el desarrollo". *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* desempeña creativamente el papel de expertos de alto nivel, utilizando los medios de comunicación para explorar la posibilidad del "aprendizaje mutuo para el desarrollo entre China y América Latina" sobre la base de la investigación de campo y la práctica de los expertos en el estudio latinoamericano. En segundo lugar, la elección del contenido de la comunicación regional debe equilibrarse activamente a nivel interno y externo para lograr una comunicación internacional diferenciada. Equilibrando las realidades del desarrollo de China con las necesidades de desarrollo de América Latina, y basándose en la eficacia de las políticas de revitalización rural y en las realidades del mayor país en desarrollo del mundo, *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural* presenta una imagen realista de las dificultades y retos a los que se enfrenta el desarrollo de China. En tercer lugar, la comunicación regional puede adoptar una perspectiva regional de las narraciones y lograr un cambio en el intersubjetivo del discurso. En *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, se adopta la modalidad de "narración en primera persona" para realizar la interpretación de la historia de la revitalización y el desarrollo rural de China por parte de jóvenes latinoamericanos. La perspectiva y el contexto del "Otro" se utilizan para observar y reflexionar sobre la vida y el trabajo del "sujeto" en un contexto cultural específico, construyendo así una comunicación e interacción entre el "sujeto" y el "Otro" en términos de perspectiva, punto de vista y emoción, a fin de lograr la "descentralización" de la comunicación y aumentar la atención del "otro". Por último, la comunicación regional necesita dirigirse con precisión a la audiencia y, al mismo tiempo, ampliar los canales de difusión para aumentar la accesibilidad de los contenidos. En la práctica de difusión de *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, CGTN hizo uso del acuerdo entre CECLA y RED-TAL para lograr el aterrizaje directo del contenido en las estaciones de televisión latinoamericanas, y al mismo tiempo de múltiples canales como los medios sociales y plataformas digitales para comunicarse con las audiencias, enriqueciendo así las dimensiones y la orientación de la comunicación internacional. En la práctica de la comunicación regional, se debe romper la estructura tradicional de comunicación de "medios tradicionales - medios tradicionales", y realizar la cooperación multilateral y la descentralización de "medios", "plataformas", "individuos" y "think tanks".

"Aprendizaje mutuo" es una expresión compuesta que intenta combinar dos temas diferentes: reciprocidad y aprendizaje, y debe tener lugar en el contexto de la asociación entre países. Dadas estas premisas, los tres principios que deben guiar el aprendizaje mutuo son la reciprocidad, el aprendizaje y la asociación (Malacarne, 2023). Sin embargo, la hegemonía cultural mundial dominada por Europa y Estados Unidos desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días ha perpetuado eficazmente a través de los sistemas e instituciones de comunicación, y también ha escondido su profunda erosión de la colonización del territorio y el capital en largo plazo. En el flujo de conocimientos sobre desarrollo Norte-Sur, la experiencia del Norte rara vez se ha aplicado en proyectos de cooperación en el Sur, y el proceso de intercambio de conocimientos se ha caracterizado por una transmisión asimétrica unidireccional (Constantine y Shankland, 2017). Desde otra perspectiva, la brecha en las tecnologías de la comunicación y los recursos también amplía aún más las brechas de la información y el conocimiento en todo el mundo (Jiang, 2022). La pobreza no es un problema de crecimiento económico e ingresos, sino un problema de capacidad y oportunidad. Los pobres carecen de las capacidades y condiciones para crear y mantener una vida normal debido a la falta de capacidad y oportunidad para obtener ingresos (Liu y Zheng, 2020). La dependencia de los países en desarrollo con respecto a los países desarrollados, tanto en el concepto de desarrollo como en la producción de conocimientos, es en gran medida el resultado del colonialismo y el imperialismo. En un momento en que la "paz" y el "desarrollo" han sido durante mucho tiempo los temas de la época, el ascenso de los países en desarrollo se ha convertido en una tendencia histórica imparable. La

cooperación Sur-Sur debería hacer más hincapié en el intercambio de tecnología y conocimientos entre los países en desarrollo, recurriendo a la cooperación de los países periféricos para reducir la brecha de conocimientos y de tecnología. Por lo tanto, fortalecer el uso de los medios de comunicación para el intercambio de "historias de desarrollo" entre los países Sur-Sur es de gran importancia teórica y práctica para que China y América Latina participen en la gobernanza global y construyan juntos una "comunidad de destino China-América Latina".

Anexo

Para ver los tres episodios del documental *Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*, visite el siguiente enlace: https://espanol.cgtn.com/specials/2022/J%C3%B3venes_Latinoamericanos_en_la_China_Rural.html.

Bibliografía

- (Agunga, 1997) Agunga, R. (1997). *Developing the third world: a communication approach*. Nova Science Publishers, Inc.
- (Altafin, 1991) Altafin, I. (1991). Participatory communication in social development evaluation. *Community development journal*, 26(4), 312-314.
- (Clarín, 2019) Clarín. (2019). China Mira hacia el Campo para Reimpulsar su Economía. *Clarín*. https://www.clarin.com/new-york-times-international-weekly/china-mira-campo-reimpulsar-economia_0_qGicdkMU.html.
- (Clarín, 2022) Clarín. (2022). El Agro Chino Tiende a Integrarse Totalmente con la Actividad Urbana. *Clarín*. https://www.clarin.com/rural/agro-chino-tiende-integrarse-totalmente-actividad-urbana_0_EYeVpp3Kkw.html.
- (Constantine y Shankland, 2017) Constantine, J., & Shankland, A. (2017). From policy transfer to mutual learning?: Political recognition, power and process in the emerging landscape of international development cooperation. *Novos estudos CEBRAP*, 36, 99-122.
- (Crónica, 2021) Crónica. (2021). China Saca a 99 Millones de la Pobreza Extrema y Xi Proclama su Erradicación total. *Crónica*. https://www.cronica.com.mx/notas-china_saca_a_99_millones_de_la_pobreza_extrema_y_xi_proclama_su_erradicacion_total-1178566-2021.html.
- (Dai, 2023) Dai S.P. (2023). On the Vehicles and Principles of Civilisational Exchange and Mutual Learning. *Study & Exploration*, (05): 11-16.
- (de Vega, 2011) de Vega, E. Z. (2011). China 30 años de reformas y disminución de la pobreza. Políticas especiales y base ideológica. *Orientando*, (2).
- (Fan y Wang, 2021) Fang H.S. y Wang Y. (2021). An Analysis of Low-Quality Urbanization in Latin American Countries. *Country and Area Studies*, (03): 5-15.
- (Fang, 2019) Fang X.F. (2019). Left—wing Governments in Latin America and the Alternatives to Neo— liberalism: Theories and Practices. *Journal of Latin American Studies*, 41(04): 101-118.
- (Gudynas y Liu, 2017) Gudynas y Liu H.X. (2017). Debates on Development and Its Alternatives in Latin America: A Brief Heterodox Guide. *Social Sciences International*, (02): 32-45.
- (Guo, 2021) Guo C.H. (2021). Mutual Learning on Development: Towards New Exchange and Cooperation. *Journal of Latin American Studies*, 43(02): 24-41.
- (Hamelink, 1994) Hamelink, C. J. (1994). *The politics of world communication: A human rights perspective*. London Sage Publications.
- (Huesca, 2003) Huesca, R. (2003). Participatory approaches to communication for development. *International and development communication: A 21st century perspective*, 209-226.
- (Jiang, 2022) Jiang F. (2022). International politics of communication and the politics of international communication. http://chinaps.cass.cn/gjshj/202204/t20220412_5403053.shtml.
- (Liu y Zheng, 2020) Liu J.F. y Zheng J.W. (2020). The Basic Situation, Theoretical Exploration and Practical Experience of Global Poverty Governance. *Journal of Inner Mongolia Normal University* (Philosophy and Social Sciences Edition), 49(04): 47-53.
- (Malacarne, 2023) Malacarne, S. (2023). Mutual Learning: A Real Way to Cooperate? Evidence of More Equal International Development Cooperatio. *Italian Sociological Review*, 13(3), 347-369.
- (Manyozo, 2012) Manyozo, L. (2012). *Media, communication and development: Three approaches*. SAGE Publications India.
- (Markusen, 2003) Markusen A. (2003). Fuzzy concepts, scanty evidence, policy distance: The case for rigour and policy relevance in critical regional studies. *Regional Studies*, 37(6): 701-717.
- (Milutinović, 2019) Milutinović Z. (2019). *Introduction: Area Studies in Motion In The Rebirth of Area Studies: Challenges for History, Politics and International Relations in the 21st Century*. I.B. Tauris, 1-18.
- (Pan, 2022) Pan J.J. (2022). China's Rural Revitalisation from the Perspective of the "Other"-Taking the Documentary "*Jóvenes Latinoamericanos en la China Rural*" as an Example. *Global Communication*, (06):62-69.
- (Política Exterior, 2021) Política Exterior. (2021). China Derrota la Pobreza Extrema, pero los Pobres no se han ido. en: <https://www.politicaexterior.com/china-derrota-la-pobreza-extrema-pero-los-pobres-no-se-han-ido/>.
- (Reus-Smit y Snidal, 2008) Reus-Smit C. y Snidal D. (2008). *The Oxford handbook of international relations*. Oxford University Press.
- (Ryder, 2017) Ryder, H.W. (2017). ¿O Fim da Pobreza na China? En: <https://www.project-syndicate.org/commentary/china-end-rural-poverty-by-2020-by-hannah-ryder-1-2017-03/portuguese>.
- (Servaes y Malikhao, 2014) Servaes J. y Malikhao P. (2014). *Communication for Social Change*, Wuhan University Press, 102.
- (Shen, 2000) Shen X.M. (2000). Characteristics, causes and anti-poverty countermeasures of urban poverty in Southwest China. *Finance & Economics*, (03):35-40.

- (UNOSSC, 2022) UNOSSC. (2022). Proyecto de marco estratégico de la oficina de las naciones unidas para la cooperación sur-sur. <https://unsouthsouth.org/2022/02/02/unosscs-strategic-framework-2022-2025-will-enhance-south-south-cooperation-toward-achievement-of-sdgs/>.
- (Wang, 1999) Wang X. (1999). History and Implications for the Development of Communication Studies. *Lanzhou Academic Journal*, (06):51-52.
- (Wang y Chen, 2022) Wang Z.M. y Chen Z.J. (2022). Global development initiatives: China's programme to promote world development. *Leading Journal of Ideological & Theoretical Education*, (04):102-108.
- (Wilkins y Mody, 2001) Wilkins, K. G., & Mody, B. (2001). Reshaping development communication: Developing communication and communicating development. *Communication Theory*, 11(4), 385-396.
- (Xing y Zhang, 2019) Xing Z.X. y Zhang P. (2019). Review and Prospect of 70 Years of Poverty Reduction Policies in Ethnic Areas. *Journal of Hubei Minzu University (Philosophy and Social Sciences)*, (05):38-46.
- (Yang, 2004) Yang H.T. (2004). The Dilemma of Development Communication and its Localisation Ideas in China. *Journalism and Mass Communication*, (05):59-60.
- (Zhang, 1991) Zhang Y. (1991). Latin American national consciousness and the formation of the name "Latin America". *Journal of Latin American Studies*, (03):42-44.
- (Zhang y He, 2002) Zhang S.Y. y He J. (2002). Talking about regional communication. *Henan Social Sciences*, (03):12-15.
- (Zheng y Yu, 2018) Zheng B.W. y Yu H. (2018). Research on the Poverty Rate Climbing with Low Economic Growth in Latin America: Measures and Performance. *Comparative Economic & Social Systems*, (04):121-130.

Artículo [ES]

Turismo rural: lecciones de España para Sichuan desde la perspectiva de revitalización rural

Rural tourism: Spain's lessons for Sichuan from a rural revitalization perspective

Bing Song¹, Yangyang Li²

¹Profesor titular de la Facultad de Idiomas y Culturas Extranjeras
Universidad de Ciencia y Tecnología del Suroeste, Sichuan, China
Email: teespero11@yahoo.es; ORCID: 0000-0002-2024-4956

²Licenciado de la Facultad de Idiomas y Culturas Extranjeras
Universidad de Ciencia y Tecnología del Suroeste, Sichuan, China
Email: 2495067751@qq.com

[ES] Resumen: Desde la perspectiva de la revitalización rural, este artículo analizará comparando la construcción del turismo rural español, que se formó en la década de los sesenta del siglo XX y comenzó a crecer rápidamente después de 1992, y el proceso de desarrollo del turismo rural de Sichuan. Resume la experiencia española en el desarrollo y la construcción del turismo rural para mejorar las deficiencias en el desarrollo del turismo rural en Sichuan, reducir la brecha con el turismo rural extranjero, promover el desarrollo de un turismo rural de mayor calidad en Sichuan, y proporcionar apoyo teórico para una mayor investigación en profundidad sobre temas relacionados con la revitalización rural en China y la construcción del turismo cultural local de Sichuan. En este trabajo, hacemos un análisis comparativo del desarrollo del turismo rural en España y Sichuan, para proporcionar los remedios de construcción para el desarrollo del turismo cultural rural en Sichuan, con el fin de proporcionar experiencia de desarrollo chino y extranjero a la integración de las características prósperas de desarrollo del turismo cultural, mientras que este tema compensa la falta de literatura sobre el tema del turismo rural en España y Sichuan.

Palabras clave: Revitalización rural, turismo rural español, turismo cultural de Sichuan, análisis comparativo

[EN] Abstract: From the perspective of rural revitalization, this article will analyze by comparing the construction of Spanish rural tourism, which was formed in the 1960s and began to grow rapidly after 1992, and the process of development of rural tourism in Sichuan. It summarizes the Spanish experience in the development and construction of rural tourism to improve the shortcomings in the development of rural tourism in Sichuan, reduce the gap with foreign rural tourism, promote the development of higher quality rural tourism in Sichuan, and provide theoretical support for further in-depth research on issues related to rural revitalization in my country and the construction of Sichuan's local cultural tourism. In this paper, we make a comparative analysis of the development of rural tourism in Spain and Sichuan, to provide the building remedies for the development of rural cultural tourism in Sichuan, in order to provide Chinese and foreign development experience to the integration of the prosperous development characteristics of cultural tourism, while this topic compensates for the lack of literature on the topic of rural tourism in Spain and Sichuan.

Keywords: Rural revitalization, Spanish rural tourism, Sichuan cultural tourism, comparative analysis

Cita: Bing, S., & Yangyang, L. (2024). Turismo rural: lecciones de España para Sichuan desde la perspectiva de revitalización rural. *Ibero-América Studies*, 7(1), 38-49.

Fondo: Estudio sobre la Práctica de la Integración de los Antiguos Pueblos Culturales e Históricos de la Provincia de Sichuan y Chongqing en el Curso de Traducción y su Propaganda en el Mundo Hispánico" (Proyecto No.: SC22BS093).

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.05>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: diciembre 2023. **Aceptado:** febrero 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

Desde el nacimiento del turismo moderno en la década de los cuarenta del siglo XIX, el turismo se ha convertido en una de las industrias pilares más importantes del mundo, y ha sido calificada como "industria del amanecer" tras poco más de un siglo de desarrollo. Ya en la década de 1860, empezó a aparecer el turismo rural en Europa Occidental, que tiene una historia de más de 100 años. El turismo rural español comenzó a principios de la década de 1960 y, a partir de 1992, se desarrolló y expandió rápidamente, hasta superar su forma tradicional de viajar a la costa y convertirse en la parte más importante de la industria turística del país (Qiu 2018; Zhang 2017).

El informe de trabajo del XX Congreso del Partido Comunista de China volvió a hacer hincapié en la estrategia de revitalización rural, promoviendo de forma integral la revitalización rural, adhiriéndose al desarrollo prioritario de la agricultura y las zonas rurales, adhiriéndose al desarrollo integrado de las zonas urbanas y rurales, y suavizando el flujo de elementos urbanos y rurales. Recorrer el camino de la revitalización rural socialista con características chinas es un gran proyecto en China tras la consecución del objetivo de bienestar integral (Xi, 2022). El contenido específico de la estrategia de revitalización rural refiere: el objetivo general es lograr la modernización de la agricultura y las zonas rurales; adherirse a la política general de dar prioridad al desarrollo de la agricultura y las zonas rurales; Con los requisitos generales de industrias prósperas, ecología habitable, costumbres rurales civilizadas, gobierno efectivo y vida próspera, se debe establecer y mejorar el sistema de desarrollo y el sistema de políticas de integración urbano-rural. En este trabajo, desde la perspectiva de la revitalización del campo chino, se hace una investigación interpretativa-comparativa sobre la construcción del turismo rural en España y el desarrollo, así como del turismo cultural en las ciudades antiguas del campo de Sichuan, resumiendo la experiencia de España en el desarrollo y construcción del turismo rural con el fin de mejorar las deficiencias en el desarrollo del turismo rural en Sichuan, reducir la brecha del turismo rural entre china y los países extranjeros, y promover el desarrollo del turismo rural en Sichuan de mayor calidad con el fin de proporcionar apoyo teórico para los estudios avanzados de los temas relacionados con la revitalización del campo chino.

2. Panorama de la investigación y Metodología de la investigación

2.1 Panorama de la investigación

La industria turística española es uno de los pilares de la economía nacional y ocupa el segundo lugar del mundo en cuanto a las llegadas turísticas y los ingresos derivados del turismo (Li, 2008). El turismo rural ha protagonizado un importante proceso de crecimiento en España (Juan, 2011). España tiene muchas ciudades pequeñas con sabores y características diferentes, como Júcar, la ciudad natal de los Pitufos, que se encuentra en la zona montañosa de la Serranía de Ronda, provincia de Málaga, en la región autónoma de Andalucía, España; Mijas, el "pueblo blanco", que se encuentra en la provincia de Málaga de la Comunidad Autónoma de Andalucía y se caracteriza por su costa y sol, sus paredes blancas y tejas rojas, sus casas bajas conectadas en pedazos y sus calles estrechas y ordenadas; Cuenca, la "Ciudad en el Cielo", es conocida como la "Ciudad de la Magia" por los escarpados acantilados sobre los que se asienta y la variedad de sus edificios arquitectónicos; Cuenca ha sido inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial de las Naciones Unidas en 1996, al igual que Consuegra, conocida como la ciudad de los molinos de viento (también conocida como el campo de batalla de Don Quijote), y Córdoba, la "ciudad de las flores", entre otras. Concluimos que es imprescindible en España unificar las denominaciones y clasificar por niveles el producto para garantizar la calidad y ofrecer la comercialización en ámbitos internacionales (Herrera, Blanco-Romero y Valiente, 2005). La diversificación de los productos turísticos, la publicidad y la promoción, la gestión de la calidad, la construcción legal y la protección medioambiental de España son ejemplos para China, que se inicia tarde en el turismo rural (Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa, 2005); la característica de la urbanización en Europa es que Europa es la cuna de la urbanización moderna, y su tasa de urbanización está en constante aumento, alcanzando el 51,3% al final de la Segunda Guerra Mundial (Zhang, 2017); la experiencia e inspiración de los países europeos en la construcción de ciudades turísticas características mencionan que en la construcción de ciudades características en China, no sólo debemos aprender de las experiencias de los países desarrollados en la construcción de ciudades características, sino también tomar nuestro propio camino único, y plantear la idea de la construcción de China de pequeñas ciudades con características combinada con las condiciones nacionales de China; al mismo tiempo, se menciona la experiencia y la inspiración de construcción de pequeñas ciudades con las características deportivas europeas (Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa, 2005); Cuando se trata de turismo rural en España, se menciona que el turismo rural ha hecho cambios considerables en el campo español, el turismo no sólo

promueve el cambio de la estructura económica rural, sino que también mejora las instalaciones y el medio ambiente del campo en gran medida (Lin, 2015).

El concepto de turismo rural especial comenzó tarde en China. El concepto fue propuesto a principios de 2003, cuyo propósito es "vacaciones de turismo rural", y después de años de construcción y exploración de su sistema está madurando gradualmente. China propuso formalmente el concepto de construir una ciudad especializada en cultura y turismo en 2016. La distribución de la oferta de alojamiento rural se concentra en espacios muy concretos coincidentes, en buena parte de los casos, con la presencia de los atractivos naturales más relevantes (Martín, Rivero y Gallego, 2017). Coincidentemente, Sichuan es una gran provincia con ricos recursos turísticos en China, debido a sus características geográficas únicas, diversas y complejas, la densa red de ríos y lagos, el asentamiento multiétnico, el hermoso paisaje natural, la larga historia de la cultura de Ba Shu, las peculiares costumbres étnicas, creando recursos turísticos únicos en Sichuan. Por ejemplo, cuenta con cuatro lugares Patrimonio de la Humanidad (*Jiuzhaigou*, el monte Émei, el monte Qingcheng y Huanglong), 18 atracciones turísticas nacionales de grado 4A, 15 lugares panorámicos nacionales, 17 reservas naturales nacionales, 25 bosques nacionales, 12 geoparques nacionales, 40 unidades nacionales de protección de reliquias culturales clave, 7 ciudades chinas famosas del turismo y la cultura, 12 ciudades turísticas destacadas de China y 12 lugares nacionales de demostración de turismo industrial y agrícola. Entre ellos, "el panda gigante aclamado como tesoro nacional", "*Sanxingdui*" aclamado como la antigua cultura Shu, "*Jiuzhaigou*" aclamado como mundo de cuento de hadas", las tres grandes marcas internacionales y los cuatro principales sitios del patrimonio mundial en la provincia de Sichuan tienen un gran potencial de desarrollo y amplio espacio de mercado. Los espacios naturales protegidos son uno de los recursos más demandados desde el punto de vista turístico. (Felipe, 2021)

Sichuan es una provincia de ecoturismo natural que puede ser comercializado en el país en el extranjero, a nivel internacional. Con el "XIII Plan Quinquenal" de turismo de Sichuan, el desarrollo de muchos pueblos rurales característicos de la provincia ha inyectado nueva vitalidad a la industria turística de Sichuan. En 2018, los pueblos característicos de la provincia de Sichuan recibieron 349 millones de viajes turísticos, de los cuales 243 millones fueron dentro de la provincia, lo que representa el 69,73%; 106 millones provinieron de fuera de la provincia, lo que representa el 30,27%. (Centro de Datos Turísticos del Departamento Provincial de Cultura y Turismo de Sichuan, 2019) Sin embargo, hay mucha diversidad entre las ciudades características de Sichuan y el turismo de ciudades características de España, así como la construcción de las ciudades características de Sichuan tiene una experiencia de éxito de la que se puede aprender.

En resumen, a pesar de la riqueza de la literatura de investigación pertinente, no hay acceso a literatura sobre el estudio comparativo del desarrollo del turismo rural en España y la construcción del turismo cultural en las antiguas ciudades rurales de Sichuan, no hay un análisis específico de los resultados de los puntos fuertes y débiles, y no hay medidas pertinentes de revelación y opinión para promover aún más el desarrollo del turismo rural en Sichuan. Publicaciones relacionadas con el turismo de España, como "España Notas de Viaje", "Pueblos Apasionados de España: 43 de los más bellos cascos antiguos de España" (Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa, 2005) y otros materiales son sólo una breve introducción a algunas de las características de los pueblos de España, sin mencionar las políticas y medidas específicas del gobierno local español sobre el desarrollo de sus ciudades turísticas. Por lo tanto, este artículo examina las implicaciones del desarrollo del turismo rural en España para la cultura rural y la construcción económica del turismo en Sichuan, lo cual resulta importante y necesario.

2.2 Metodología de la investigación

El método de investigación científica es una manera eficaz de averiguar, plantear y resolver un problema. Para las cosas y los fenómenos existentes, sólo la investigación eficaz y los estudios realizados mediante métodos científicos pueden captar el núcleo y el quid del problema. El método científico es la premisa y el fundamento de conclusiones razonables. En este artículo se utiliza principalmente el método de análisis comparativo, el método de investigación interdisciplinar, el método de investigación de recopilación de bibliografía y otros métodos. Sobre la base de resumir el desarrollo del turismo rural en el país y en el extranjero, comparando con la situación actual del desarrollo del turismo rural en China y combinado con el desarrollo del turismo de los pueblos y ciudades características de Sichuan, se señala el modo de desarrollo turístico de los pueblos característicos de Sichuan. Durante el proceso de redacción se consultaron obras y bibliografía sobre sociología, cultura, ecología, paisaje y otras disciplinas, respectivamente, y se recopiló, identificó y organizó la bibliografía. A través de la literatura, este trabajo despliega el estudio de las importantes sugerencias de la construcción económica del turismo de España sobre el desarrollo y la construcción del turismo rural de Sichuan, así como la inspiración en el desarrollo del turismo rural de España sobre la construcción económica del turismo rural de Sichuan y otros aspectos.

3. Breve reseña de la historia del desarrollo de la construcción del turismo rural en España

España, geográficamente situada en la Península Ibérica, al suroeste de Europa, posee una larga historia, dividida en el periodo prehistórico, la dominación romana y visigoda, la dominación morisca, la Reconquista, el descubrimiento del Nuevo Mundo y la Guerra Civil y el franquismo. Desde 1975, cuando España entró en el periodo de la "Nueva España", el turismo ha tomado la delantera y se ha convertido en una de las industrias pilares de España, y desde entonces ha dado nueva vida a esos pueblos antiguos silenciosos y les ha dado la oportunidad de enfrentarse al mundo (Lin, 2015).

3.1 Identificación de líderes de opinión

El desarrollo del turismo rural y la definición del turismo rural moderno se originaron en la década de 1960 de la demanda de alojamientos rurales para actividades de montañismo en los Alpes en Europa y viajes de larga distancia, creciendo lentamente en España, Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos, Francia e Italia después de la década de 1960. En 1991, la Unión Europea puso en marcha el programa LEADER (Acción Conjunta para el Desarrollo de las Zonas Rurales), que propugnaba que el turismo rural se ampliara para incluir el agroturismo, el turismo verde, la gastronomía, el turismo cinegético, etc. Este programa ha dado un gran impulso al desarrollo del turismo rural en Europa (Song, 2018).

El turismo rural en España comenzó a principios de los años 60 del siglo XX y ha crecido rápidamente desde 1992, superando al tradicional turismo de playa y convirtiéndose en la parte más importante de la industria turística del país. Existen varias etapas (Li, 2008):

(1) Fase inicial (1967-1980). Los primeros inicios del turismo rural se produjeron con la puesta en marcha de un programa de vacaciones denominado "*Casas de Labranza*", que ofrecía a los viajeros urbanos la posibilidad de alojarse en casas rurales. El objetivo de esta fase era aumentar los ingresos económicos de las familias rurales.

(2) Fase de desarrollo (1980-1995). Se caracterizó por la descentralización de la autonomía de la construcción del turismo rural a las comunidades autónomas, la aprobación y aplicación de los correspondientes estatutos de autonomía local en las comunidades autónomas, y el inicio del gran desarrollo del turismo. Al mismo tiempo, las diferentes normativas de las distintas regiones provocaron un desarrollo desigual del turismo rural en cada una de ellas.

(3) Etapa madura. Se caracteriza por la integración de sectores en los que se ha superado la etapa inicial en la que predominan actividades como el alojamiento. Comienza la etapa de especialización, diversificación y profesionalización para captar necesidades más diversas y exigentes y sentar las bases de la fidelización de la clientela con las siguientes clasificaciones:

Categoría	Contenido
Ecoturismo	Integrar a los visitantes en el entorno natural y cultural.
Agroturismo	Permitir que los turistas participen activamente en las tareas de producción agrícola mediante el alojamiento en casas de agricultores y ganaderos.
Turismo gastronómico	Diseñado para que los turistas disfruten de los productos y la cocina tradicional de las zonas rurales.
Deportes de Aventura	Caracterizado por turistas que practican deportes en un entorno natural.
Viaje de caza	Las zonas rurales específicas para capturar presas de forma selectiva utilizando diferentes medios.
Turismo educativo	Instruir a los visitantes para que se formen o conozcan las instalaciones de una explotación agrícola o ganadera.
Turismo sanitario	Viajes de bienestar para turistas a zonas con instalaciones termales o centros de bienestar.
Turismo complementario en entornos rurales y zonas costeras	Realizado en un entorno rural cercano a zonas costeras con importantes atracciones turísticas que reciben diariamente visitantes que normalmente no pernoctarían en un entorno rural.
Turismo cultural	Turismo basado en la historia cultural y la riqueza patrimonial de las zonas rurales.

Cuadro 1. Tipos de modalidades de turismo rural en España

Fuente: Elaboración propia a partir de Campón Cerro (2013) y Millán et al. (2011)

Las estadísticas relacionadas con la oferta de turismo rural de 2001-2017 del Instituto Nacional de Estadística muestran un fuerte crecimiento en el número de alojamientos rurales. De 5.868 en 2001 a 15.649 en 2017, lo que supone un incremento del 166,6%. En cuanto a la demanda de turismo rural, tanto el número de visitantes como el de

alojamientos mostraron un incremento paulatino del 232,38% y del 199,86% respectivamente, en el periodo 2001-2017 (Jacinto, 2002; María, María y Manuel, 2019). Existe Juzcar en la Serranía de Ronda, provincia de Málaga, en la región andaluza del sur de España, conocida como la casa de los pitufos, se encuentran Mijas, el "pueblo blanco", y Cuenca, la "ciudad en el cielo", conocida también como la "ciudad de magia", Consuegra, inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial por las Naciones Unidas en 1996 y conocida como la "Ciudad del Molino", también conocida como el Campo de Batalla de Don Quijote, y Córdoba, la "Ciudad de las Flores", etc. Además, también ofrece esquí, escalada, bicicleta de montaña, parapente y otros deportes para los aficionados a los deportes al aire libre, viajes de ocio y vacaciones, viajes de alimentación ecológica y verde para la tercera edad, viajes de lujo a bodegas y balnearios para consumidores con un fuerte poder adquisitivo, y campamentos de carava Ning para los aficionados a la conducción autónoma (Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa, 2005; Zhang, 2017).

3.2 Características del desarrollo del turismo rural en España

Dirigido por la UE, la política es lo primero. Para el turismo rural, la Unión Europea ha adaptado especialmente el Quinto Acuerdo Marco de la Unión Europea, que aborda la planificación y gestión global del turismo rural en toda la región europea, y proporciona apoyo y garantía desde la gestión del capital, las políticas gubernamentales, la formación de profesionales, etc. Los departamentos gubernamentales asumen el liderazgo en la integración de recursos para la planificación general del desarrollo del turismo rural. El gobierno coordina todas las partes y formula normas políticas para garantizar que no se dañe el entorno natural en el proceso de desarrollo, y que se utilicen los recursos medioambientales naturales y se proteja la cultura local al tiempo que se logra la armonía entre el hombre y la naturaleza. Se valoran las diversas civilizaciones y la multiculturalidad. La construcción cultural del turismo rural tiene requisitos estrictos, incluyendo la forma del edificio, en el diseño de la construcción y el diseño ambiental deben resaltar los elementos culturales españoles y elementos artísticos, aparece la interacción de la arquitectura gótica, la arquitectura árabe morisca, y la arquitectura barroca renacentista europea, por lo que parte del campo todavía se mantiene en el siglo XVIII y las características culturales del siglo XIX. Llevan a cabo la renovación e innovación de grandes explotaciones y fincas. La investigación y el desarrollo de experiencias agrícolas, montañismo, equitación y otros programas como las famosas guerras de toros y tomates y otros programas creativos, se llevan a cabo en relación con grandes aldeas rurales, casas solariegas y otras unidades con un gran volumen de superficie. A través del modelo "agricultor + empresa + asociación + gobierno", el gobierno introduce políticas que apoyan activamente el desarrollo del turismo rural y, al mismo tiempo, los agricultores y las empresas, las empresas y las asociaciones desempeñan el papel de enlace entre los agricultores, las empresas y las asociaciones tienen plena autonomía para desarrollar el turismo rural. El concepto de desarrollo complementario y equilibrado. El desarrollo del turismo rural elabora un plan para las diferentes necesidades y el potencial de la fuente de visitas, con el fin de garantizar el desarrollo equilibrado de cada región. Por ejemplo, la combinación de los recursos forestales nacionales y el desarrollo de los agricultores para formar productos turísticos sin destruir la ecología, es decir, a través de la planificación científica, delinear el área de recolección, y categorizar la multitud de recolectores (setas, frutas, etc.) de acuerdo a los turistas, comerciantes, residentes, etc.

Elaboración de normativas para orientar el desarrollo del turismo rural. Por ejemplo, Valencia promulgó en 1994 la Ley de Alojamientos Rurales, que establece las condiciones básicas de los alojamientos rurales, de modo que quienes las cumplan podrán registrarse ante el Gobierno y serán sancionados por destruir el medio ambiente y engañar o estafar a los turistas en las zonas turísticas. Formación y asistencia a los profesionales. Los conceptos y la concienciación de los profesionales son factores importantes que afectan al desarrollo del turismo rural. El Gobierno ha organizado viajes de estudio y aprendizaje para los profesionales a lugares donde el turismo rural funciona bien.

Todo lo anterior demuestra que España presta atención a la excavación de elementos culturales nacionales en la construcción del turismo rural, y su concepto de desarrollo también está en consonancia con el fenómeno de la "percepción de las personas de sí mismas y del entorno natural externo" de las seis orientaciones de valores de la teoría del fenómeno intercultural propuesta por Florence Kluckhohn y Fred Strodtbeck: los valores occidentales, representados por Estados Unidos, consideran que las personas ponen más énfasis en cambiar el entorno natural para realizar sus intenciones creativas y alcanzar sus objetivos. En otras palabras, las personas dominan el entorno.

4. La historia del desarrollo del turismo cultural de ciudades rurales especializadas de la provincia Sichuan y de China

4.1 La historia del desarrollo del turismo cultural en las ciudades rurales características de China

En comparación con Europa, Estados Unidos y otros países, el turismo rural de China comenzó tarde, la etapa más temprana se remonta a la década de 1980 en Shenzhen cuando por primera vez se celebró el Festival del Lichi como el comienzo de la marca, después de 1990 se encontraba todavía en la etapa inicial, la industria del turismo comenzó a incursionar en el turismo rural generando un profundo debate, en este momento, el eje principal de los productos de turismo rural sería "Nongjiale" (restaurantes y alojamientos rurales). (Wu, 2021) En 2006, se celebró la Exposición Nacional de Turismo "Turismo Rural de China", que le hizo entrar en un período de rápido desarrollo. En 1998 y 1999, la Administración Nacional de Turismo lanzó sucesivamente el "Turismo Urbano y Rural de Huaxia (la nación china)" y el "Año del Ecoturismo".

Desde el origen del turismo rural chino a mediados de la década de 1980 hasta ahora, ha transitado desde el periodo embrionario al de crecimiento y avanza gradualmente hacia la fase de madurez. Según los datos de la Administración Nacional de Turismo año 2016, el turismo rural ha alcanzado los 1.360 millones de viajes, lo que significa que, de media, cada persona del país ha participado en una experiencia de turismo rural (Yang y Xie, 2019). El proceso de desarrollo específico se menciona por primera vez en el Esquema Nacional de Turismo y Ocio (2013-2020) publicado por la Oficina General del Consejo de Estado en el 2 de febrero de 2013. Posteriormente, en febrero de 2016, se propuso en Varias Opiniones sobre la Promoción Profunda de la Construcción de la Nueva Urbanización acelerar el desarrollo del turismo en las ciudades características. En marzo del mismo año, el programa del Decimotercer Plan Quinquenal de Desarrollo Económico y Social Nacional promulgado continuó planteando este concepto de desarrollo.

4.2 Historia del desarrollo de la construcción cultural y turística en las ciudades rurales características de Sichuan

La provincia de Sichuan cuenta con numerosos recursos turísticos de alta calidad, la mayoría de los cuales presentan un alto grado de solapamiento espacial con las zonas rurales, como por ejemplo más del 50% de los recursos turísticos nacionales y de categoría mundial de la provincia se concentran en la zona de la meseta tibetana, una de las "cuatro zonas principales". Entre las 11.501 aldeas pobres de toda la provincia de Sichuan, 1.443 aldeas y pueblos son aptos para el desarrollo turístico, con un desarrollo económico atrasado pero un buen entorno ecológico, numerosas reliquias rojas, rico sabor étnico y una densa historia y cultura. El turismo rural con carácter se han convertido en un contenido importante y en el canal principal para la construcción de nuevas aldeas hermosas en las zonas rurales, el cultivo del sistema industrial, el aumento de los ingresos y la riqueza de los agricultores, por ejemplo, los lugares como el Glaciar Dagu en el distrito de HeiShui, prefectura autónoma de Aba, el balneario de aguas termales de la villa de Gurgou, distrito de Li, prefectura de Aba, y un lugar de vacaciones que parece un huerto de melocotones, el distrito de Muchuan, ciudad de Leshan, desarrollados y construidos, sin olvidar los festivales como el Festival de la Flor de Ciruelo en la Aldea Chunfeng de Yunlian en Yibin, y el Festival de la Flor del Peral en Cangxi, Guangyuan, y otros tipos de festivales de turismo rural que se han convertido en nuevos puntos calientes del consumo turístico de Sichuan (Li, 2018).

En 2013, el gobierno de la provincia de Sichuan planteó la intención de acelerar la construcción de una provincia con economía turística fuerte, señalando promover la construcción de los pueblos y ciudades de turismo y desarrollar las villas turísticas características y pueblos turísticos con boutiques culturales de acuerdo a las condiciones locales; El 17 de noviembre de 2015, la provincia de Sichuan adoptó las recomendaciones del Comité Provincial de Sichuan sobre la formulación del XIII Plan Quinquenal de Desarrollo Económico y Social Nacional. En abril de 2019, el Comité provincial del partido Comunista de Sichuan y el gobierno provincial celebraron la conferencia de desarrollo de la cultura y el turismo de la provincia, nombraron el primer lote de 10 condados turísticos famosos del Paraíso Tianfu (otro nombre de la ciudad Chengdu), 20 ciudades características culturales y turísticas y 8 empresas líderes destacadas en la industria cultural y turística, publicaron documentos como "el Esbozo del plan a medio y largo plazo para la construcción de una provincia cultural fuerte (2019-2025)", "la Intención sobre el desarrollo vigoroso de la economía de la cultura y el turismo para acelerar la construcción de una provincia cultural fuerte y una provincia turística fuerte", etc. En "los Dictámenes de aplicación sobre la promoción del desarrollo normalizado y saludable de las ciudades características", se mencionaron claramente el enfoque de construcción, los métodos de gestión y las políticas de apoyo de las ciudades características; En el "Programa de Acción para Potenciar el Desarrollo del Turismo Rural en la Provincia de Sichuan (2022-2025)", se propuso tomar la implementación de la construcción de vacaciones rurales como el tirón general para promover la

transformación y el desarrollo del turismo rural de visitas turísticas a visitas turísticas, ocio y vacaciones, mejorar continuamente la calidad del desarrollo del turismo rural, y convertirlo en un destino turístico de vacaciones rurales de renombre nacional con características únicas de Sichuan. Sichuan es la "cuna del *Nongjiale* china", el turismo rural comenzó a mediados de la década de 1980 y ha pasado por las siguientes etapas:

(1) Etapa de desarrollo autónomo (1987-1991): La etapa de desarrollo autónomo es también el periodo inicial del turismo rural. El turismo rural se desarrolló sobre la base del *Nongjiale*, la etapa inicial en la que los habitantes de las ciudades comían en casa de un granjero y contemplaban el paisaje rural. Esta etapa se caracteriza por una escala pequeña y una naturaleza más dispersa.

(2) Etapa de desarrollo a escala (1992-2002): En esta etapa, los turistas tuvieron otras necesidades como experiencias, entretenimiento, estudio y compras sobre la base de la etapa de desarrollo independiente. Como resultado, se derivaron una serie de cadenas industriales que promueven la construcción de infraestructuras rurales e impulsaron el desarrollo de la economía rural. Esta etapa se caracteriza por la expansión gradual de la escala y la mejora paulatina de las funciones.

(3) Fase normativa (2002 - 2008): en esta fase se establecieron y mejoraron gradualmente las normas y estándares turísticos.

(4) Etapa de mejora y desarrollo (2008-actualidad): Durante esta etapa se promulgaron una serie de directrices y políticas, se establecieron varios sitios de demostración de turismo rural y se desarrollaron diversos métodos de turismo rural. (Véase el Cuadro 2).

Categoría	Contenido
Excursión a paraíso de la casa de campo	Basadas en la producción agrícola y la vida rural, con ricas e interesantes actividades rurales como principal atractivo, se ofrecen a los turistas experiencias de diversión como principal actividad turística, complementada con ocio, restauración, compras, alojamiento y otros servicios.
Turismo sanitario	Basándose en el entorno montañoso y la buena ecología, con la filosofía empresarial de la salud verde, el cultivo del cuerpo y la salud, se ofrecen actividades turísticas para nutrir el cuerpo y la mente, la salud y el ocio, así como vacaciones cómodas.
Recorrido por las costumbres populares	Basándose en la arquitectura, los trajes, las costumbres, los modelos de vida, las creencias religiosas y los métodos de producción de los pueblos étnicos, y presentando la experiencia de la cultura étnica y las costumbres étnicas, se ofrecen servicios de restauración, alojamiento, turismo, ocio y compras.
Ecoturismo	Apoyándose en la buena ecología natural del campo, el aspecto del pueblo y la característica industria pesquera, con "el pescado, la pesca" y el paisaje acuático como tema de las atracciones turísticas, se ofrecen servicios especiales de restauración, ocio y entretenimiento, visitas turísticas y otros servicios.
Recorrido por los jardines de la literatura creativa	En el campo, atraída por la creación y exhibición de cultura y arte, se proporcionan a los turistas servicios como visitar, experimentar, comprar y cenar.
Recorrido por la experiencia agrícola	Basado en jardines de flores o huertos, ofrece a las visitantes actividades vivenciales como contemplación, recolección, ocio, aprendizaje y divulgación científica.
Especialidad Visitas turísticas	Utilizando conceptos avanzados de planificación, construcción y gestión, ofrece servicios turísticos de ocio, alojamiento, restauración y entretenimiento con marcadas características culturales o exóticas locales.
Excursión familiar al bosque	Basado en un buen entorno forestal y un paisaje recreativo, puede ofrecer a los visitantes servicios como comida, alojamiento y entretenimiento con características forestales.
"Viajes de estudios"	Sobre la base de la integración de los recursos turísticos rurales locales, se han desarrollado tres conjuntos de cursos para satisfacer las necesidades de los niños pequeños a través de viajes de estudio en grupo de padres e hijos, con la educación en ciencias medioambientales como línea principal.

Cuadro 2. Categoría de modo turístico de la ciudad con características rurales de Sichuan

Fuente: Norma de evaluación empresarial de las características del turismo rural de la provincia de Sichuan (para aplicación de prueba) 5 de diciembre de 2017

Según "el Informe Anual sobre el Turismo Rural en la Provincia de Sichuan en 2022", los ingresos totales del turismo rural en la provincia de Sichuan en 2021 fueron de 363,743 mil millones de RMB, un aumento interanual del 15%; y el número total de viajes recibidos por el turismo rural fue de 466 millones, un aumento interanual del 17%. La provincia es rica en recursos turísticos, y ha construido sucesivamente cinco grandes cinturones económicos de turismo rural en torno a las vacaciones suburbanas de Chengdu, la recreación idílica del sur de Sichuan, la recreación forestal del noreste de Sichuan, la experiencia cultural del noroeste de Sichuan y la recreación soleada del oeste de la ciudad de la ciudad de Panzhihua, proporcionan un impulso inagotable para el desarrollo de la economía de Sichuan (Red de Información Industrial y Económica de China, 2022).

4.3 Características del desarrollo del turismo cultural en el campo de Sichuan

Sichuan es la intersección de la cultura Ba Shu, la cultura minoritaria y la cultura roja, presentando sus propias características culturales únicas, a lo largo de la historia de su desarrollo del turismo rural presenta las siguientes características:

(1) Características geográficas complejas y diversas, recursos naturales únicos y ricos. Sichuan está situada en la región suroccidental de China, mostrando complejidad y diversidad en sus características geográficas. Los recursos culturales y turísticos están ampliamente distribuidos y diversificados, tales como el "Monte Qingcheng de Dujiangyan" como las atracciones más características de Chengdu; el Buda de Leshan, Emei, la ciudad natal de Dongpo, etc. como las características de la región occidental; la sal de pozo y el vino de Sichuan, etc. como las características de la región meridional; el camino de Shu de Jiannan, la Ciudad Antigua de Langzhong, la ciudad natal de Xiaoping, etc. como las características de la región nordeste de Sichuan; el Festival de la Antorcha de Qionghai de Los Yi como las características de la región Panzhihua y XiChang; Adén del distrito Inajo a lo largo de la ruta Sichuan-Tíbet, el Mar de las Flores de Hongyuan, etc. como las características de la región noroccidental de Sichuan (Wang, 2020).

(2) Apoyo político diverso. En el proceso de desarrollo del turismo cultural rural y del turismo cultural de las ciudades antiguas, el Comité Provincial del Partido y el Gobierno Provincial de Sichuan emitieron varios documentos en 2013, 2015, 2016, 2017 y 2019, señalando que el turismo rural es una forma importante de promover la expansión y la mejora del consumo de los residentes, de promover la estrategia de revitalización rural y de lograr un desarrollo de alta calidad en la nueva era.

(3) Diversificación del desarrollo de ciudades características. Desde 2013, la promoción de la revitalización rural y la construcción de la cultura y el turismo ha dado lugar a la formación de seis tipos de ciudades características, incluidos los parques industriales, el turismo, el comercio y la logística, la habitabilidad ecológica, la agricultura moderna, la innovación y el espíritu empresarial, etc., que se concentran principalmente en el sur de Sichuan y la llanura de Chengdu. Entre ellas, en virtud del profundo patrimonio cultural y los bellos paisajes naturales de la región de Sichuan, la proporción de ciudades características del turismo y las visitas turísticas era mayor (Gan, 2018).

(4) "Integración de paisaje y ciudad" puede promover el desarrollo de ciudades especializadas. Sichuan propone la "integración de paisaje y ciudad", combinando ambos para producir el efecto de "1+1 > 2". Por ejemplo, en la ciudad de los cinco fenices en la zona núcleo de la aglomeración urbana de Chengdu-Chongqing, sus condiciones características únicas de recursos espaciales de alta calidad de la placa forestal del oeste de Sichuan, así como la cultura popular de la ciudad antigua existente, la filosofía y la cultura ecológica de la experiencia natural lo llevan a formar a el modelo de desarrollo de la cadena ecológica industrial territorial, lo que hace realidad la "integración del pueblo JingZhen" implantando las industrias diversificadas de "folclore + reliquias culturales y culturales + ecología" en el soporte espacial de "lugares escénicos + ciudades + bosques" (Gan, 2018).

(5) Aprovechar al máximo las ventajas de los recursos humanos. Sichuan es rica en recursos humanos y cuenta con un sólido patrimonio cultural, especialmente famoso por sus lugares panorámicos, como las ruinas de *Sanxingdui* y el proyecto de conservación del agua de Dujiangyan, que constituyen una base importante para el desarrollo del turismo rural.

(6) Espectáculos culturales con características especiales. Sichuan posee ricos recursos de características folclóricas, como la Ópera de Linternas del Norte de Sichuan, popular en Nanchong, Jiange y algunos condados de las zonas de Suining, Daxian y Dazhu. A lo largo de los tiempos, ha habido representaciones de teatro de farolillos por todo Sichuan para entretener a los dioses y a la gente, una vez que hay competiciones folclóricas, recompensas a los dioses, y se evitan catástrofes por medio de plegarias para obtener bendiciones (Yi, 2022).

(7) Hay un paisaje humano único - "antiguo, principio, verdadero, terroso". La topografía de Sichuan es compleja y variada, pero la zona es vasta. Debido al pequeño impacto de la industrialización, la gran mayoría de los lugares puede

mantener el paisaje natural, el estilo de las costumbres locales, las costumbres populares, pueblos y talleres sencillos, formas primitivas de trabajo, las costumbres populares reales, productos agrícolas y secundarios nativos, formando la singularidad de "antigua, primitivo, verdadero, terroso". (Chen, 2019)

(8) El comienzo tarde, el desarrollo de saltos rápidos. En los últimos 10 años, Sichuan en los pueblos rurales y la construcción de turismo cultural ha formado cinco grandes sectores de desarrollo del turismo rural, incluidos granjeros de Tianfu en el Anillo de la Ciudad, estilo tibetano Qiang en Sichuan y Tíbet, nueva mirada de la Unión Soviética en el noreste de Sichuan, antiguos pueblos y ciudades del sur de Sichuan y ecología del sol en el oeste de Panzhuhua y XiChang, existen seis tipos, como el tipo de pueblos y ciudades sobre la base de tipo, el de área escénica impulsado, el de pueblos y ciudades características tipo, el tipo histórico y cultural, el tipo del apoyo de la industria (agricultura, silvicultura, etc.), el tipo tráfico a lo largo, lo que ayuda construir el sistema diversificado de productos y servicios de turismo rural con agroturismo, experiencia de asuntos agrícolas, parques temáticos, recreación rural, pueblos tradicionales, pueblos característicos y otros (Zhao, 2022).

Además de las características mencionadas, el turismo rural de Sichuan también posee otras características de desarrollo, como integrar orgánicamente "ecología, industria y cultura", crear un buen ambiente turístico de "turistas de lejos, aldeanos locales contentos", y aplicar la estrategia de desarrollo de "integración de tres culturas". En los últimos años, con el apoyo de las políticas nacionales, el turismo rural en Sichuan se ha desarrollado enormemente, promoviendo vigorosamente la mitigación de la pobreza en toda la región de Sichuan, al tiempo que aumenta la sensación de bienestar en la población

5. Desafíos y deficiencias del turismo rural en España y en el desarrollo del turismo cultural en las ciudades rurales especializadas de Sichuan

El desarrollo de los recursos turísticos y de la industria turística en Sichuan pertenece a la división horizontal del trabajo más que a la división vertical del trabajo en la división del trabajo en el mercado (Mu, 2006) Además, para llevar a cabo el desarrollo del turismo rural en Sichuan, no sólo es necesario proteger eficazmente las características turísticas únicas de Sichuan, sino también mejorar el modo de desarrollo existente, a fin de lograr "un empuje", "dos tirones" y "tres atracciones". "Un empuje": promover la aplicación de políticas, financiación, planificación, normas y asociaciones; "dos tirones": hermosos paisajes para atraer a la gente, comida para mantener a la gente, así como otros para mantener a la gente; "tres atracciones": atraer el flujo de personas, atraer el flujo de dinero, atraer el flujo de vuelta (Li, 2021). A continuación, se presenta un análisis comparativo de las carencias y retos del desarrollo del turismo rural en España y del turismo rural con características de Sichuan:

En España	En las ciudades rurales con características rurales de Sichuan
Contaminación y destrucción del medio ambiente	Falta de innovación, recurso único
Falta de profesionales de negocios	La investigación del desarrollador sobre turismo rural no es lo suficientemente profunda y el nivel no es alto
La coordinación entre los residentes y todas las partes es propensa a contradicciones	La comercialización es severa, desligada de la propia experiencia cultural; Baja visibilidad, el efecto de marca no es suficiente
La especialización de la promoción turística y la competencia externa cruel	La supervisión de los gobiernos locales es insuficiente, la supervisión del mercado es insuficiente y la operación es amplia

Cuadro 3. Desafíos y deficiencias del turismo rural en España y en el desarrollo del turismo cultural en las ciudades rurales especializadas de Sichuan

Fuente: Elaboración propia

En resumen, debido a las diferencias entre las tradiciones culturales y los estereotipos chinos y occidentales, la implantación de elementos culturales en el desarrollo y la construcción del turismo cultural en las antiguas ciudades rurales de Sichuan es diferente a la de construcción del turismo rural en España. En Sichuan, hay una gran cantidad de pueblos rurales históricos y recursos de turismo cultural, incluyendo una amplia variedad de arquitectura de diferentes estilos (Sun, 2016). La compleja orografía de Sichuan y el terreno mayoritariamente montañoso también hacen que cada región refleje una cultura popular diferente, pero existen muchas similitudes en la selección de los lugares, los patrones espaciales, la planificación y otras ideas filosóficas en busca de la coexistencia armoniosa del hombre y la naturaleza. Sus características de tipo de construcción civil, características funcionales, el tipo de crear características regionales y

decoraciones también son muy similares, principalmente simplifica los componentes estructurales, menos uso de arcos, la relación de fuerza tiende a ser simple, y la decoración también es muy rica en características regionales. Las tres culturas religiosas tradicionales y la cultura folclórica, el confucianismo, el budismo, el taoísmo, profundamente influyen la formación de la decoración de la región. De acuerdo con el fenómeno de la "percepción de las personas de sí mismas y del entorno natural externo" en los "seis valores" del fenómeno intercultural propuesto por Florence Kluckhohn y Fred Strodbeck, se dice que "La mentalidad china (y oriental) se define por el énfasis en el Feng Shui y la unidad del hombre y la naturaleza en una simbiosis armoniosa" (She, 2015).

6. Recomendaciones y medidas

Desde 2004, la Administración Nacional de Turismo de China y la Agencia Española de Cooperación han celebrado los primeros cursos de formación de "turismo rural" del país en Chengdu, por lo que tienen una comprensión más profunda al desarrollo del turismo rural avanzado del mundo y las estrategias de construcción. Combinado la síntesis del turismo rural de España y el espacio de construcción, la aplicación de políticas, el modo de construcción del desarrollo del turismo cultural en los pueblos rurales en Sichuan y otros estudios comparativos, siendo que hay algunas sugerencias para hacer la cultura y el turismo de los pueblos antiguos de Sichuan "salir" y promover el desarrollo del turismo rural en Sichuan:

(1) Los departamentos gubernamentales asumen el liderazgo en la integración de recursos para lograr una planificación de trazado diferenciada. El gobierno debe coordinar a todas las partes y formular políticas y normas que hagan hincapié en la naturaleza y la armonía entre los departamentos del gobierno local, los promotores, los gestores y los residentes de la comunidad.

(2) Mejorar las infraestructuras periféricas de transporte. Según el tercer censo agrario, sólo el 8,6% de los municipios del país disponen de estaciones de ferrocarril, y únicamente el 21,5% tienen entradas y salidas por autopista, por lo que el acceso por carretera a la red es inadecuado. En cambio, las infraestructuras de transporte en torno a los municipios españoles son perfectas, con cómodos accesos a las autopistas nacionales.

(3) El Gobierno debería contar con apoyo político y financiero para el turismo rural, así como con una planificación fiscal razonable, y al mismo tiempo, debería existir un sistema de acuerdos financieros, técnicos, de credibilidad, de derechos de propiedad, legales y de marketing para apoyar la industria cultural y turística en las ciudades y pueblos rurales que se construyan.

(4) Aumentan la introducción de profesionales y el desarrollo innovador, y llevan a cabo un trabajo innovador de acuerdo con las condiciones locales. Aprovechan al máximo los recursos locales, aumentan los esfuerzos de desarrollo y evitar el despilfarro y el exceso de recursos. Establecen un mecanismo de cooperación con los colegios profesionales y las universidades, y piden a los estudiantes que regresen a sus ciudades de origen para construir y ofrecer mejores oportunidades de desarrollo.

(5) Combinación diferenciada de publicidad. Aumentan la publicidad fuera del sitio, hacen pleno uso de los medios de comunicación provinciales y municipales, periódicos y revistas, así como video en vivo, tiktok, Bilibili, WeChat y otros medios de comunicación para lanzar columnas especiales sobre ciudades culturales y turísticas. Organizan periódicamente exposiciones de productos turísticos y mercancías relacionadas con el turismo rural para aumentar la visibilidad del destino y ampliar la cuota de mercado turístico mediante la publicidad y la promoción.

(6) Agregación de recursos para preparar la construcción de la "Red de Cultura y Turismo Rural de Sichuan" y la construcción de APP. Con patrocinio del gobierno, se unen las cooperativas pertinentes, los medios de comunicación de terceros y otra agregación para conjuntar los datos de atracciones dentro de la jurisdicción de Sichuan, y el sitio debe cubrir una amplia gama de información en torno a la "historia de Sichuan, tierras de cultivo, festivales, productos locales y sabores locales, comida y vino, casas de alojamiento, atracciones populares, granjas para recoger la escena, la tarjeta del alrededor, enciclopedia popular, tesoros culturales, recreación y fitness, foros de visitantes".

(7) Destacar las "características especiales" y crear atracciones profesionales. Hacen "turismo de recolección", "mundo de la pesca", "pueblo de comida", "club deportivo de campo", "villa de aguas termales" para satisfacer las necesidades de los turistas de montaña y deportes acuáticos, la salud y las necesidades de fitness del entorno natural rural, y hacen visitas turísticas centradas en paisajes especiales, actividades agrícolas o atracciones de pueblos, las características del paisaje, las actividades agrícolas o atracciones de la aldea y otro turismo turístico.

(8) Establecer un concepto de desarrollo sostenible y combinar paisajes ecológicos naturales con paisajes humanísticos. La construcción del turismo rural en Sichuan debe dar prioridad a la protección ecológica y medioambiental.

7. Conclusión

La geografía de los característicos pueblos rurales culturales de Sichuan es similar a la de la mayoría de los pueblos turísticos de España, en su mayoría en colinas y valles, y el desarrollo del turismo rural en ambos lugares se ha topado con deficiencias como la contaminación y los daños medioambientales, la falta de operadores profesionales, la coordinación entre residentes y todas las partes, la especialización y la competencia externa. Sin embargo, el turismo rural español es digno de aprendizaje en cuanto a conciencia medioambiental, énfasis en la mejora de la calidad de la vida rural y el mantenimiento de las costumbres tradicionales, así como la restauración y protección de monumentos y lugares históricos. Históricamente han existido diferencias de comportamiento entre China y Occidente. Con la globalización de la economía mundial y el avance de la multipolaridad cultural, deberíamos evitar la brecha entre las diferentes culturas de los distintos países y regiones, y establecer el concepto de pluralismo cultural, es decir, la hermenéutica transcultural, para ayudar a las culturas heterogéneas a encontrarse, comunicarse, comprenderse e interpretarse mutuamente, a fin de establecer una comunidad de destino humano compatible con los pueblos del mundo.

Bibliografía

- (Chen, 2019) Chen R. P. (2019). Hermoso campo y desarrollo de recursos de turismo rural. Pekín. *Prensa de la industria de la aviación*, 12(43).
- (Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa, 2005). Editorial de Recorrido por Aldea Antiguas en Europa. (2005). Un pueblo apasionante en España: 43 de los cascos antiguos más bonitos de España. Pekín. *Prensa de la Industria Ligera de China*, 02.
- (Felipe, 2021) Felipe L. B. Ana B.M. R. (2021). Espacios naturales protegidos, reto demográfico y turismo. El ejemplo de la reserva de la biosfera y parque nacional de MONFRAGÜE (Extremadura, España). *Cuadernos de Turismo*, nº 48, pp. 369-400
- (Gan, 2018) Gan X. Y. (2018). "Integración de ciudades y aldeas escénicas": Un modelo de ciudades características con cadena ecológica industrial de área completa--tomando la ciudad de Wufeng, Jintang, Chengdu como ejemplo. *Compartir y calidad-Actas de la Conferencia Anual de Planificación Urbana de China 2018* (la planificación de 19 pequeñas ciudades):147-155.
- (Herrera, Blanco-Romero y Valiente, 2005) Herrera, L., Blanco-Romero, A., & Valiente, G. C. (2005). Turismo rural en España: un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de geografía*, (77), 41-58.
- (Jacinto, 2002) Jacinto B. P. (2002). *Un Modelo Estratégico de Comunicación para el Turismo Rural español*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- (Juan, 2011) Juan, I. P. F. & Pablo J. C. G. (2011). EL turismo rural en ESPAÑA. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*: 155-176.
- (Li, 2021) Li G.Y., Li J. T., Luo C. Y. & Wei Y. X. (2021). Estudio sobre contramedidas para el desarrollo sostenible de la agricultura de ocio y el turismo rural en Sichuan en el contexto de los nuevos patrones de desarrollo. *Ciencia y tecnología agrícola de Sichuan*, (06):13-17.
- (Li, 2008) Li L.N. (2008). El desarrollo y la inspiración del turismo rural en España. *Construcción en zonas antiguas*, (17):63-64.
- (Li, 2018) Li X.Q. (2018). Investigación sobre innovación y práctica del modelo de alivio de la pobreza turística en la provincia de Sichuan. Chengdu: *Prensa de la Universidad de Sichuan*, 3(19).
- (Lin, 2015) Lin Y. W. (2015). Cómo España se convirtió en el "Reino del Turismo". *Panorama turístico (segunda quincena del mes)*, (12):111.
- (María, María y Manuel, 2019) María, M., María, T. F. y Manuel, J. (2019). *Revista Espacios*. Vol.40 (Nº01). Pág.3.
- (Martín, Rivero y Gallego, 2017) Martín, J. M. S., Rivero, M. S., y Gallego, J. I. R. (2017). Análisis del equilibrio entre el potencial turístico y la oferta de alojamientos en turismo rural mediante técnicas de estadística espacial. Una aplicación a la provincia de Cáceres (España). *Cuadernos de Turismo*, (39), 547-576.
- (Mu, 2006) Mu T. Sobre el desarrollo de los recursos turísticos y el desarrollo económico de Sichuan [D]. Universidad de Sichuan, 2006.
- (Qiu, 2018) Qiu A. J. & Guan J. (2018). La práctica y la revelación de las ciudades turísticas en los suburbios de las grandes ciudades europeas--Tomando las ciudades austriacas, holandesas y serbias como ejemplos. *Guía económica y comercial de China*, (32):106-108.
- (Red de Información Industrial y Económica de China, 2022) Red de Información Industrial y Económica de China. (2022). Sichuan pondrá en marcha las "cinco acciones" para mejorar la calidad del desarrollo del turismo rural con el fin de contribuir a la revitalización rural, Enlaces web efectivos: <http://www.cinic.org.cn/hy/ly/1377004.html>.
- (She, 2015) She H. C. 2015. *Investigación sobre las características regionales de los marcos de madera de los edificios tradicionales en Ba Shu*. Universidad de Chongqing.
- (Song, 2018) Song R. (2018). El desarrollo y la revelación de las ciudades características en Europa. *Revista de turismo*, 33 (06):1-3.
- (Sun, 2016) Sun Z. W. (2016). Breve discusión sobre la asociación entre las ciudades antiguas de Sichuan y la cultura Ba Shu. *Bellas Artes en general*, (08):92.
- (Wang, 2020) Wang X. R. (2020). Exploración de la vía de desarrollo de la industria del turismo cultural desde la perspectiva de la propiedad intelectual--el ejemplo de Sichuan. *Revista del Instituto de Turismo de Sichuan*, (04):38-41.
- (Wu, 2021) Wu Y. C. (2021). Investigación sobre el desarrollo integrado de la cultura rural y el turismo rural en el contexto de la revitalización rural. *Revista de la Facultad de Ingeniería Agrícola de Shandong*, 38(06):64-68.
- (Xi, 2022) Xi J. P. (2022). Mantener en alto la gran bandera del socialismo con características chinas, luchar unidos por construir un país socialista moderno en todos los aspectos. *Informe del XX Congreso del Partido*.
- (Yang y Xie, 2019) Yang Q. y Xie H. (2019). Investigación sobre el desarrollo sostenible del turismo rural. Chengdu: Prensa de la Universidad de Finanzas y Economía del Suroeste.

- (Yi, 2022) Yi W. Q. (2022). La ópera de farolillos de Sichuan y la sociedad rural: introducción al desarrollo desigual de la ópera de farolillos de Sichuan y el turismo rural. *Teatro de Sichuan*, (07):113-121.
- (Zhang, 2017) Zhang C. X. (2017). Experiencia e inspiración de la construcción de ciudad característica en países europeos. *Revista de cuadros de Shenyang*, 19(03):48-50.
- (Zhao, 2022) Zhao G. Y. (2022). Sichuan: Experiencias y reflexiones sobre el desarrollo del turismo rural: Taliviar la pobreza mediante el turismo para estimular el potencial del campo - segundo de una serie de reportajes "para ver Sichuan", Enlaces web efectivos: <http://www.tflymx.com/archives/4817>.

Artículo [ES]

Desarrollo de las estrategias del regionalismo en el México de la posguerra fría: desde la perspectiva constructivismo realista

Development of regionalism strategies in post-Cold War Mexico: from a constructivist realist perspective

Xinying Liu¹, Ziyang Li (autora correspondiente)²

¹Maestranda de la Facultad de Estudios Hispánicos y Portugueses
Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, Beijing, China
Email: leticialius@163.com **ORCID:** 0009-0005-6134-9745

²Catedrática de la Facultad de Estudios Hispánicos y Portugueses
Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, Beijing, China
Email: uni_city@126.com; **ORCID:** 0000-0002-3166-645X

[ES] Resumen: La ubicación geográfica peculiar de México determina que sus estrategias de regionalismo tienen un gran significado geoestratégico. En la era posguerra fría, para adaptarse a los cambios en las situaciones internas e internacionales y responder a los desafíos de la globalización económica, la estrategia de regionalismo de México ha experimentado cambios relevantes. Este trabajo seleccionará a América del Norte, América Latina y Asia-Pacífico como tres unidades regionales que tienen una influencia macro en la formación y dirección de la estrategia de regionalismo de México, en miras a analizar las trayectorias y características de las estrategias diplomáticas regionales en varios Gobiernos mexicanos desde el fin de la Guerra Fría. Asimismo, estudiará los posibles factores influyentes que promueven la transformación desde la perspectiva del constructivismo realista.

Palabras clave: México, estrategia de regionalismo, integración regional, constructivismo realista

[EN] Abstract: Mexico's peculiar geographic location determines that its regionalism strategies have great geostrategic significance. In the post-Cold War era, in order to adapt to changes in domestic and international situations and to respond to the challenges of economic globalization, Mexico's regionalism strategy has undergone relevant changes. This paper will select North America, Latin America and Asia-Pacific as three regional units that have a macro influence on the formation and direction of Mexico's regionalism strategy, with a view to analyzing the trajectories and characteristics of regional diplomatic strategies in various Mexican governments since the end of the Cold War. It will also study the possible influential factors that promote transformation from the perspective of realist constructivism.

Keywords: Latin America, regionalism strategy, regional integration, realist constructivism

Cita: Xinying, L., & Ziyang, L. (2024). Desarrollo de las estrategias del regionalismo en el México de la posguerra fría: desde la perspectiva constructivismo realista. *Ibero-América Studies*, 7(1), 50-61.

Fondo: Este artículo es el resultado de la investigación académica auspiciada por la Universidad de Estudios Extranjeros de Beijing, número del proyecto: 2023JX093.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.06>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: noviembre 2023. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

El fin de la Guerra Fría desencadenó un proceso de reestructuración de las relaciones internacionales, abriendo espacio para una profunda reestructuración de la economía mundial. Para adaptarse a los cambios en las situaciones internas e internacionales y responder a los desafíos de la globalización económica, las estrategias de regionalismo de México han experimentado profundos cambios y ajustes significativos. América del Norte, América Latina y Asia-Pacífico son los tres grandes círculos regionales en los que se sitúa México y que constituyen los principales objetos de su política exterior. Atendiendo a su posición geográfica, México es un país situado en la porción del Norte del continente americano. Por cultura y por vocación política, el país forma parte del concierto de naciones latinoamericanas. Al mismo tiempo, por la ubicación geográfica y el papel que desempeña un mundo multipolarizado, México es un país importante de la cuenca pacífica.

En este orden de ideas, este trabajo tiene como objetivo analizar la relación de México con las tres regiones en que se encuentra y las razones por las que han llegado o no a consolidarse fehacientemente. Debido a limitaciones en la extensión, no ha sido posible incluir a todos los países relacionados con las estrategias de México en el análisis del trabajo presente. Sin embargo, no cabe duda que, México participa en dos ámbitos diferentes en el escenario regional: uno multilateral y el otro bilateral con cada país regional. Por lo tanto, se analiza, por un lado, las relaciones bilaterales de México con las potencias dentro de la región y algunos países específicos. Por otro lado, los esfuerzos de México por incorporarse a la “integración regional” (participación en los principales foros y mecanismos multilaterales de la región). En síntesis, la utilización de todos estos espacios bilaterales y multilaterales para seguir profundizando en las relaciones del país con la región.

El trabajo presente ofrece un estudio diacrónico de las estrategias regionalistas de México a partir del año 1990. Específicamente, intenta dar respuesta a las siguientes preguntas: “cómo son”, y “cómo actúan” en cada entidad regional, por lo tanto, se centra en: (1) Políticas exteriores oficiales, incluyendo el Plan Nacional de Desarrollo (PND) y los discursos diplomáticos del presidente, y políticas exteriores según informes de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE); (2) Participación en organizaciones multilaterales regionales, diálogo diplomático y diálogo político bilateral.

2. Trayectoria de la estrategia regionalista de México en 3 bloques regionales

2.1 América del Norte: cuya importancia sube hasta la cima y luego sufre un lento proceso de declive

Entrando en la década 90, la relación de México con la región de América del Norte vio un mejoramiento sin precedentes. Durante los administraciones de Salinas, Zedillo y Fox, el papel de la región de América del Norte en la estrategia de regionalismo de México pasó de ser tradicionalmente antagónica a ser altamente preferida.

Con Salinas, la política exterior mexicana puso mayor énfasis en la eficiencia económica. Para modernizar la economía e integrarla plenamente en la globalización económica, el Gobierno de Salinas hizo todo lo posible por abandonar su tradicional política exterior de independencia y autonomía, romper con los anticuados preceptos del tercermundismo y establecer relaciones más estrechas con los países desarrollados, especialmente con Estados Unidos de América.

En su discurso inaugural, el 1 de diciembre de 1988, el presidente Salinas afirmó que daría mayor importancia a la eficiencia económica en su política exterior y buscaría un nuevo equilibrio en las relaciones con Estados Unidos. En el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, el gobierno mexicano describió la identidad nacional de México como un país liberal industrializado, y la tendencia hacia la integración regional llevaría finalmente al gobierno mexicano a centrarse en lograr la integración con Estados Unidos (de la Federación, 1989).

En 1990, México se unió al Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) como miembro fundador, firmó un acuerdo marco con la Comunidad Europea (CE) en 1991, y en 1994 anunció que abandonaba el Grupo de los 77 (G77) para unirse a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el “club de los países ricos”. La entrada en vigor del TLCAN en 1994 se considera como un hito en la práctica del regionalismo. Desde entonces, la actividad diplomática de México con Estados Unidos ha sido más activa, adoptando posturas coherentes y gestos favorables hacia Estados Unidos en los grandes asuntos internacionales. La adhesión al TLCAN ayudó a México ascender en la economía internacional, y salir del estancamiento económico.

La estrategia regional en ese tiempo era principalmente y cada vez más orientada por la relación con EE.UU., lo cual condujo a la mejor relación histórica entre los dos países. Las visitas de alto nivel entre ambos países fueron frecuentes y las relaciones económicas y comerciales se estrecharon. Durante la administración del presidente Zedillo se celebraron

11 reuniones de alto nivel entre México y Estados Unidos, en las que se firmaron 22 acuerdos, lo cual demuestra que los dos países han avanzado sustancialmente en el tratamiento de problemas comunes. Frente a la crisis financiera de 1994 que causó pérdidas de 70.000 millones de dólares a la economía mexicana, el presidente Zedillo aprovechó plenamente las condiciones favorables de México como miembro del TLCAN para ampliar sus exportaciones a Estados Unidos y Canadá, y en cuanto a la parte EE.UU. presentar ayuda a México con un préstamo de 30.000 millones de dólares utilizando el Fondo de Estabilización Cambiaria de Estados Unidos.

Tras la llegada de Fox al poder en el año 2000, la relación entre México y Estados Unidos se estrechó más que nunca. El primer plan que planteó el gobierno era sin duda audaz: había que profundizar la relación con América del Norte, particularmente con Estados Unidos. Fox quería crear una “Unión Norteamericana” con Estados Unidos y Canadá, como la Unión Europea. Fox deseaba forjar una “alianza estratégica o incluso militar” con Estados Unidos.

Buscó profundizar la preferencia por Estados Unidos incorporando gradualmente todos los elementos no incluidos en el TLCAN, es decir, todos los elementos más allá del libre comercio en el sentido estricto del término, que son inherentes a esta compleja interdependencia de los miembros regionales. El proyecto se denominó informalmente “TLCAN-plus”. Fox expuso la nueva visión de México para el desarrollo de las relaciones México-Estados Unidos durante su visita a Estados Unidos en agosto del 2000: el libre flujo de personas, bienes y fondos regionales, el establecimiento de un mercado común norteamericano similar al de la Unión Europea; al mismo tiempo, se solicitó que Estados Unidos abriera la frontera mexicano-estadounidense para resolver el problema de los migrantes ilegales mexicanos y también propuso que México, Estados Unidos y Canadá aportaran conjuntamente de 10 mil millones a 20 mil millones de dólares, en función de su fortaleza económica, para constituir un fondo económico trinacional a disposición del Banco del TLCAN, que sería utilizado para la eliminación gradual de la brecha de nivel de desarrollo regional.

Tras los acontecimientos del 11 de septiembre, se produjo un cambio en la escena internacional, con la seguridad como la prioridad de consideración diplomática y la cuestión más importante para Estados Unidos. En consecuencia, la seguridad fronteriza entre México y Estados Unidos ocupa un lugar prioritario en la agenda bilateral, y muchos intentos de Fox de hacer la alianza estrecha con EE.UU. fracasaron. Pero en general, la importancia de América de Norte en las estrategias regionales llegó a su cima en la administración de Fox.

Las relaciones entre México y EE.UU. continuaron siendo la principal prioridad de política exterior del gobierno de Calderón. Sin embargo, en comparación con Fox, la política de Calderón hacia Estados Unidos es más racional y pragmática, y hace hincapié en la independencia y autonomía de México. Felipe Calderón afirmó que los dos países son iguales y que se enfrentan a problemas comunes como la seguridad, la inmigración, las drogas, el contrabando, etc., y que ambas partes deben trabajar juntas para encontrar soluciones a estos problemas. Insistió en el apoyo estadounidense en el combate a las bandas de narcotraficantes en lugar de optar por el tema de la inmigración, en buena medida afectado por la grave crisis de seguridad que vivía el país en ese tiempo. En este contexto, para 2008 los dos gobiernos implementaron la Iniciativa Mérida en 2008, un novedoso programa de cooperación destinado a mejorar la capacidad del Estado mexicano para combatir el narcotráfico.

Mientras la relación bilateral de Calderón se definió en gran medida como una crisis de seguridad, y Peña Nieto ha intentado reconstruir la relación con Estados Unidos centrándose en el aspecto económico (Randall y Malkin, 2012). América del Norte, como región, no ocupó un lugar prominente en la política exterior del presidente Enrique Peña Nieto. En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 apartado “México con Responsabilidad Global”, la región encabezó tan sólo una estrategia, la 5.1.1, cuyo objetivo refiere “Consolidar la relación con Estados Unidos y Canadá a partir de una visión integral y de largo plazo que promueva la competitividad y la convergencia en la región, sobre la base de complementariedades existentes”, dentro del apartado “México con Responsabilidad Global”.

Así, en la Cumbre de Líderes de América del Norte, los mandatarios de los tres países se reunieron en febrero de 2014 en Toluca, y en junio de 2016 en Ottawa. Sin embargo, a pesar de algunos avances económicos importantes, no fue el punto central de la relación bilateral, a pesar de algunos avances económicos importantes. En el ámbito comercial, la negociación del TPP, que, como han señalado algunos participantes y analistas, fue una renegociación indirecta o de facto del TLCAN tras la llegada de Obama a la Casa Blanca. Como expresó el presidente Peña Nieto durante su visita de Estado a Canadá en vísperas de la Cumbre Trilateral: “El TPP se puso en marcha para revitalizar el acuerdo alcanzado en el TLCAN, llevándolo a otra escala y nivel” (Reséndiz, 2016).

El objetivo de consolidar la relación con los vecinos se estaba cumpliendo de forma modesta hasta la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca en enero de 2017. Cuando la Casa Blanca hizo del “America First” una clara bandera política, la confianza de México en Estados Unidos como socio fiable o incluso “salvador” desde la década de 1980 se vio duramente afectada (Biderbost, Boscán y Calvo, 2019). La respuesta de México a esta crisis ha sido dual. Por un lado,

México mantuvo una actitud firme ante algunas cuestiones intrusivas planteadas por Trump, como negarse rotundamente a pagar el muro y exigir la protección de los derechos humanos de los migrantes y sus familias. Asimismo, junto con Canadá, México inició la renegociación del Nafta con el objetivo de llegar a un acuerdo satisfactorio para las tres partes. En 2018, bajo una gran presión de Estados Unidos, México, Canadá y Estados Unidos alcanzaron el Acuerdo Estados Unidos-México-Canadá (T-MEC), que sustituye al original TLCAN.

Por otro lado, en una forma de guiño diplomático, el gobierno mexicano actual ha tratado de complacer a Washington en algunos asuntos. Por ejemplo, con la extradición a EE.UU. de El Chapo Guzmán, el narcotraficante mexicano más buscado y peligroso. Asimismo, la SRE expulsó al embajador de Corea del Norte en México para alinearse con las posiciones de Washington. En el mismo sentido, México se abstuvo cuando la Asamblea General de Naciones Unidas votó una resolución que criticaba a EE.UU. por el traslado de la sede de su embajada en Israel de Tel Aviv a Jerusalén. Era evidente que el gobierno mexicano buscaba complacer de cierta forma a Trump para mantener con vida la relación estrecha con EE.UU.

Como puede observarse, el peso de la región de América del Norte en la estrategia de regionalismo de México ha pasado por un proceso de ascenso, desde los primeros años de la década 90, hasta alcanzar la cima y luego experimentar un lento declive. No obstante, en general, América del Norte ha ocupado siempre un lugar primordial en las estrategias regionalismo de México.

2.2 América Latina: primero se distancia y luego aumenta importancia

Debido a su proximidad geográfica y en términos de identidad histórica, del idioma, la religión y la cultura, México siempre ha mostrado un fuerte sentido de responsabilidad regional. Además, las relaciones con los países latinoamericanos han servido de contrapeso a Estados Unidos. Esto es particularmente evidente en las relaciones de México con Cuba. Históricamente durante mucho tiempo, México ha intentado liderar la integración económica y política de América Latina.

Sin embargo, a medida que México empezó a estrechar sus lazos con Norteamérica en la década de 1990, las relaciones con el subcontinente se distanciaron, dejando de situar a América Latina en el primer lugar de su estrategia de desarrollo global. Manteniendo una cooperación económica, pero reduciendo su responsabilidad regional de antaño.

Durante este periodo, México continuaba participando activamente en la diplomacia multilateral latinoamericana, tal como demuestra su papel en las Cumbres Iberoamericanas y su participación en el Grupo de Río y en el Grupo de los Tres (G-3, 1994). Sin embargo, el gobierno mexicano ha priorizado la intervención en los conflictos latinoamericanos más a través de negociaciones bilaterales y buenos oficios que a través de la promoción de políticas regionales, como había hecho en el pasado al liderar el Grupo Contadora.

En general, la atención prestada a América Latina pretende enviar una señal política de que México intenta diversificar sus relaciones comerciales y apaciguar los sentimientos nacionalistas sobre su fuerte dependencia de Estados Unidos. Pero esa atención se da principalmente en zonas económicas, por ejemplo, en el establecimiento de TLC con Costa Rica (1995), Nicaragua (1998) y Chile (1999). El comercio de México con estos países ha crecido sustancialmente desde la entrada en vigor de estos acuerdos. Por ejemplo, el comercio con Chile ha aumentado un 600% y el comercio con Costa Rica alrededor de un 150% (Green, 1998: 86). México persiguió acuerdos comerciales fuera del TLCAN, no como alternativa a su estrategia norteamericana, sino como complemento a ella, tratando de asegurar el acceso de sus exportaciones a la mayoría de los mercados.

A pesar de las 30 visitas a América Latina que el presidente Fox realizó durante su sexenio, teniendo un rasgo discursivo y simbólico mayoritariamente. En los hechos, México se alejó políticamente de la región debido a su alineación a las políticas de seguridad de Estados Unidos, a los enfrentamientos diplomáticos con Cuba y Venezuela, a la lucha interna de las diferentes fuerzas políticas en México, a la falta de consensos amplios en el sistema político mexicano y a las diferencias ideológicas de la administración foxista con algunos países de la región. Según el documento "Las relaciones de México con el exterior", elaborado por el Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (COMEXI), durante el sexenio de Fox, México quedó excluido de las alianzas políticas en América Latina por los fuertes vínculos que tenía con Estados Unidos.

El gobierno de Fox parecía prestar poca atención real a la región. En los hechos, efectivamente parecía que México no tenía interés en ser un actor activo en la región desde el punto de vista multilateral. Por ejemplo, en 2004, Brasil encabezó una Conferencia Internacional sobre el Problema del Hambre; varios jefes de Estado asistieron a la reunión, especialmente de América Latina. Sin embargo, Vicente Fox no acudió. Otro ejemplo fue el caso de Haití. Luego de una crisis interna, la comunidad internacional puso en manos de América Latina la misión de mantener la paz y reconstruir

las instituciones. Brasil y Chile estuvieron al frente del esfuerzo. Alegando que no podía enviar fuerzas al extranjero, el gobierno mexicano se negó a participar en la misión. México hubiera podido participar en actividades civiles para tratar de reconstruir las instituciones en el país. Sin embargo, no lo hizo. La señal que el gobierno mexicano enviaba era negativa para los países de la región pues indicaba que México no deseaba ser líder y que prefería que otros lo fueran.

Además, México se vio envuelto en graves crisis diplomáticas con países de la región. Las más notables fueron las relaciones con Cuba y Venezuela. Fox se reunió con disidentes cubanos al visitar Cuba, y pidió a Fidel Castro que abandonara la mesa durante la Conferencia de Financiación para el Desarrollo antes de tiempo para no incomodar a George W. Bush. En represalia por este voto, el comandante Fidel Castro reveló públicamente el contenido de su conversación telefónica con Fox. Otro evento que causó alto desprestigio a México en la región, fue el intento del secretario de Relaciones Exteriores, Luis Ernesto Derbez, por convertirse en secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Como consecuencia de todos estos desencuentros, las relaciones entre ambos países cayeron a su punto más bajo al final del mandato de Fox, en 2006. Después de que Calderón se diera cuenta de la gravedad del problema, los posteriores gobiernos de Calderón, Nieto y Obrador se comprometieron a mejorar las relaciones con América Latina y a restaurar la posición de México en la región. Las administraciones consecuentemente empezaron a esforzarse por establecer la autonomía de la política exterior mexicana y restablecer la imagen de México como líder en América Latina.

Consciente de la gravedad de la situación y de que Calderón no había logrado tanta legitimidad política como su predecesor, fue necesario hacer del restablecimiento de las relaciones de México con América Latina uno de los principales objetivos de la política exterior para reducir las disputas internas y aumentar el control político. Además, la "benigna indiferencia" de Estados Unidos en ese tiempo brindó una gran oportunidad a México para aumentar su presencia e influencia en América Latina. En documentos oficiales y discursos, el gobierno ha insistido en la necesidad de restablecer las relaciones con América Latina, impulsando "un proceso efectivo de reinserción de México en el escenario político latinoamericano" con el objetivo de "recuperar el espacio de diálogo y cooperación con los principales actores regionales y profundizar las alianzas estratégicas", con el fin último de "permitir que México recupere el lugar que le corresponde en el escenario mundial y regional" (de la Federación, 2007).

Los aportes del presidente Calderón se destacan en la cuestión se destacan en tres aspectos: Primero, recuperar las relaciones con Cuba y Venezuela. Segundo, continuar y desarrollar el Plan Puebla Panamá (PPP) que inició Fox, cuyo objetivo fue promover el desarrollo sostenible en los nueve estados del sur de México y los siete países de Centroamérica. Tercero, la creación de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). Las políticas del gobierno de Calderón hacia la región eran bastante activas, pero relativamente modestas, con objetivos limitados principalmente para dar respuesta inmediata a algunos de los problemas heredados de la administración anterior y contener los posibles rebotes internos de las diversas crisis regionales que enfrentaría a lo largo de su gestión.

Durante la administración de Peña Nieto, se dejó claro que mejorar las relaciones con América Latina era un asunto diplomático importante, y esta situación política provocó cambios importantes en las relaciones entre México y América Latina.

Para alcanzar el objetivo de la recuperación del liderazgo de México en América Latina, se definieron distintas estrategias, entre las que destaca una específica para la región: "Consolidar la posición de México como un actor regional relevante, mediante la profundización de los procesos de integración en marcha y la ampliación del diálogo y la cooperación con los países de América Latina y el Caribe" (de la Federación, 2013).

En ese tiempo, la frontera sur de México fue un punto clave en su estrategia regional. Destaca la suscripción con Belice de acuerdos en áreas diversas como turismo, energía, seguridad social, transporte y salud; y con Guatemala en inversión, migración, seguridad, infraestructura, energía, salud, desastres naturales, asuntos indígenas, laboral y mejora de los cruces fronterizos, entre otros. Otros indicadores de promoción económica fueron la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio Único con Centroamérica (2013) y con Panamá (2015).

El pragmatismo económico de la diplomacia diluyó la actitud de rivalidad y competencia con Brasil existente/impuesta en las dos administraciones panistas. En los momentos posteriores del sexenio, esta buena sintonía trascendió a otros aspectos bilaterales (cooperación y narcotráfico) y mejoró la colaboración en foros regionales (OEA y Grupo de Lima) y globales (G20), algo impensable en un lustro previo.

Al inicio del gobierno de Andrés Manuel López Obrador, quedó claro que la restauración del liderazgo de México en América Latina sería una de las principales tareas de la política exterior (La Razón, 2021). En su Tercer Informe de Gobierno, AMLO indicó que en el tema de Política Exterior se ha logrado cumplir con uno de los grandes objetivos al inicio de su gobierno, el de recuperar el liderazgo en América Latina, por lo que asegura que hoy en día México ha sido un

referente en temas clave para la región como el migratorio y la atención de la pandemia del COVID-19 (La Razón, 2021). AMLO también hizo un llamamiento a los países latinoamericanos para que establezcan todo un nuevo mecanismo de cooperación regional y mediación de disputas similar al de la Unión Europea.

Esta estrategia ha sido aplicada desde el inicio de la presidencia de AMLO y varios ejemplos se han visto: la implementación de los programas Sembrando Vida y Jóvenes Construyendo el Futuro en El Salvador y Honduras en 2019, el liderazgo de México en la CELAC y su papel en la organización de la última cumbre.

De hecho, la administración de AMLO ha perseguido una “diplomacia pragmática” que prioriza el interés nacional, es decir, un enfoque pragmático basado en el retorno a América Latina y la búsqueda del liderazgo latinoamericano sin abandonar la necesidad de mantener buenos lazos con Estados Unidos, al menos en términos de cooperación económica. El énfasis se pone en evitar un desplazamiento del centro de gravedad estratégico del regionalismo que afecte al comercio de México con Estados Unidos para evitar la incertidumbre económica. Entre EE.UU. y América Latina, México se ha posicionado como líder en América Latina e intermediario entre EE.UU. y América Latina 2021 En julio de 2021, AMLO había propuesto ayudar a América Latina a dialogar con EE.UU. para cambiar la relación de más de doscientos años entre EE.UU. y América Latina, al tiempo que esperaba convertirse en líder en América Latina (La Razón, 2021).

En resumen, después de Fox, la importancia de América Latina en el mapa estratégico del regionalismo de México se da con una tendencia al alza.

2.3 Asia-Pacífico: una tendencia al alza consecutiva

En cuanto a la región Asia-Pacífico, desde el final de la Guerra Fría, los gobiernos mexicanos han aumentado drásticamente y continuamente su atención hacia Asia-Pacífico.

Los primeros años de 1990 coincidían con los inicios de la cooperación internacional de México con la región Asia-Pacífico. México empezó a participar en los marcos multilaterales de la región. Se incorporó oficialmente al Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC) en 1990, a la Conferencia de Cooperación Económica del Pacífico (PECC) en 1991 y a la Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC) en 1993. Durante su mandato, Salinas visitó varios países de Asia-Pacífico: Japón, Singapur, Australia y China, entre otros. En 1994 ingresó en la OCDE.

El gobierno mexicano no dio gran prioridad al desarrollo de las relaciones con China en la década 90, debido a la falta de una identidad común y de expectativas de cooperación económica. Durante la administración Salinas, México no veía a China como un país industrializado liberal y, por tanto, no tuvo una estrategia oficial para promover la cooperación con China, el volumen total de la cooperación económica sino-mexicana fue muy limitado y la tendencia de crecimiento fue muy inestable, con un crecimiento negativo en la mayoría de los años. Además del bajo volumen total de comercio entre ambas partes, los productos mexicanos y chinos destacaban de una alta competitividad en el mercado norteamericano. Por lo tanto, las medidas proteccionistas del Gobierno de Salinas al fijar los tipos arancelarios empeoraron las relaciones bilaterales de México con China. Un tema importante durante la administración del presidente Zedillo fue la negociación del protocolo de incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC), un proceso que no estaba exento de fricciones políticas.

En el Plan Nacional de Desarrollo de Fox, Asia-Pacífico se vio como una oportunidad para la diversificación de las relaciones exteriores, además de la necesidad de un acercamiento por el enorme potencial económico que la región representa (Federal, 2001: 62). Sin embargo, no había el planteamiento de alguna estrategia o el establecimiento de un objetivo que dejara en claro las intenciones de la administración para lograr consolidar el proyecto. El Plan Nacional de Desarrollo de la administración de Calderón expresa claramente el desarrollo con la Cuenca del Pacífico en miras a la diversificación de la agenda de política exterior e “impulsar la proyección de México en el entorno mundial” (de Diputados y Legislatura, 2007).

Cuando Fox tomó posesión en diciembre del año 2000, China, debido a su dramática proyección política y económica, paulatinamente se fue posicionando en el centro del espectro político y de atención del gobierno mexicano. Según afirma la propia Secretaría de Relaciones Exteriores, China es el caso más emblemático de los esfuerzos por fortalecer la relación con los países de Asia Pacífico, ya que se ha desarrollado un “excelente nivel de diálogo político” (Federal, 2001: 62). Desde el inicio de su administración, los dos países han tratado de reforzar su diálogo político mediante contactos más frecuentes a nivel de jefes de Estado y de gobierno y a nivel ministerial, el 13 de septiembre de 2001 los dos gobiernos firmaron un acuerdo bilateral sobre la adhesión de China a la Organización Mundial del Comercio. En diciembre de 2003, durante la visita del primer ministro Wen Jiabao a México, China y México anunciaron formalmente el establecimiento de relaciones de socios estratégicos.

En 2006, el comercio bilateral entre China y México siguió desarrollándose, y el 7 de junio de 2007, el presidente Calderón y el presidente Hu Jintao se reunieron en Berlín y expresaron sus puntos de vista sobre la profundización de la “Asociación Estratégica”. En junio de 2008, China y México firmaron un Acuerdo Comercial Transitorio sobre Cuotas Compensatorias (ATCC), en virtud del cual México reduciría las medidas antidumping que se establecieron tras la adhesión de China a la OMC en 2001. Los comercios exteriores bilaterales crecieron cada año durante la administración del presidente Calderón. Hasta el final del Gobierno de Calderón, las exportaciones de China a México representaron 15.45% de las importaciones totales de México, un nuevo récord para el comercio bilateral.

Sin embargo, el desarrollo de la cooperación económica bilateral no ha ido a la par de las serias diferencias políticas y fricciones diplomáticas entre el gobierno de Felipe Calderón y China en diversos temas (Bo y Xu, 2023). Durante el gobierno de Felipe Calderón, la relación entre México y China se vio empañada por las diferencias en sus identidades políticas, especialmente en lo que respecta a la democracia y sus funciones culturales. El Plan Nacional de Desarrollo del gobierno de Calderón mostró que sus prioridades en política exterior correspondían con la promoción de los valores democráticos en un momento en el que existían diferencias en la forma de entender la democracia entre México y China, y en el que México no reconocía a China como una democracia.

El presidente Peña Nieto inició su administración con perspectivas alentadoras para la agenda internacional del país, en un momento en que la economía mundial se recuperaba y los países de todo el mundo entablaban una cooperación multilateral.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, identifica como directriz la consolidación de las relaciones con la región Asia-Pacífico, la expansión de la diversificación económica y la maximización de las relaciones comerciales y diplomáticas con “socios relevantes”. El objetivo del gobierno mexicano, como se destaca en su informe de trabajo año 2013, fue consolidar la presencia de México en la región, caracterizada por su gran potencial, crecimiento y desarrollo, con China, Corea del Sur, Japón e India como países prioritarios, categorización que se utilizará en este análisis. México mantiene un diálogo político y diplomático de larga data con estos países, que se ha traducido en fuertes vínculos en materia de cooperación y en la consolidación de las relaciones económicas.

En junio de 2013, China y México establecieron relación de asociación estratégica integral. El reconocimiento por parte de ambos países de su interés común en priorizar el desarrollo económico ha sido un factor importante para lograr un cambio en la percepción que México tiene de la identidad de China. Ambos países se esfuerzan por identificarse positivamente en términos de identidades similares, entre las que destacan las de “países en desarrollo” y “economías emergentes”.

Ahora, en cuanto a la administración del presidente AMLO se refiere, como resultado de la reorientación de la estrategia exterior de Estados Unidos y del mayor desarrollo y ascenso de la región Asia-Pacífico, el factor Asia-Pacífico, representado por China, se ha convertido en una nueva dirección en el enfoque estratégico del regionalismo de México durante este periodo. Se trata de una política regional pragmática y pluralista que otorga la misma importancia a la seguridad política y a los factores económicos. De acuerdo con datos de Secretaría de Economía en 2019, a nivel bilateral México tiene que profundizar la relación con China, Corea del Sur y Japón; pero es prioritario equilibrar o reducir el déficit comercial que se presenta con estos países, que alcanza los 94,9 mil millones de dólares. Eso implica un cambio en el esquema de cooperación, y también la necesidad de un incremento real de las capacidades comerciales y económicas de México.

En resumen, la importancia de Asia-Pacífico en las estrategias regionales de México ha sido siempre creciente, desarrollándose de manera más diversa y con mayor alcance.

3. Características del desarrollo de las estrategias de regionalismo de México

(1) En general, el alcance geográfico y el contenido de la estrategia del regionalismo de México son cada vez más amplios, y el marco, así como los mecanismos continúan mencionando la expansión.

La tendencia general en el desarrollo de las estrategias del regionalismo de México ha sido hacia un mayor pluralismo: un esfuerzo constante por desarrollar buenas relaciones con Estados Unidos y, al mismo tiempo, mejorar su dependencia unilateral de Estados Unidos a través de la diplomacia multilateral: un intento de mantener su posición en América Latina y de desarrollar sus relaciones con la región Asia-Pacífico. México espera poder demostrar flexibilidad y autonomía en la esfera diplomática, mejorar su posición internacional y tratar de aumentar su influencia y su voz en el hemisferio occidental, alejándose de la percepción de Estados Unidos como “patio trasero”.

La cooperación bilateral entre México y los principales países de la región se ha vuelto más estrecha y los mecanismos de cooperación multilateral se han vuelto más coloridos. Entre los más representativos se incluyen el TLCAN de América del Norte y el nuevo T-MEC, la CELAC de América Latina y el APEC para Asia-pacífico. Además, el contenido cubierto se expande a sectores más amplios. Por ejemplo, Calderón empujó una cooperación de problemas comunes que se enfrentan como la seguridad, la inmigración, las drogas, el contrabando.

(2) La estrategia de regionalismo de México siempre pone el factor estadounidense en primer lugar y está profundamente influenciada por el estatus de la alianza México-Estados Unidos y la estrategia exterior de Estados Unidos. Si cambia el tono de la estrategia exterior de Estados Unidos, también se ajustará el enfoque de la estrategia de regionalismo de México.

Por ejemplo, después de los acontecimientos del 11-S, Estados Unidos colocó las cuestiones de seguridad en el primer plano de su política exterior, limitando la posibilidad de seguir desarrollando relaciones con México, por lo que México ajustó su enfoque estratégico regionalista para inclinarlo hacia otras unidades regionales. Al mismo tiempo, se bloqueó la estrecha estrategia de México para desarrollar una asociación cooperativa integral con los Estados Unidos. Durante el período de Calderón, la cooperación con los Estados Unidos se centró principalmente en la seguridad y la lucha contra el narcotráfico. Cuando la Casa Blanca hizo del "America First" una clara bandera política, los gobiernos de Peña Nieto y de AMLO hacen énfasis la aplicación de políticas regionales y multilaterales más independientes.

(3) Las relaciones con Estados Unidos y América Latina en la política exterior mexicana se interactúan de manera inversamente proporcionales. Es decir, se nota un péndulo entre la alianza México-Estados Unidos y la integración latinoamericana.

Durante el mandato de Fox, la relación de México con América Latina cayó a su punto más bajo, por un lado, debido a la falta de atención real de Fox hacia América latina latina y por otro, debido a los estrechos vínculos con América del Norte, lo cual hizo que México fuera visto como nunca antes como un competidor en el resto de América Latina, ya sea en términos comerciales como con Chile; sea en términos de liderazgo regional como con Brasil; o sea en términos de conseguir la atención de Estados Unidos como en Centroamérica. Finalmente, pareciera que México hubiera decidido, en definitiva, cortar sus lazos históricos con América Latina cuando decidió integrarse formalmente con Estados Unidos, obstaculizando su diversificación con esa región.

Un aspecto importante del regionalismo latinoamericano para México es equilibrar su dependencia de Estados Unidos para demostrar una relativa autonomía e independencia en su política exterior, con el objetivo principal de contrapesar el poder en la región, y también para apaciguar los sentimientos nacionalistas dentro del país y de la región. Esto es particularmente evidente en las relaciones de México con Cuba. Por ejemplo, Fox hizo enfrentamiento con Fidel Castro, causado una crisis política en la región. Calderón, para recuperar el voto de América Latina, tenía que salvar la relación con Cuba.

Es sobresaliente/notorio que la mejora en la relación con EE.UU. es casi inevitablemente a costo, de cierto modo, de las relaciones con América Latina. En cambio, las relaciones con los países latinoamericanos han servido de contrapeso a Estados Unidos. Como resultado, las estrategias de regionalismo de México se convertirán inevitablemente en un péndulo y un híbrido de la alianza México-Estados Unidos y la integración latinoamericana.

(4) La estrategia de regionalismo de México ha pasado gradualmente de considerar preponderadamente intereses económicos a una consideración más abierta.

Después de que Salinas llegó al poder, el foco de la estrategia exterior fue al campo económico. Después de que fracasaran sus esperanzas de obtener más ayuda e inversión de Europa, se dio cuenta de que el único apoyo económico externo real podía provenir de Estados Unidos, por lo que centró su política exterior en el TLCAN, marcando una ruptura con el tradicional nacionalismo institucional oficial de la política exterior de México. Posteriormente, el gobierno mexicano ya no estaba limitado por una única condición económica al formular su estrategia de regionalismo. Durante el período de Zedillo, su política exterior apuntaba a integrarse mejor a la globalización. La administración de Fox tomó como objetivos de política exterior la promoción de la democracia y la protección de los derechos humanos.

Dándose en relación con América Latina también. Durante los 90's, la economía liberal fue la orientación de políticas exteriores del país, por lo cual, en cuanto a América Latina se refiere, los discursos diplomáticos y las acciones reales se concentraban en gran medida en el desarrollo de las relaciones económicas, distanciándose relativamente así, la responsabilidad de antes. Buscaron promover la relación con los países latinoamericanos a través de la profundización y diversificación de sus relaciones bilaterales con el resto del mundo, del incremento de su participación en los principales organismos regionales y multilaterales, y de la promoción de la cooperación internacional. Por otro lado, en los 90's

América Latina se encontraba en una de las peores crisis de su historia, por lo tanto, la opción de diversificación del comercio exterior de México en la región parecía faltar de dinamismo.

Los factores económicos son obviamente el catalizador de la inclinación de México hacia Asia-Pacífico. La región de Asia-Pacífico es cada vez más importante en la estrategia regional de México con una manifestación muy importante en los logros en materia de comercio exterior. Desarrollar las relaciones económicas y comerciales con la económica emergente de los países de Asia-Pacífico también ayuda al desarrollo económico de México. Sin embargo, cabe mencionar que durante mucho tiempo México no ha sido capaz de desarrollar una visión a medio y largo plazo para la región ni de convertirse en un actor visible en sus esferas económica y política. Los déficits comerciales con muchos países, incluida China, también han obstaculizado el desarrollo de las relaciones, con crisis políticas ocasionales, como en el mandato de Calderón, en el que se produjeron fricciones diplomáticas graves con China. Para proteger su economía y hacer más sostenible la cooperación con la región Asia-Pacífico, en los últimos años el gobierno mexicano se ha comprometido a desarrollar programas y estrategias con sus socios, ampliando su política exterior más allá del comercio y desarrollando la cooperación en política, cultura y turismo. La cooperación bilateral y multilateral entre México y Asia-Pacífico será más diversa y de mayor alcance.

4. Factores influyentes del desarrollo de las estrategias de regionalismo de México

Las estrategias de regionalismo de un país son difíciles de explicar mediante un único marco teórico de las relaciones internacionales debido a su gran amplitud espacial y temporal y a las numerosas variables mediadoras. En comparación, el marco teórico del constructivismo realista, que combina el realismo y el constructivismo para ordenar las formas en que la estructura sistémica moldea e impulsa el comportamiento estatal en términos de tres factores: poder, estructura e identidad, puede proporcionar una posible perspectiva teórica para explorar la cadena lógica de variables influyentes que están en el centro del desarrollo de la estrategia de regionalismo de México.

De acuerdo con la teoría, la evolución de las estrategias del regionalismo en México puede considerarse en factores externos e internos. Los factores externos consisten principalmente en la estructura del sistema internacional, es decir, el poder contrastado de los Estados regionales y la influencia de las potencias regionales. Los factores internos, principalmente la "identidad regional", es decir, la comprensión colectiva de la propia identidad del país en el marco regional, que no surge sin razón, sino que refleja los intereses y las demandas de desarrollo del país ante los cambios de la situación política y económica de la época, y que también está estrechamente relacionado con factores políticos, económicos, sociales y culturales internos. Es así que el desarrollo de las estrategias del regionalismo de México desde la década 90 hasta ahora puede explicarse desde siguientes maneras:

(1) Cuando existe un típico sistema unipolar y una identidad regional "norteamericanizada", México sitúa la relación con EEUU en la prioridad de su estrategia regionalista, con el resto de unidades regionales como meras variables de influencia.

La especial situación geopolítica lleva a Estados Unidos al lugar del factor internacional más importante que incide en el desarrollo económico y político de México, y todas las administraciones mexicanas tienen que poner la mayor atención al factor norteamericano al formar su estrategia de regionalismo. Sin embargo, de acuerdo tal como la revisión histórica muestra, la trayectoria de la unidad norteamericana en la estrategia regionalista de México ha pasado por un inicial de hostilidad (previo a la década 90), posteriormente de privilegio en mayor a menor nivel desde el periodo previo a la Guerra Fría. Según la teoría, esto se debió a un cambio en la estructura de configuración del poder dentro del sistema; y a un cambio en la autopercepción de México.

Por razones históricas, México mantuvo una postura hostil ante EE.UU. durante mucho tiempo. Tras el final de la guerra fría, la estrategia de regionalismo de México experimentó un cambio drástico, principalmente debido a la repentina transformación del mundo de un modelo de dos niveles a un sistema unipolar al principio de la guerra fría, con Estados Unidos gobernando hegemoníicamente el mundo en la cúspide de la pirámide de poder, con la que ninguna otra unidad regional era capaz de competir. En este momento, México, que se encontraba sumido en la plena crisis de la deuda, inclinó toda la estrategia del regionalismo hacia América del Norte para obtener beneficios económicos y librarse de la crisis económica interna, que obviamente era producto de los factores estructurales, es decir, la hegemonía de los Estados Unidos de América es el factor de influencia más fuerte en el sistema unipolar. Evidentemente el principal factor de influencia de Estados Unidos en la estrategia regional de México son las consideraciones económicas, pero la cooperación con Estados Unidos, en el caso del TLCAN por ejemplo, si bien trae grandes beneficios económicos, no conduce a un acuerdo de integración que se convierta en un vínculo de regionalismo en el sentido político.

Por otro lado, los gobernantes cambiaron la percepción del Estado mexicano y han promovido un giro en la estrategia regionalista de México. México sufrió una grave crisis de deuda en la década de 1980, tras la cual cambió su modelo original de desarrollo económico de industrialización por sustitución de importaciones a una economía completamente abierta bajo el principio del neoliberalismo. Esto cambió radicalmente la forma de pensar de la nueva generación de dirigentes mexicanos. Creían que en los años 90 prevalecerían las relaciones “Norte-Norte” y que los países del Sur perderán prestigio internacional como consecuencia de la grave crisis económica y de los fracasos de sus políticas de desarrollo, las cuales han adquirido un carácter más complejo y heterogéneo. Para ser favorecido por los países desarrollados del Norte, México debería mirar hacia el Norte y romper relaciones con los países del Sur, especialmente los de América Latina (Roett, 1991: 16). Para modernizar la economía e integrarla plenamente en la globalización económica, el Gobierno de Salinas hizo todo lo posible por abandonar su tradicional política exterior de independencia y autonomía, “romper con los anticuados preceptos del tercermundismo” (Noyola y González, 1994) y establecer relaciones más estrechas con los países desarrollados, especialmente con Estados Unidos de América. La ideología nacionalista fue decayendo y la diplomacia se volvió más pragmática.

Como consecuencia de los dos factores arriba mencionados, la estrategia regionalista durante este periodo se decantó a favor de Norteamérica, quedando las otras dos regiones en un segundo plano.

(2) A medida que el sistema unipolar entraba en un periodo de ajuste y la identidad nacional de México avanzaba hacia el pluralismo, el país se alejó de su dependencia monolítica de Estados Unidos en materia de regionalismo, al tiempo que aumentaba la importancia estratégica de América Latina y Asia-Pacífico, y su participación activa en la política multilateral mundial.

A raíz del 11-S y de la guerra en Irak, se produjeron nuevos cambios en la situación internacional, y la política exterior de México se ajustó en consecuencia, particularmente en lo que se refiere a sus posiciones e iniciativas en temas como la lucha contra el terrorismo y el mantenimiento de la seguridad internacional. Después de la crisis financiera de 2008, la economía de Estados Unidos cayó en recesión y el mundo entró en un periodo de ajuste en el sistema unipolar (Su, 2006). Este shock económico global con Estados Unidos como “epicentro” provocó que los países latinoamericanos, dependientes en gran medida de la economía estadounidense, enfrentaran grandes dificultades, y México, como vecino de Estados Unidos, fue el primero en soportar la carga mayor. Los países latinoamericanos se dieron cuenta de que Estados Unidos, el antiguo hegemón, no era capaz de estimular el crecimiento económico de la región ni de controlar la situación regional y contribuir a la gestión eficaz de los conflictos regionales. En consecuencia, los países latinoamericanos empezaron disminuir su dependencia del vecino del norte. México ya no basa exclusivamente sus perspectivas regionalistas en la cooperación económica con América del Norte, lo que se refleja directamente en su estrategia regionalista, que es una tendencia a separarse de Estados Unidos y volverse hacia otras unidades regionales.

Un aspecto importante del regionalismo latinoamericano para México es equilibrar su dependencia de Estados Unidos para demostrar una relativa autonomía e independencia en su política exterior, con el objetivo principal de contrapesar el poder en la región. Como resultado, la política de regionalismo de México se convertirá inevitablemente en un péndulo y un híbrido de la alianza México-Estados Unidos y la integración latinoamericana. El gobierno de AMLO se ha esforzado por encontrar un equilibrio entre América Latina y América del Norte, posicionándose como líder en América Latina y “mediador” entre Estados Unidos y América Latina.

La identidad regional de México también cambió durante este periodo, alejándose de la dependencia de Estados Unidos como orientación para el desarrollo del regionalismo y acercándose al desarrollo de la diplomacia multilateral. Además de la restauración de una identidad latinoamericana, todas las administraciones hicieron hincapié en el desarrollo de la diplomacia multilateral, especialmente con la emergente región Asia-Pacífico.

En primer lugar, México se dio cuenta de la importancia de la identidad latinoamericana, y tanto el Gobierno de Cárdenas como el de Peña Nieto hicieron del retorno a América Latina una prioridad del regionalismo. América Latina es una región en la que las consideraciones geopolíticas y de identidad nacional priman sobre los intereses económicos y materiales en la estrategia de regionalismo de México. La ubicación estratégica del regionalismo mexicano cerca de América Latina se ha visto influida por la identidad regional de México en diferentes momentos, además de las consideraciones de equilibrio de poder regional mencionadas anteriormente. La identidad latinoamericana de México está influida por la necesidad de un renacimiento nacionalista y de legitimidad en los asuntos internos. La convergencia de las identidades nacionalista y regionalista latinoamericana de México y el hecho de que las aspiraciones nacionalistas puedan realizarse a través del regionalismo, consisten en requisitos importantes para la integración de México en la cooperación regional del lado latinoamericano. Como país de ascendencia iberoamericana, la vocación de México es llevar a cabo una política exterior latinoamericanista y fortalecer las relaciones de cooperación con los países de la región.

Debido a percepciones históricas y otras razones, México tiene la aspiración política de convertirse en el actor dominante de la región.

Al mismo tiempo, México participa activamente en la política multilateral mundial, considerándose como “mundial”, y sus políticas regionales se están difundiendo a otras unidades regionales y evolucionando hacia el multilateralismo. La emergencia de China como potencia regional, en contradicción estructural con Estados Unidos, y la creciente influencia de la región Asia-Pacífico en la estrategia regionalista de México en los últimos años, la han convertido en una de las consideraciones clave de su multilateralismo y de su estrategia regional “mundial”. En el desempeño de las relaciones comerciales exteriores de México, Estados Unidos ha disminuido, mientras que la región Asia-Pacífico ha aumentado significativamente, aunque de forma desigual. China, el socio comercial y la fuente de inversión más importante para los países latinoamericanos de la región Asia-Pacífico, es el principal motor de este cambio (Li, 2012). Desde un punto de vista teórico, esto encaja en el ámbito de las explicaciones realistas de la teoría de la hegemonía y la paridad..

5. Conclusión

Este artículo demuestra que en la era post guerra fría las estrategias mexicanas de regionalismo han experimentado una trayectoria de ajustes desde el final de la Guerra Fría hasta nuestros días: En periodos de Salinas, Zedillo y Fox se implementaron estrategias regionalistas “norteamericanizadas”, con el centro en Estados Unidos, y con otras unidades regionales jugando un papel menor y de apoyo. Con Calderón, Nieto y Obrador, se produjo un declive relativo del papel estadounidense, con América Latina y Asia-Pacífico ganando cada vez más peso en política exterior, y las tres bloques regionales conteniéndose mutuamente para desarrollar un regionalismo pragmático y pluralista.

Monitorizando estos cambios en función de la teoría de Constructivismo realista, se traduce en dos factores causales: estructura de poder regional y la identidad regional del país. Cuando existe un típico sistema unipolar y una identidad regional “norteamericanizada”, México sitúa la relación con EEUU en el primer plano de su estrategia regionalista, con el resto de unidades regionales como meras variables de influencia. Y a medida que el sistema unipolar entraba en un periodo de ajuste y la identidad nacional de México avanza hacia el pluralismo, el país se alejó de su dependencia monolítica de Estados Unidos en materia de regionalismo, al tiempo que aumenta la importancia estratégica de América Latina y Asia-Pacífico, y participa activamente en la política multilateral mundial.

En el año 2024, México celebrará elecciones generales para iniciar un nuevo sexenio.No se espera que la política exterior de México cambie significativamente durante su sexenio, de 2024 a 2030, ya que ni la dinámica del sistema internacional ni las condiciones internas permiten un giro extremo en las relaciones exteriores de México. Por un lado, quien encabezca el nuevo gobierno se dará cuenta de que el libre comercio siempre ha sido el motor del crecimiento económico. En este sentido, no habrá marcha atrás.Por otro lado, la estructura básica de poder del mundo no ha cambiado todavía, y Estados Unidos sigue siendo el vecino más potente de México. México seguirá trabajando bien con EE. UU. En temas importantes como el comercio y la inmigración. Al mismo tiempo, tendrá que buscar alianzas con otros países y regiones para actuar como contrapeso, especialmente con América Latina, Europa y Asia-Pacífico, con los que México debe diversificar sus relaciones económicas reduciendo la dependencia comercial de Estados Unidos y permitiendo a México más participaciones económicas en el mundo. México aún tiene un largo camino por recorrer para lograr una transformación estratégica exitosa en el contexto global.

Bibliografía

- (Biderbost, Boscán y Calvo, 2019) Biderbost, P. N., Boscán Carrasquero, G., & Calvo Heredia, B. (2019). Las relaciones de Estados Unidos con América Latina en el período 2009-2018. Algunos aspectos centrales.
- (Bo y Xu, 2023) Bo, R., y Xu, J. (2023). Identidad, cooperación económica y política hacia China de México. *Estudios Latinoamericanos*, 45(4), 90-107+153.
- (de Diputados y Legislatura, 2007) de Diputados, C., & Legislatura, L. (2007). Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012. *Diario Oficial de la Federación*, 31, 259-269.
- (de la Federación, 1989) de la Federación, D. O. (1989). *Plan nacional de Desarrollo 1989-1994*.
- (de la Federación, 2007) de la Federación, D. O. (2007). *Primer informe de labores de la Secretaría de Relaciones Exteriores*.
- (de la Federación, 2013) de la Federación, D. O. (2013). *Plan Nacional de desarrollo 2013-2018*.
- (Federal, 2001) Federal, P. E. (2001). *Plan nacional de desarrollo 2001-2006 (Vol. 200, No. 1)*. México.
- (Green, 1998) Green R. (1998). *Discurso de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Julio-Septiembre 1998*: 86.
- (La Razón, 2021) La Razón (2021). “México intenta asumir papel de liderazgo en Latinoamérica”, Sept 1, 2021., <https://www.razon.com.mx/mexico/amlo-asegura-mexico-logro-recuperar-liderazgo-america-latina-449771>
- (Li, 2012) Li, S. (2012). Cooperación económica y comercial entre América Latina y la región de Asia y el Pacífico desde el nuevo siglo: también sobre la cooperación económica y comercial de China con América Latina [Economic and trade cooperation between

- Latin America and the Asia-Pacific region since the new century: also on China's economic and trade cooperation with Latin America]. *Estudios Latinoamericanos*, 34(4), 54-63+76.
- (Noyola y González, 1994) Noyola, P., & González, A. (1994). México y la apertura internacional. *Foro Internacional*, 34(4 (138), 609-625.
- (Randall y Malkin, 2012) Randall, A., y Malkin, E. (2012). Mexico Shifts Focus from Drug War to Economy. *The New York Times*, 27.
- (Reséndiz, 2016) Reséndiz F. (2016). Sólida, integración de América del Norte: EPN. *El Universal*, 27 de junio de 2016.
- (Roett, 1991) Roett, R. (Ed.). (1991). *Mexico's External Relations in the 1990s*. Lynne Rienner Publishers.
- (Su, 2006) Su, J. (2006). *Ajuste de la política exterior de México desde la década de 1990* [Adjustment of Mexico's foreign policy since the 1990s] (Tesis doctoral). Universidad de Negocios Internacionales y Economía.

Artículo [ES]

Estudio de las Influencias en el Escenario Nacional Colombiano de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia

Study of the Influences on the Colombian National Scenario of the Revolutionary Armed Forces of Colombia

Yue Li

Profesora de la Escuela de Estudios Extranjeros
Universidad de Liaocheng, Shandong, China
Email: 1250395462@qq.com; ORCID: 0009-0003-5278-4513

[ES] Resumen: Los Acuerdos de Paz en Colombia pusieron fin a 50 años de conflicto armado directo entre la exguerrilla de las FARC y los gobiernos de turno. Es importante contextualizarse en las circunstancias que afectaron al país para lograr entender cómo y por qué este grupo nace como un actor de oposición a los gobiernos. Por eso, este artículo adopta una combinación de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos, articulándose la investigación bibliográfica y entrevistas no estructuradas, para analizar los impactos políticos, económicos y culturales generados por las FARC para la sociedad colombiana. Los resultados muestran que las influencias de las FARC no solo son negativas, también positivas. Económicamente, los orígenes económicos de las FARC dañaron gravemente la economía y la vida normal de la gente, pero también mejoraron el ambiente de vida en la zona rural. Política y socialmente, causó más corrupción regidora, pero algunos creen que las FARC tienen mejor habilidad para gestionar que el gobierno colombiano. Lingüísticamente, los vocabularios nuevos relacionados con las FARC enriquecieron el español colombiano.

Palabras clave: las FARC; proceso de paz; Colombia

[EN] Abstract: The Peace Accords in Colombia put an end to 50 years of direct armed conflict between the former FARC guerrilla and the governments in power. It is important to contextualize ourselves in the circumstances that affected the country to understand how and why this group was born as an actor in opposition to the governments. Therefore, this article adopts a combination of qualitative and quantitative research methods, combining bibliographic research and unstructured interviews, to investigate and analyze the political, economic and cultural impacts generated by the FARC for Colombian society. The results show that the influences of the FARC are not only negative, but also positive. Economically, the economic origins of the FARC seriously damaged the economy and the normal life of the people, but they also improved the living environment in the rural area. Politically and socially, it caused more governing corruption, but some believe the FARC has better management skills than the Colombian government. Linguistically, new vocabularies related to the FARC enriched Colombian Spanish.

Keywords: the FARC; peace process; Colombia

Cita: Yue, L. (2024). Estudio de las Influencias en el Escenario Nacional Colombiano de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia. *Ibero-América Studies*, 7(1), 62-74.

Fondo: Este trabajo fue financiado por el proyecto de plataforma de nivel universitario de la Universidad de Liaocheng "Estudio de la Situación de Difusión del Chino y la Cultura China en Colombia 哥伦比亚汉语推广及中华文化传播现状研究" (proyecto No.321022212).

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.07>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: febrero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

El 24 de noviembre de 2016, el presidente de Colombia y el líder de las FARC firmaron el acuerdo de paz, lo que simbolizó el fin de la situación nacional de conflicto. Esta noticia no solo fue de vital importancia para la situación nacional colombiana, sino que también tuvo mucha influencia en el mundo. El nombre completo de las FARC es Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, cuya ideología es por la nueva Colombia, la patria grande y el socialismo según ellos. Buscar la paz con justicia social para Colombia, un gobierno democrático, amplio y pluralista. Anteriormente, fue un grupo guerrillero de izquierda inspirado por el marxismo-leninismo. Tanto en Colombia como en otros países se considera como un grupo terrorista. Actualmente, se toma la abreviatura de Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común.

En este trabajo hablaremos sobre cómo el impacto y crecimiento de este grupo guerrillero provocó en Colombia una reestructuración a nivel interno y externo; por qué impactó al país al momento de tomar decisiones proyectadas hacia el exterior.

El nacimiento de las FARC como un movimiento político-militar fuera de la ley se da en 1964, en el marco de la Operación de Marquetalia. Pero su nacimiento real ocurrió muchos años más atrás, a finales de la década de 1940, cuando la lucha bipartidista se encontraba en auge a partir de la creación de las autodefensas campesinas que junto a las guerrillas liberales se fundaron como respuesta a la dura represión por parte del gobierno, luego de que tuviera lugar el asesinato del líder colombiano Jorge Eliécer Gaitán y se diera paso al llamado Bogotazo. A raíz de la organización campesina de autodefensa, podemos decir que nace el movimiento FARC en el año 1964 y su líder Manuel Marulanda Vélez, Tirofijo, decide llevar el movimiento a las zonas selváticas del país con la intención de protegerse mejor. Las FARC nacieron bajo las ideas marxistas-leninistas. Durante los años sesenta y setenta tuvieron un crecimiento lento pero progresivo y un expansionismo en el territorio colombiano, que en los años ochenta los llevó a controlar distintos territorios alrededor del país. En los años noventa el grupo guerrillero sufrió desviaciones dentro de sus pilares ideológicos y comenzaron los actos delictivos, como el involucramiento con el narcotráfico y los ataques a infraestructuras estatales en diferentes puntos del país. Todas estas acciones delictivas llevaron a la opinión pública y a la sociedad civil en general a desaprobación sus decisiones. Esto construyó en la población general un descontento popular que luego se vería reflejado durante el Acuerdo de Paz al que llegó la guerrilla con el gobierno de Juan Manuel Santos.

Hasta ahora los estudios sobre las influencias de las FARC no son escasos, sin embargo, la mayoría de ellos se quedan en la influencia de las FARC en los procesos electorales (González, 2010), la influencia de las FARC en el dominio humano (Chaparro, 2023), la presentación, por ejemplo del fondo económico, político y geográfico del establecimiento de las FARC (García, 2009; Valencia y Balbinotto, 2012) y sobre el acompañamiento de un sector de EE.UU. en el proceso de la paz (Gómez y Rubio, 2019). En China, hoy en día no es común encontrar estudios sobre las FARC. Luego de una revisión en el CNKI, solo aparecen dos artículos, y se enfocan en la presentación del fondo de las FARC y en el proceso de paz (Luna y Chen, 2017; COSTENAR, 2023). En cuanto a los estudios internacionales, realizados en EE.UU. o en Europa, se analiza el fenómeno desde un punto de vista no objetivo, donde se ignora la influencia positiva de las FARC en la historia de Colombia. Por tal motivo, es necesario hacer un estudio sobre los cambios y las influencias de las FARC en diferentes etapas.

2. Influencia económica de las FARC

“Las rebeliones únicamente son posibles si tienen recursos suficientes para sostener la dinámica de la confrontación”¹ (Leongómez, 2004)

Las fuentes de financiamiento de una guerra, y más de un grupo guerrillero, son bien diversificadas. Pueden ir desde un nivel micro, civiles voluntaria o involuntariamente, a nivel macro, organizaciones internas o externas que de una u otra forma apoyan la “causa” por la que lucha el grupo insurgente.

Collier y Hoeffler (2004) hacen la diferenciación de tres formas diferentes de financiamiento; 1) Usurpación directa o la extorsión de recursos naturales. 2) Donaciones provenientes de diásporas nacionales. 3) La ayuda externa a los grupos rebeldes por parte de gobiernos “adversarios”, siguiendo la estrategia de: “el enemigo de mi enemigo es mi amigo”. Las

¹ Carlos Pizarro Leongómez (Cartagena de Indias, 6 de junio de 1951 - Bogotá, 26 de abril de 1990) fue un político y guerrillero colombiano. Máximo comandante del grupo guerrillero Movimiento 19 de abril (M-19) entre 1986 y 1990. Tras dejar las armas, firmar la paz con el gobierno y reintegrarse a la vida civil, fue asesinado el 26 de abril de 1990 siendo candidato presidencial por la Alianza Democrática M-19,3 movimiento político que surgió del grupo guerrillero M-19 tras su desmovilización.

utilidades provenientes de recursos naturales se han constituido en el combustible más generalizado de las guerras internas hoy en el mundo (como se cita en Leongómez, 2004).

En el caso de las FARC, esta organización logró ser una de las guerrillas más grandes del continente al “sofisticar” las herramientas para obtener grandes ingresos y, de esta manera, poder mantener sus filas y seguir luchando contra el Estado colombiano. Se pueden enumerar diversos mecanismos como: minería ilegal, abigeato, vacunas (cobros a actividades realizadas por terceros), secuestro, extorsión y, principalmente, el narcotráfico. Este último, se puede subdividir en diferentes categorías: seguridad a cultivos, impuestos por recolección de la hoja de coca, producción de base de coca, gramaje y producción en cristalizaderos.²

En sus inicios como guerrilla en la década de los 1960, las FARC contaban con una economía básica, en la cual recibían sus fondos con aportes de sus simpatizantes, secuestros de manera eventual y la vinculación de forma artesanal a la minería. Posteriormente, logran mutar, sin abandonar su base, a una economía más estructurada donde sus fondos venían de la extorsión, el narcotráfico y el secuestro.

Cabe resaltar que todos sus “mercados” se tomaron una especialización o se dieron con mayor éxito en diferentes regiones del país. De esta manera se da una ventaja a unas fuentes económicas más que a otras³.

Por otro lado, también se contó con una administración centralizada de los ingresos por sus diversas actividades, y de las formas en que se gastaban. De esta forma buscaban el auto sostenimiento.

El auge económico presentado por parte de las FARC se da en la década de 1980, gracias a la fuerte economía del narcotráfico. Es pertinente resaltar, aunque sin orgullo, que gracias a esta fuente económica Colombia no se vio afectada en la que se conoció como la década perdida, la cual para otros países latinoamericanos representó un declive e inestabilidad de sus economías. En esta década las FARC se movían en una dinámica binaria de extorsión a los productores de petróleo, oro, banano o coca, además del vínculo, como se ha mencionado anteriormente, con los diferentes niveles de producción y/o el tráfico de drogas. (Leongómez, 2004)

En números, el secuestro representaba un 30% de los ingresos de esta guerrilla, el 40% correspondía a las prácticas de extorsión y chantaje. Y su participación en la economía de las drogas, se ha representado en los últimos años entre el 50% y el 70% de sus ingresos. (Pécaut, 2008)⁴

Según un informe de la UIAF (Unidad de Información y Análisis Financiero)⁵, los ingresos anuales por secuestro eran de 88.560 millones de pesos. El ingreso por robo de ganado de 52.668 millones. El asalto a entidades bancarias, les representaba una ganancia de 2.780 millones anuales. Por parte de la extorsión recibían 1.500 millones anuales.

Otro tipo de ingresos se veían reflejados en la utilización por parte de narcotraficantes, en su mayoría, de las pistas de aterrizaje clandestinas de las FARC, lo cual representaba una ganancia grande de 5.157 millones anuales.

Es importante tener en cuenta que Colombia es un país que ostenta una riqueza de recursos naturales inimaginables, además de tener un suelo propicio para la agricultura y para el ganado. De igual forma Colombia es rico en minerales, petróleo, carbón, etc. Estos diversos productos se pueden dividir en dos categorías, dentro de una economía de guerra, los de saqueo y los de obstrucción. La primera categoría hace referencia a los productos objeto de explotación directa, esto quiere decir, en pocas palabras, hurto. En el segundo caso, al no cumplirse o darse las condiciones para ser objeto de explotación directa se da la obstrucción del producto. Esto quiere decir que por los diversos procesos que tienen ciertos productos (por ejemplo, transporte, tecnología, entre otros) por el necesario posicionamiento permanente de la guerrilla, se da luz verde a la obstrucción por medio de chantajes, vacunas, sabotajes, etc.

Se puede resaltar dos características que justifican que los actores armados aprovechen los recursos. Primero la geografía, es decir la accesibilidad del control estatal a las regiones ricas en recursos naturales. Segundo, la concentración o no, del recurso natural. (Leongómez, 2004)

Las características nombradas anteriormente son factores favorables para las actividades económicas diversas de las FARC, actividades que han sido referenciadas anteriormente. Principalmente se da un escenario más que favorable para la economía de las drogas. Además, cabe resaltar que la expansión de las FARC en el país se debe al control de las diversas fuentes de riqueza natural y, por supuesto, de los cultivos ilícitos.

² Laboratorio con mayor especialización donde se elabora el clorhidrato de cocaína

³ Así las FARC financiaron la guerra <https://www.elcolombiano.com/colombia/paz-y-derechos-humanos/asi-las-FARC-financiaron-la-guerra-CA10014897>

⁴ Pécaut, D. (2008). Las FARC: fuentes de su longevidad y de la conservación de su cohesión. *Análisis político*, 21(63), 22-50.

⁵ Véase: <https://www.semana.com/nacion/articulo/las-cuentas-FARC/70582-3>

En el siguiente apartado se profundizará en el tema de la economía de las drogas, tomando de referencia un pequeño contexto histórico y la teoría del efecto globo.

3. Influencia social de las FARC

El conflicto interno ha tenido consecuencias perjudiciales para el desarrollo social de Colombia. Por ejemplo, en los municipios donde existían los grupos irregulares ocurría la mayoría de los homicidios, secuestros y desplazados, así como menor era el crecimiento de alumnos matriculados en primaria; había menos afiliados al régimen subsidiado de salud y un lento ascenso de la mortalidad infantil.

Desde el punto de vista macroeconómico, el conflicto disminuía la inversión, reducía el nivel de ahorro, aumentaba la pérdida de infraestructura, tenía influencias negativas para el crecimiento económico. Desde el punto de vista microeconómico, también producía consecuencias negativas, tales como la pérdida de mano de obra por homicidio, la inasistencia a la escuela, menos educación, la pérdida de capital social, la desintegración social, y del costo de transporte, de la corrupción y menor participación social, etc.

3.1 Homicidios

Según la figura 1, hay dos ciclos de la violencia por homicidios en Colombia, el primero es entre los años 1950 y los inicios de los 1960s, lo que corresponde a "La Violencia". El segundo ciclo de violencia por homicidios es en los años 80, cuando surgió el comercio de cocaína y el fortalecimiento de los grupos armados, por ejemplo, las FARC.

Según el documento CEDE, entre 1995 y 2002, en los municipios que fueron atacados por las FARC, se estima que los homicidios crecieron más o menos un 37% anualmente, pero en los municipios donde no se presentó ningún ataque, aumentaron aproximadamente en un 15%. Es decir, hubo una diferencia de 21.55% de homicidios. Lo que implica que ocurrieron 36.954 homicidios más, teniendo en cuenta que equivale a 10.95% de los homicidios que tuvieron lugar entre 1990 y el 2002.

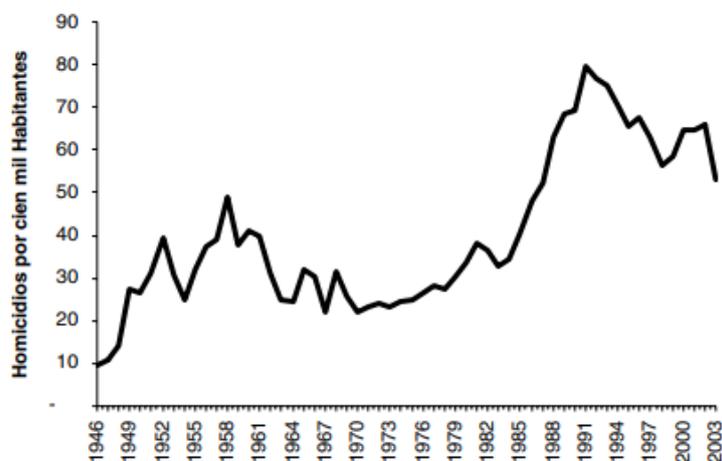


Figura 1. Homicidios por cien mil habitantes

Fuente: Ministerio de justicia, Policía Nacional

3.2 Secuestros

Como los homicidios, los secuestros es otro delito importante y terrible en la sociedad colombiana que está relacionado con los conflictos armados. Los casos de secuestro crecieron durante las décadas de los 80 y los 90, pasando de 258 casos en 1985 a cerca de 3600 en el 2000. En los años 2000 hay un descenso, sin embargo, Colombia es el país con más secuestros en el mundo. Según la figura 2, podemos observar que hay dos períodos importantes, uno se encuentra entre 1996 y 2000, donde hay un aumento significativo, en el 2000 hay más casos de secuestros. Por otro lado, el segundo período se encuentra a partir de 2001, mostrando una tendencia de descenso.

Las FARC tomaron el secuestro como una estrategia de financiación en la reunión que tuvo lugar en octubre, 1983.⁶ Después de la séptima conferencia, adoptaron el secuestro como una fuente principal de recurso. De igual modo, en los municipios donde tuvo lugar algún ataque de las FARC se presentaron 2,54 secuestros en promedio anualmente, contra los municipios donde no hubo ningún tipo de esta actividad.

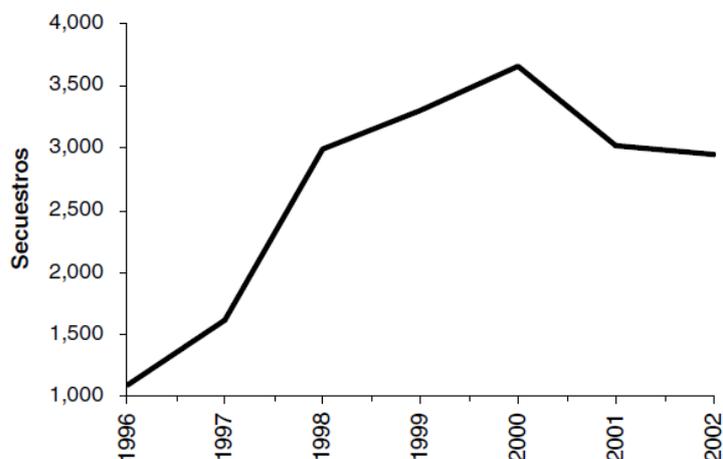


Figura 2. Secuestros en Colombia

Fuente: Fondelibertad

3.3 Desplazados

El desplazamiento inevitable es un problema social dañino que enfrenta la sociedad colombiana, tanto para el país y la sociedad, como para la calidad de vida de los desplazados. Necesitan muchos años para recuperarse de este choque. Según lo que han calculado, los hogares desplazados pierden cerca del 25% del bienestar de su ciclo de vida y tardan más de nueve años en alcanzar niveles de vida similares a los de los migrantes voluntarios con iguales características.⁷

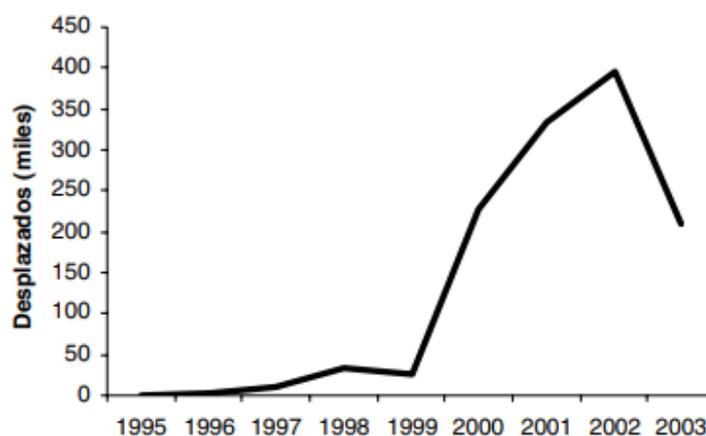


Figura 3. Desplazado en Colombia

Fuente: Red de Solidaridad Social, COHODES y Conferencia Episcopal

Se estima que hay más de un millón de desplazados y cada día siguen registrándose más, a pesar de que la velocidad fue bajando en 2001 y 2002. La razón principal del desplazamiento es la seguridad personal, causada por amenazas directas, así como por el miedo de ser víctimas de los grupos armados, por ejemplo, las FARC y ELN.

⁶ Fondelibertad (2003), <http://www.antisecuestro.gov.co/autoresdelincuenciaorganizada.htm>

⁷ Ibáñez, Ana María y Vélez, Carlos (2004a) "Forced Displacement in Colombia: Causality and Welfare Losses", Mimeo, CEDE- Universidad de los Andes.

Aunque hay muchas causas complejas del desplazamiento social de Colombia, el conflicto armado se conoce como la causa general.⁸ La Red de Solidaridad Social, COHODES y Conferencia Episcopal coinciden en que la razón principal del desplazamiento es el conflicto armado.

De acuerdo con el cuadro 1 (ver en la gráfica siguiente), el conflicto armado es la causa principal del desplazamiento forzoso de Colombia, junto con las actividades ilegales de violencia. Así como, las actividades de las FARC son la causa general del desplazamiento forzoso del país, representando un 40% de la población desplazada.

Mientras en los últimos 20 años la economía colombiana creció sosteniblemente, la expansión territorial de los grupos armados llegó a muchos municipios de Colombia, lo que trajo considerables efectos en la economía y en la sociedad. Además de los efectos visibles, también se evidencian efectos en muchos aspectos de manera indirecta e invisible para la sociedad a largo plazo.

	Coefficiente	Significancia (t)	Media‡	Efecto	
	(1)	(2)	(3)	(4 = 1x3)	%
Actividad Grupos Armados Ilegales					
Actividad Armada					
FARC	55.64	(10.68)***	1.25	69.81	27.40%
ELN	-4.98	(0.76)	0.64	-3.18	-1.25%
Autodefensas	326.01	(13.19)***	0.18	59.36	23.29%
Desconocida	-21.94	(5.21)***	0.74	-16.24	-6.37%
Actividades de Amenaza e Intimidación					
FARC	140.02	(7.24)***	0.24	33.49	13.14%
ELN	15.84	(0.54)	0.10	1.64	0.65%
Autodefensas	173.12	(8.18)***	0.21	36.81	14.44%
Desconocida	26.95	(7.95)***	1.70	45.84	17.99%
Interacciones					
Actividad Armada de las FARC y el ELN	19.53	(0.43)	0.11	2.07	0.81%
Actividad Armada FARC y de las Autodefensas	287.51	(4.18)***	0.06	18.00	7.06%
Actividades de Amenaza entre FARC y AUC	149.36	(1.83)*	0.04	5.30	2.08%
Violencia Homicida y Secuestros					
Tasa de Homicidios (por 100.000 hab)	0.28	(1.88)*	67.19	18.81	7.38%
Tasa de Secuestros (por 100.000 hab)	1.75	(4.99)***	14.18	24.75	9.71%
Estado					
Eficiencia de la Justicia	-407.79	(6.50)***	0.18	-75.32	-29.56%
Cultivos Ilícitos					
Hectáreas de Coca	0.02	(10.05)***	2830.96	53.79	21.11%
Variables Socio-económicas					
Gini de avalúo de la propiedad privada	1.79	(2.02)**	55.70	99.93	39.22%
Índice de Necesidades Básicas insatisfechas	1.93	(3.25)***	49.31	95.08	37.31%
Geográficas					
Altura	-140.64	(8.45)***	0.95	-134.20	-52.66%
Distancia a la capital	53.95	(4.73)***	1.30	70.02	27.48%
Indicador de erosión de la tierra	-21.62	(2.04)**	1.91	-41.35	-16.23%
Aptitud del suelo	-20.79	(2.24)**	2.72	-56.59	-22.21%
Caribe	119.86	(3.16)***	0.21	24.59	9.65%
Oriental	-305.92	(6.73)***	0.13	-40.58	-15.92%
Pacífica	-87.61	(2.65)***	0.14	-11.88	-4.66%
constante	-335.07	(4.08)***			

(t) Valor absoluto del t estadístico en parentesis

*significativo al 90%, ** significativo al 95%, significativo al 99%

‡ Promedio sobre los municipios que presentaron desplazados

Cuadro 1. Efecto de la Actividad Armada sobre el desplazamiento forzado

Fuente: Documento CEDE, ISSN 1657-7191 (Edición Electrónica), octubre de 2005

4. Influencia política de las FARC

El conflicto que sostuvo el gobierno colombiano con las FARC siempre se encontraba en escalada, además, cada presidente durante sus 4 años de mandato implementaba las estrategias que creía adecuadas para su enfrentamiento con este grupo armado.

⁸ Ibáñez, Ana María y Querubín Pablo (2004b). "Acceso a Tierras y Desplazamiento forzoso en Colombia". Bogotá, Documento CEDE 2004-23.

Con la llegada del presidente Belisario Betancur y su intento de implementación de paz, se pudo preciar que el contexto y la manera en que se desarrollaban los enfrentamientos entre estos dos actores son cambiantes.

Como se comentó en párrafos anteriores que en la década de los 90 se produjeron dos acontecimientos de gran importancia: el primero de ellos fue el fin de la guerra fría, con la cual las FARC perdían a un aliado estratégico respecto a sus principios ideológicos y también durante estos años es cuando el presidente Andrés Pastrana con su llamada diplomacia para la paz “internacionaliza” el conflicto armado, dándole una visibilidad importante a este grupo armado en el sistema internacional.

Por eso a partir de 1993 con la octava y última conferencia guerrillera se le otorga importancia a un factor político que no se había desarrollado anteriormente y este es la lucha por el reconocimiento y la imagen de las FARC en el extranjero, por lo tanto, la lucha se extiende también a las relaciones diplomáticas.

Para este fin el organismo que se desarrolló fue La comisión internacional de las FARC (Cominter) la cual fue puesta bajo el liderazgo de Raúl Reyes. Su principal objetivo era establecer contactos con países de ideología socialista afines a su afiliación política, de esta manera tendría una plataforma desde la cual podría difundir sus ideales, sus justificaciones para la lucha armada y las reivindicaciones que este grupo pretendía para con la sociedad colombiana.

Al mismo tiempo, se cuestionaba la legitimidad de las acciones del Estado colombiano respecto a la manera en la que dirigía la guerra y exponían cómo este constantemente violaba los derechos humanos. De esta manera la organización guerrillera también buscaba influir en la percepción que se tenía de ésta en la comunidad internacional, buscando una relación de empatía con diferentes países del continente y de Europa (Trejos, 2013).

Se determinaron tres áreas fundamentales para el desarrollo de sus relaciones internacionales: Centroamérica, Suramérica y el continente europeo. En Estados Unidos solo se presentó la figura de comités de solidaridad que buscaban obtener recursos para financiar las actividades de las FARC⁹.

Sin embargo, en donde tendrían una mayor actividad sería en Centroamérica, el primer lugar en donde se estableció una oficina de las FARC fue en Costa Rica en 1995. Desde allí se coordinaban reuniones con diferentes simpatizantes en El Salvador, Guatemala y Nicaragua, los cuales también tenían sus propios procesos de luchas guerrilleras.

Aunque mucho del apoyo del resto del continente, se daba en los llamados comités de solidaridad con las luchas del pueblo colombiano; en el comité organizado en el año 2001 ocurrió el primer encuentro internacional de solidaridad por la Paz en Colombia y América Latina. En este comité se discutieron varios puntos respecto al intervencionismo del gobierno colombiano y sobre todo al rechazo que se hacía manifiesto por la alianza que se suscribía entre Estados Unidos y el gobierno de Colombia conocida como el Plan Colombia. Algo que destaca de esta reunión es que participaron 50 organizaciones que provenían de más de 35 países, y que la declaración, resultado de este evento fue suscrita por personalidades importantes como José Saramago, Alfonso Pérez Esquivel, Heinz Dieterich, James Petras, Noam Chomsky y Ahmed Ben Bela entre otros¹⁰.

También Raúl Reyes encontró en el Sexto Foro de São Paulo, realizado también en la ciudad de San Salvador en 1996, el lugar idóneo para exponer sus tesis e intentar legitimar las acciones que el grupo armado desarrollaba en Colombia:

“El Estado colombiano ha creado una máquina de guerra criminal, con soportes ideológicos venidos de los Estados Unidos, con principios antinacionales que profundizan los odios entre compatriotas. Y porque en Colombia, quienes gobiernan: la burguesía, los grupos económicos, los terratenientes y latifundistas, han criminalizado la protesta social, para asesinar, torturar, desaparecer y encarcelar e intimidar a los opositores de la injusticia; como no existe espacio para la lucha política legal y abierta de masas, reivindicamos la vigencia de la lucha armada revolucionaria del pueblo.” (Reyes, 1996)

Luego de permanecer un tiempo en Costa Rica, Raúl Reyes posteriormente se trasladaría a México. Esta oficina funcionaría hasta el año 2002, puesto que en ese año el encargado de dicha oficina, Carlos Calarcá, dejó el país. Este hecho suscitó que el embajador de Colombia en México por ese entonces Luis Guzmán denunciara ante los medios que esta organización, la cual para ese momento ya había sido declarada una organización terrorista tanto por Estado Unidos como por la Unión Europea¹¹, tenía una oficina clandestina en la Universidad Nacional Autónoma de México.

⁹ La guerra diplomática <https://www.semana.com/nacion/articulo/la-guerra-diplomatica/44175-3>

¹⁰ 1er Encuentro Internacional de Solidaridad y por la Paz en Colombia y América Latina <https://www.nodo50.org/csca/agenda2001/1%20encuentro-01.html>

¹¹ Las FARC en la lista de organizaciones terroristas de la UE <https://www.semana.com/noticias/articulo/las-FARC-lista-organizaciones-terroristas-ue/51177-3>

Las denuncias del embajador Guzmán iban dirigidas al gobierno mexicano para que éste le cerrara las fronteras a este grupo y lo catalogara como un grupo narcoterrorista, en virtud de que desde finales de los años 90 la DEA aseguró que las FARC tenían vínculos con carteles mexicanos como el cartel de Sinaloa y Jalisco nueva generación¹², que argumentaba que las FARC habían aprovechado la autonomía de la universidad y por lo cual las autoridades judiciales no podían intervenir en ella. Según él, desde esta oficina se desarrollaban actividades de reclutamiento y de propaganda política.

La relación entre el grupo guerrillero y la Universidad Nacional Autónoma de México quedó al descubierto cuando en el año 2008 fue abatido Raúl Reyes en Ecuador, en el ataque fallecieron 4 estudiantes¹³ que presuntamente eran simpatizantes de la causa guerrillera y se encontraban con Reyes en su campamento. Esto deja en evidencia que su actividad política en el exterior había rendido frutos, ya que entonces no eran solo los militantes colombianos en el exterior, los que se dedican a difundir las ideas de la organización guerrillera, sino que muchos de los nuevos adeptos a su causa provenían de distintas nacionalidades.

A pesar de que los grupos que se identificaban con los lineamientos que tienen las FARC no contaban con una importante influencia política en sus respectivos países, estos promulgaban actividades en los que defendían a la guerrilla, siempre en espacios culturales o en medios de información electrónicos.

Sin embargo, detrás de su actividad política, las FARC no solamente buscaban mejorar su imagen en la región y en el mundo, junto con la deslegitimación del Estado colombiano, sino aprovechaban los espacios que estos canales de comunicación les permitían establecer para expandir sus actividades delictivas, a saber (Trejos, 2013):

- a) Tráfico de armas y narcóticos.
- b) Asesoría a diferentes grupos revolucionarios en tácticas de guerrilla y maneras ilícitas de recaudar fondos.

La manera en que se llevaron a cabo las relaciones que las FARC sostuvieron con los países de la región centroamericana se debe en parte a determinados factores que facilitaron esta interacción, entre ellos: la poca información que tenían los estados sobre la situación de Colombia, unido al poco interés que el gobierno y la diplomacia colombiana daba a esta región, y finalmente la empatía que tenían los líderes de varios países en Centroamérica, los cuales habían pertenecido a guerrillas en sus respectivos estados que en ese momento eran políticos legales y militaban en los partidos comunistas centroamericanos. En ellos las FARC encontrarían grandes aliados y plataformas de inserción en los países de dicha región.

Un hito importante fue la creación de la coordinación guerrillera creada por el fundador de las FARC Jacobo Arenas que buscaba coordinar a grupos de izquierdas en todo el continente, luego de que varios países más se unieran a esta coordinación se fue transformando hasta llegar a ser El Movimiento Continental Bolivariano.

Este movimiento impulsó el apoyo a las FARC en toda Sudamérica; uno de sus objetivos principales era buscar frentes de apoyo a las FARC, reconocer el estatus de fuerza beligerante y promover el canje humanitario, como a su vez hacer de este movimiento uno de carácter continental. Además de eso, se buscaba deslegitimar al gobierno de Colombia bajo la premisa de que la alianza militar entre Estados Unidos y Colombia buscaba la desestabilización de los procesos democráticos existentes en América Latina.

A pesar de sus avances en el continente americano, la parte del mundo más importante para esta organización, con la cual pretendían establecer contactos y una mejor base sobre la cual sustentar su lucha en el sistema internacional era el viejo continente, Europa.

No fue hasta el proceso de paz que se adelantó con el presidente Andrés Pastrana, que las FARC tuvieron la oportunidad de iniciarse de manera formal con el trabajo diplomático, en Europa. La manera en la que lograron llamar la atención de las distintas organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales y sociales fue a través del discurso en el cual las FARC exponían que Colombia constantemente violaba el régimen de derechos humanos, que sus estructuras eran corruptas debido al tema del narcotráfico y que el estado conservaba vínculos con los grupos paramilitares.

Un punto de partida importante fue después del genocidio que el partido político colombiano conocido como la Unión Patriótica sufrió debido a que sus militantes eran miembros que habían pertenecido a algún grupo guerrillero. Aquellos que sobrevivieron buscaron asilo en los países escandinavos. Este importante número de exiliados promovía

¹² La controvertida historia de la oficina que las FARC tuvieron en México <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-37468918>

¹³ "Operación Fénix", un antecedente de ataques contra mexicanos en el exterior, <https://www.economiahoy.mx/nacional-eAm-mx/noticias/7004684/09/15/Operacion-Fenix-un-antecedente-de-ataques-contra-mexicanos-en-el-exterior.html>

seminarios, foros y discusiones en contra del Estado colombiano, por lo que las FARC encontraron el espacio adecuado para presentarse como una organización que defendía los derechos humanos y la justicia social.

Así pues, los objetivos de las FARC en Europa se enfocaron en una campaña política a través de la cual buscaban mejorar su apoyo y como ya se ha mencionado en reiteradas ocasiones, deslegitimar el actuar del Estado colombiano; investigar cómo la Unión Europea como organismo, podría generar presión sobre el gobierno colombiano para que negociara un acuerdo con las condiciones que la guerrilla pretendía obtener, cómo persuadir a la Unión Europea para que no continuara ayudando a Colombia militarmente debido a la relación del gobierno con los paramilitares, y finalmente, establecer contactos a través de los cuales hacer proselitismo político.

El trabajo llevado a cabo por la Cominter en Europa tuvo como resultado, según inteligencia militar colombiana, 30 representantes oficiales en Europa, los cuales se encargaban de mantener contactos con parlamentarios europeos, así como con parlamentarios de Suecia, Dinamarca y Suiza. Distintas organizaciones sociales en varios países de Europa también se solidarizaron con la causa guerrillera puesto que todas ellas se encontraban en desacuerdo con la administración que en aquel entonces presidente de Colombia, Álvaro Uribe Vélez estaba llevando a cabo.

Dentro de las organizaciones que apoyaron a las FARC en Europa destacan (Trejos, 2013):

a) La Asociación Jaime Pardo Leal en Suecia, que considera que las FARC entienden el contexto social colombiano y proponen soluciones para establecer una paz duradera.

b) Principalmente en Dinamarca existen varias organizaciones que brindaron ayuda a las FARC, entre ellas *Fighters and Lovers*, *Rebelión*.

Todas ellas argumentaban que lo hacían puesto que apoyaban causas que buscaban la paz, la libertad y la lucha contra la guerra y el fascismo, sin embargo, varias de estas organizaciones, como por ejemplo *Fighters and Lovers* tuvieron que afrontar un juicio puesto que las autoridades danesas dentro de su legislación prohíben brindar apoyo económico a organizaciones terroristas. Seis miembros de esta organización fueron sentenciados a penas privativas de la libertad.

A pesar de toda su actividad en el mundo, uno de los principales aliados de las FARC fue el gobierno venezolano, cuando Hugo Chávez era presidente de Venezuela, en reiteradas ocasiones defendió a las FARC e incluso cuando fue abatido el jefe guerrillero Raúl Reyes en Ecuador lo vio como una injerencia en la soberanía nacional de Ecuador y consideró como un “asesinato cobarde” la muerte de Reyes. A su vez, Chávez también amenazó al gobierno de Colombia: “Si por ejemplo a usted se le ocurre hacer eso en Venezuela, le mando unos Sukhois (aviones cazas de fabricación rusa), compañero, para que lo sepa.”¹⁴

También la relación que tenían las FARC con Venezuela era de carácter económico puesto que como expone Douglas Farah, es experto en temas de crimen organizado y antiterrorismo, las FARC a través de la empresa venezolana *Petróleos de Venezuela* (PDVSA), junto con la empresa *Albanisa* en Nicaragua y *Alba* *petróleos* en El Salvador, lavaban el dinero producto de sus actos delictivos y lo reincorporaban al sistema económico internacional.¹⁵

Como se expuso, se puede definir a la política exterior de las FARC como una estrategia de *Soft Power*, puesto que a pesar de que pretendía encontrar apoyos económicos esta siempre instó a sus representantes en el exterior a que promovieran su ideología, que expusieran las causas por las cuales la lucha que mantuvieron por más de medio siglo era más que legítima y un imperativo para mejorar las condiciones de vida de la población colombiana, la cual según ellos se encontraba marginada por las clases dominantes y los grandes oligarcas del país.

Con las negociaciones en la Habana y con el proceso de paz concluido, las FARC pueden ahora hacer militancia internacional, pero bajo un contexto completamente diferente; a finales de 2017 la Unión Europea decidió remover de su lista de organizaciones terroristas a las FARC¹⁶, con esto se levanta el congelamiento de los activos que las FARC tenían en Europa y también la restricción de movilidad que los miembros de este grupo tenían para transitar por el continente europeo, de la misma manera aquellos individuos u organizaciones que apoyen a las FARC ahora instaurado como partido político pueden financiar sus actividades sin restricciones legales. El Departamento de Defensa de Estados Unidos también levantó de su lista de grupos terroristas a las FARC.

De esta manera, a partir del momento en el que las FARC se convirtieron en partido político dejó atrás la clandestinidad a la que estaban acostumbrados para desarrollar sus congresos, sus intervenciones y sus oficinas en otros

¹⁴ Véase: Venezuela y Colombia: años en la cuerda floja, en:

https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/07/100722_cronologia_relaciones_venezuela_colombia_lr

¹⁵ PDVSA, un puente para blanquear capitales de las FARC. <https://www.diariolasamericas.com/america-latina/pdvs-es-un-puente-blanquear-capitales-las-FARC-n4132241>

¹⁶ La Unión Europea quita definitivamente a las FARC de Colombia de su lista de organizaciones terroristas, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41991473>.

países del continente americano. Con esto sus canales de comunicación serían directos con aquellos simpatizantes de su lucha que ahora se desarrolla en el campo de la política y no de las armas.

5. Influencia lingüística de las FARC

5.1 Influencia en las lenguas nativas

Colombia tiene una gran diversidad étnica y cultural. De acuerdo con el censo en 2005, en Colombia hay 1,392,623 personas indígenas, divididas en 87 grupos étnicos diferentes. Por otro lado, las organizaciones indígenas de Colombia conforman 102 pueblos indígenas diferentes, repartidos en la mayoría del territorio colombiano. Sin embargo, en la mayoría de las zonas rurales - de acuerdo con DANE (Oficina Nacional de Estadística de Danés), el 78% de la población nativa de Colombia vive en zonas rurales-. Todos estos pueblos son conocidos por su organización social y política, su cultura e historia, estructuras económicas y de producción, visión del mundo, formas espirituales y relacionadas con el medio ambiente; actualmente en Colombia se utiliza 64 idiomas nativos, divididos en 13 familias de idiomas diferentes.

El impacto del conflicto armado en los pueblos indígenas de Colombia es muy complejo, por medio de los diferentes grupos de violencia descritos por la Corte Constitucional en la Orden 004 de 2009 como un proceso beligerante, por ejemplo, las FARC, y así como: (1) la ocurrencia de la guerra en el territorio de las fuerzas armadas, sin participación activa en las comunidades indígenas y sus miembros, pero afectándoles directa y explícitamente; 2) participación activa en el proceso bélico de los pueblos y comunidades indígenas y sus miembros individuales en conflictos armados; 3) el uso del territorio y las maneras socioeconómicas relacionados con los conflictos armados, que afectan sus territorios tradicionales; 4) la influencia en los idiomas indígenas.

En el territorio de Colombia viven muchos pueblos de ascendencia africana y amerindia, cuya realidad cultural forma parte de su identidad, un sistema lingüístico único que difiere de la lengua de ascendencia europea y es un valor milenario que se ha conservado hasta el momento.

En los procesos políticos de Colombia, los pueblos indígenas, comunidades palenqueras, raizales y el pueblo gitano juegan un papel cultural muy significativo. Tiene mucho sentido traducir textos escritos en las lenguas nativas y enseñarles las informaciones para la población indígena, gitana y afro.

En los siguientes artículos de la Ley de Lenguas se encuentra la necesidad del proceso de traducción e interpretación:

ARTÍCULO 5. Derecho de uso de las lenguas nativas y del castellano,

ARTÍCULO 8. Derechos en las relaciones con la administración pública,

ARTÍCULO 17. Producción de materiales de lectura y el Artículo 18 Producción de materiales de audio, audiovisuales y digitales.

En el Acuerdo Final para la Terminación del Conflicto, se se enfatizó su implementación y materialización con un enfoque diferencial 'teniendo en cuenta la diversidad de género, étnica y cultural', se precisaba que por la diversidad lingüística, la población indígena pudiera acceder al contenido de los acuerdos.

Así que se dio la oportunidad a los pueblos indígenas raizales y palenqueros para que pudieran participar activamente y construir colaborativamente las traducciones e interpretaciones de los acuerdos.

5.2 Influencia en el léxico del español colombiano

5.2.1 Palabras nuevas conformadas por las FARC

En los estudios que se han hecho sobre los medios de comunicación figuran muchas palabras conformadas por FARC: Farcpolítica., narco-Farc, fariano, farucho, etc.

Farcpolítica (Farc-política) f. Proceso adelantado por la justicia colombiana con el fin de determinar los nexos entre algunos políticos colombianos y extranjeros y las FARC. Creado por el senador Gustavo Petro.

Aunque es bueno que la justicia actúe en el combate a la delincuencia en todos los sectores, lo ocurrido con el caso Duque no debe desviar la atención sobre la investigación por la 'parapolítica'. Tiene que servir como punto de inicio para esclarecer sin pasiones lo ocurrido en cuanto a la 'Farc-política' y, al igual que en el primer caso, sancionar a los culpables y resarcir el buen nombre de quienes injustamente sean procesados como consecuencia de la inevitable cacería de brujas creada por las emociones del momento. (Roa, 2007)

Con relación a las declaraciones del Fiscal General, Mario Iguarán, sobre que quizá la Corte Suprema de Justicia ordene su detención por su supuesta vinculación con la Farcpolítica, el senador del Polo dijo que no se podía referir al respecto porque todavía el proceso que lleva la Corte aún no ha terminado. Señaló que el fiscal Iguarán no le ofrece garantías al país y que algún día tendrá que responder en los estrados judiciales por diferentes actuaciones. (Revista Semana, 2009)

La Fiscal Viviane Morales afirmó a través de la emisora Caracol Radio que la decisión de la Corte sobre la información de los PC de 'Raúl Reyes' tiene incidencias "gravísimas" sobre las investigaciones que adelante la Fiscalía por la llamada 'farcpolítica'. (Revista Semana, 2011)

La información producida por la Dijin corrobora obviamente los hechos tenidos en cuenta por la Procuraduría al firmar la inhabilitación de la señora Córdoba para ejercer cargos públicos durante 18 años. Por esa razón, la Procuraduría anunció, el 19 de noviembre de 2010, que abría un nuevo proceso por Farc-política, y sobre Piedad Córdoba, esta vez basado en los datos encontrados en centenares de archivos del "Mono Jojoy". (Mackenzie, 2012)

Fariano m. Persona que es parte de las FARC.

Miguel* estuvo en la guerrilla un año y medio. Fue reclutado a los 16 años por las Farc. Ya cumplió 19, y aunque lo único que sabía antes de terminar haciendo panes y pizza bajo la batuta de Juan Manuel era usar un fusil, va rumbo a la senda del éxito. "En la guerrilla aprendí a hacer un arroz, sopas. Pero aquí me enseñaron a cocinar de verdad –dice antes de la frase que entendió y que quizá lo hizo escaparse de la guerrilla–. La guerra es una guerra entre pobres: el soldado va al monte porque le toca y el fariano se defiende pa' que no lo maten". (Gualdrón, 2014)

Farucho Desp. Militante de las FARC.

Niños para la guerra... un rumor sordo [...] "Que la gente dice que los faruchos están reclutando niños para sus filas" ... "Que no, que son los elenos" ... "Que de una vereda se llevaron dos pelados". (Franco, Nieto y Rincón, 2010)

Además de estos términos ellos pusieron de moda "pescas milagrosas". Pescas milagrosas son las operaciones que las FARC realizan frecuentemente en los caminos del Colombia en donde no hay mucho ejército y policía.

5.2.2 Unidad léxica sobre las FARC representadas en la prensa

Respecto al contexto discursivo del lenguaje natural, la unidad léxica expresa los hechos o condiciones de violencia activa o pasiva, de otro modo, también la tomamos como una herramienta para involucrar semánticamente la violencia. Por ejemplo, forajido, facineroso, limpiar, bandolero, matón. Encontramos lo siguiente en la prensa:

Periódico EL TIEMPO			
´narcosicario´	´´narcoterroristas´´	narco-criminales	narcocultivos
narco-hampón	Exnarcoterrorista	´´narco-corridos´´	narco hot
narcocasetes	Narcoparamilitarismo	narcofinal	´narcopolítica´
narcocultura	Narca	narco-biyuyo	´narcotour´
narcomico	´narcoarca´	´narcocombo´	´narcoestado´
narcorrutas	´narcos´	´narcoparas´	narconeocio
narcoguerrilla	narco-terroristas	narcoempresario	narco-Farc
narcocorrupción	Narcodemocracia		

Cuadro 2. Unidad léxica sobre las FARC en el periódico EL TIEMPO

Fuente: El elemento compositivo narco- en los medios de comunicación, Luz Stella Castañeda.

"Sí hay fórmulas para que el diálogo con las Farc se agilice: una **tregua** indefinida, más presión y participación ciudadana, acompañamiento internacional y atención a los problemas sociales" (El Tiempo, 2000)

Podemos encontrar en el lenguaje natural la unidad léxica "tregua" en la oración anterior, que significa suspensión de armas, cesación de hostilidades, por determinado tiempo, entre los enemigos que tienen en pausa lo pendiente la guerra¹⁷. En cuanto al contexto del lenguaje especializado del campo del derecho penal, habría asuntos jurídicos que no

¹⁷ Caso Palau. Un informe de la Policía: 'Pujol y Mas cobraban comisiones en Suiza', AMETRALLADORA - 16 DE NOVIEMBRE DE 2012.

cumplieran la “tregua”, aparece en los principios comunes del derecho. De hecho, esta unidad léxica se establecería en una unidad terminológica especializada.

5.2.3 Relación gramática-violencia en la narrativa colombiana

Antes de todo, nos toca entender dos términos, la Violencia con mayúscula, que se trata del periodo 1946-1967 en la historia colombiana, y la violencia en minúscula que representa todas las guerras, hechos violentos, conflictos permanentes en Colombia. En estos veinte años, cerca de 70 novelas y muchos cuentos que tratan de la violencia fueron publicados. Hasta hoy en día, se produjeron alrededor de 100 obras. Podemos ver la diferencia entre la Narrativa en la Violencia y la Narrativa de la Violencia de acuerdo con la diferente factura literaria de estos textos.

La Narrativa en la Violencia determina una gramática. El impacto fuerte de los hechos violentos, las torturas contra las víctimas determinan una gramática narrativa, preferencia del enunciado, no se elabora mucho el lenguaje, sin énfasis en crear personajes, muchas descripciones de matanza, descripciones de terror y modos de producir muerte. Por ejemplo, las novelas *El 9 de abril* (1951) de Pedro Gómez Correa y *Viento seco* (1953) de Daniel Caicedo.¹⁸

La Narrativa de la Violencia es la gramática creativa que reposiciona y favorece el fenómeno histórico. La Narrativa de la Violencia narra nuevamente los hechos, haciendo ficción o creando de nuevo, con el objetivo de inventar campos literarios donde la realidad convertida nos hace entender cada vez más y mejor los hechos de la Violencia. Por ejemplo, *El coronel no tiene quien le escriba* de Gabriel García Márquez, publicada en 1961

Para concluir, la relación complicada entre Gramática y Violencia, Narrativa en la Violencia, Narrativa de la Violencia, por un lado, nos permite mirar hacia la historia literaria colombiana, por otro lado demuestra cómo la narración refleja, interpreta o resitúa la violencia de la Violencia relacionada con las FARC durante todo el proceso de modernización de Colombia.

6. Conclusión

Políticamente, podemos decir que las FARC han jugado durante años un papel protagónico en planteamiento de políticas públicas y de la planeación de las líneas de acciones de varios de los gobiernos existentes en Colombia.

Económicamente, por un lado, las FARC ofrecieron un escenario más favorable para la economía de las drogas. La expansión de las FARC en Colombia se debió al control de las diversas fuentes de riqueza natural y de los cultivos ilícitos. Pudieron generar nuevas o diferentes crisis en otros países. Macroeconómicamente, el conflicto disminuyó la inversión, redujo el nivel de ahorro, aumentó la pérdida de infraestructura, tuvo influencias negativas para el crecimiento económico. Microeconómicamente, también produjo consecuencias negativas, tales como la pérdida de mano de obra.

Socialmente, las consecuencias de las FARC perjudicaron a la sociedad colombiana. Había consecuencias negativas como la inasistencia a la escuela, menos educación, la pérdida de capital social, la desintegración social, el aumento del costo de transporte, el aumento de la corrupción y la baja de la participación social, etc.

Lingüísticamente, uno de los impactos negativos del conflicto armado en los pueblos indígenas de Colombia fue en los idiomas indígenas. También influyó en el español colombiano. Surgieron nuevas palabras relacionadas con las FARC, por ejemplo, *Farcpolítica*, *narco-Farc*, *fariano*, *farucho*, etc. En las prensas aparecieron palabras sobre las FARC. En las obras literarias colombianas, la Violencia narra nuevamente los hechos, desde la ficción o la recreación, con el objetivo de inventar campos literarios donde la realidad creada nos hace entender cada vez más y mejor los hechos de la Violencia.

Podemos concluir que el análisis de la vida política, militar, económica e internacional de lo que fue las FARC como grupo armado, nos permite ver de otra manera lo que fue el conflicto y comprender de una manera más clara e integral de qué se trataron los más de cincuenta años de violencia en los que vivió inmersa Colombia. Para implementar o para poner en marcha los acuerdos de paz, todavía les queda un camino relativamente largo.

Bibliografía

- (Chaparro, 2023) Chaparro, N. E. V. (2023). La influencia de las FARC-EP y el ELN en el dominio humano desde los años 60 en Colombia. *Perspectivas en Inteligencia*, 15(24), 243-272.
- (Collier y Hoeffler, 2004) Collier, P., & Hoeffler, A. (2004). Greed and grievance in civil war. *Oxford economic papers*, 56(4), 563-595.

¹⁸ Figueroa Sánchez, Cristo Rafael, Gramática-violencia: Una relación significativa para la narrativa colombiana de segunda mitad del siglo XX, *Tabula Rasa*, núm. 2, enero-diciembre, 2004, pp. 93-110, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá, Colombia.

- (Costenar, 2023) Cristian-Mihai Costenar. (2023). Estudio de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), Tesis Doctoral de la Universidad de Shandong.
- (Franco, Nieto y Rincón, 2010) Franco, N., Nieto, P., & Rincón, O. (2010). Tácticas y estrategias para contar [historias de la gente sobre conflicto y reconciliación en Colombia], 147.
- (García, 2009) García, G. N. P. (2009). Las FARC, su origen y evolución. Revista UNISCI, (19), 154-184.
- (Gómez y Rubio, 2019) Gómez, B. H. T., & Rubio, N. (2019). Incidencia del Plan Colombia en las negociaciones de paz entre el gobierno colombiano y las FARC-EP. Revista Internacional de Cooperación y desarrollo, 6(1), 94-113.
- (González, 2010) López González, P. V. (2010). Análisis de la influencia de las FARC y ELN en los procesos electorales en el departamento de Arauca en el periodo comprendido entre 1998-2004.
- (Gualdrón, 2014) Gualdrón, Y. (2014). Exsoldados y exsubversivos cocinan en el mejor restaurante de Medellín. El Tiempo.
- (Leongómez, 2002) Leongómez, E. P. (2002). Colombia: ¿guerra civil, guerra contra la sociedad, guerra antiterrorista o guerra ambigua?. Análisis político, (46), 164-180.
- (Leongómez, 2004) Leongómez, E. P. (2004). Una democracia asediada: balance y perspectivas del conflicto armado en Colombia. Editorial Norma.
- (Luna y Chen, 2017) Luna L. & Chen, L. (2017). El proceso de paz colombiano: antecedentes históricos, evolución y perspectivas. Estudios de América Latina (06), 56-71+155-156.
- (Mackenzie, 2012) Mackenzie E. (2012). ¿Quién frena investigación contra Piedad?, HACER. Latin American News.
- (Pécaut, 2008) Pécaut, D. (2008). Las FARC: fuentes de su longevidad y de la conservación de su cohesión. Análisis político, 21(63), 22-50.
- (Roa, 2007) Roa, E. G. (2007). ¿Comienza el destape de la Farc-política? Revista Semana.
- (Trejos, 2013) Trejos, L. (2013). Las FARC-EP En Europa Y Centroamérica: Una Mirada Desde La Categoría De Actor No Estatal (FARC-EP in Europe and Central America: A View from the Non State Actor Perspective).
- (Valencia y Balbinotto, 2012) Valencia, M. D. P. C., & Balbinotto, G. (2012). Las FARC y los costos del secuestro. Revista de economía institucional, 14(27), 147-164.

Artículo [ES]

La situación actual, las características y estrategias para la publicación de libros de temática china en Argentina

Chinese-themed books: current status, characteristics, and strategies for publication In Argentina

Peng Liu¹ y Chunhong Xiong²

¹Profesor asociado de la Escuela de Estudios Europeos
Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, Beijing, China
Email: 15010051900@163.com; ORCID: 0000-0003-1364-7922

²Licenciada de la Escuela de Estudios Europeos
Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, Beijing, China
Email: Celia03412@outlook.com; ORCID: 0009-0002-1878-845X

[ES] Resumen: La publicación de libros de temática china en Argentina refleja, asimismo, su influencia en dicho país e incluso en los países latinoamericanos. El estudio se basa en datos estadísticos extraídos de la página web de la Biblioteca Nacional de Argentina sobre la publicación de 337 libros de temática china en el país desde el año 2005 hasta el 2022. Los autores examinan la situación general a través de tres aspectos: la variedad de libros publicados, la distribución temática de los libros y los modelos de traducción. La publicación de libros de temática china en Argentina presenta características notables como la fragmentación, la orientación hacia audiencias específicas y la temporalidad. Después, el estudio resume los desafíos en la publicación de libros de temática china en Argentina. Finalmente, se presentan varias estrategias con el objetivo de ampliar tanto la escala como la eficacia de la publicación de dichos libros en Argentina, promoviendo así el intercambio cultural y el mutuo conocimiento entre China y los países latinoamericanos.

Palabras clave: libros de temática china, Argentina, industria de la publicación, situación actual, características

[EN] Abstract: The publication of books on Chinese themes in Argentina reflects its influence in that country and even in Latin American countries. The study is based on statistical data extracted from the National Library of Argentina's website about the publication of 337 books on Chinese themes in the country from 2005 to 2022. The authors examine the overall situation through three aspects: the variety of published books, the thematic distribution of the books, and translation models. The publication of books on Chinese themes in Argentina presents notable characteristics such as fragmentation, orientation towards specific audiences, and temporality. Subsequently, the study summarizes the challenges in the publication of books on Chinese themes in Argentina. Finally, various strategies are presented with the aim of expanding both the scale and effectiveness of the publication of such books in Argentina, thus promoting cultural exchange and mutual understanding between China and Latin American countries.

Keywords: Chinese-themed books, Argentina, publishing industry, current situation, characteristics

Cita: Peng, L., & Chunhong, X. (2024). La Situación Actual, las Características y Estrategias para la Publicación de Libros de Temática China en Argentina. *Ibero-América Studies*, 7(1), 75-85.

Fondo: Este trabajo fue financiado por el proyecto especializado en estudios universitarios sobre investigaciones regionales y nacionales de la Universidad de Estudios Internacionales de Beijing, "Investigación sobre los modelos y estrategias de desarrollo cooperativo de las industrias culturales entre China y los principales países de América Latina " (Proyecto N° QYGB23A013).

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.08>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: febrero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

En los últimos años, con la profundización de la iniciativa la Franja y la Ruta en el continente sudamericano y de las relaciones económicas y comerciales entre China y los países de América Latina, las actividades relacionadas con el intercambio cultural entre ambas partes han sido cada vez más frecuentes. El presidente Xi Jinping propone promover el respeto mutuo entre las diferentes civilizaciones fomentando una convivencia armoniosa, haciendo que el intercambio y la influencia recíproca entre los mismos funcione como un puente para mejorar la amistad, impulsar el progreso de la sociedad humana y mantener los lazos que sostienen la paz mundial (Xi, 2014).

La publicación de libros con temática china en el extranjero es una parte importante de la estrategia cultural de "salir al exterior" de China, cuyo objetivo es mostrar al mundo la historia, la cultura, el desarrollo social y la situación política y económica actual del país a través de libros que funcionen como vehículos de comunicación. En los últimos años, con el aumento del estatus internacional de China y el avance de la iniciativa la Franja y la Ruta, la publicación y difusión de libros con temática china en el extranjero ha generado un gran llamado de atención (Sun, 2018). La temática de los libros chinos exportados al extranjero es cada vez más diversa, y su escala se expande continuamente; sin embargo, aún existen varios problemas, como la insuficiente localización de los libros temáticos y el desarrollo deficiente de la integración digital (Sun y Yan, 2024).

A nivel mundial, la publicación de libros con temática china muestra una tendencia de crecimiento. En el mundo angloparlante, especialmente en Estados Unidos y el Reino Unido, la cantidad y el impacto de la publicación de libros con temática china han aumentado significativamente, abarcando áreas como la economía, la política y la cultura (Yu, 2019). En Alemania, la publicación de libros con temática china también muestra una actitud positiva, especialmente en los campos de economía, política y derecho e Historia y geografía (Zhang, 2020). En los países de habla árabe, la traducción y aceptación de libros con temática china también muestran un impulso positivo, especialmente en lo que respecta a las obras literarias y libros ilustrados para niños (Gao y Song, 2023). En la región de América Latina, la publicación y difusión de libros con temática china también merece atención. Algunas investigaciones han señalado las deficiencias de los libros de temática filosófica china en su publicación y difusión dentro del ámbito cultural hispanohablante y han propuesto estrategias de solución (Cao, Zhang y Wang, 2022). Varios estudios analizan la cantidad, calidad y diversidad de los libros sobre el taoísmo publicados en el mundo de habla hispana, introduciendo la historia de la traducción y difusión del taoísmo en el mundo hispanohablante (Tian y Muñoz, 2024). Además, hay artículos que, mediante el análisis de cinco libros sobre las relaciones China-América Latina publicados entre 2011 y 2014, señalan que aunque ha habido un incremento en la cantidad y calidad de la investigación académica sobre las relaciones entre China y América Latina, todavía existen deficiencias (Creutzfeldt, 2014).

Los puntos de enfoque de los estudios anteriores se han centrado principalmente en la cantidad de publicaciones de libros con temática china, la distribución por categorías, la calidad de la traducción, el grado de aceptación en el mercado y la publicación en cooperación internacional. No obstante, la investigación existente tiene deficiencias en cuanto a la cobertura geográfica, especialmente en el estudio de países específicos de América Latina. Además, la investigación existente sobre los mecanismos de traducción e interpretación y las características de la publicación de libros con temática china en contextos culturales específicos también es insuficiente. En resumen, es sumamente necesario investigar la publicación de libros con temática china en Argentina. Esto no solo contribuirá a enriquecer el campo de investigación de la publicación de libros con temática china en el exterior, sino que también ayudará a comprender mejor el impacto de la difusión de la cultura china en Argentina y en todo el ámbito cultural de habla hispana.

Los libros de temática china constituyen un importante vehículo para la difusión de la cultura china, cuya publicación en el extranjero indica que los elementos y valores de la cultura china están ingresando a los mercados internacionales a través de los libros. La escala de la publicación a menudo está limitada por el grado de reconocimiento mutuo y la frecuencia de intercambio cultural entre los dos países. Investigar la situación de su publicación en el extranjero permite analizar la popularidad de los productos culturales chinos en el exterior y la influencia global de la cultura china. Desde el establecimiento de las relaciones diplomáticas entre Argentina y China en 1972, el volumen de comercio de productos culturales entre ambas naciones ha experimentado un crecimiento constante, destacándose la vitalidad del comercio de libros. Argentina ha experimentado un fervor por la lectura a nivel nacional, siendo Buenos Aires, su capital, una de las ciudades con los índices más altos del mundo en cuanto a lectura por habitante (Ye y Zhao, 2015). Los libros de temática china no solo satisfacen la demanda de los lectores argentinos para comprender a China, sino que también impulsan de manera significativa el intercambio cultural entre ambos países. La situación actual en la publicación de libros de temática china en Argentina refleja la influencia cultural china en el "país de Pampa" y, de manera más amplia, en los países

latinoamericanos. Actualmente, entender dicha situación resulta crucial para promover la traducción, publicación y difusión de libros chinos en Argentina, fortaleciendo la cooperación en materia de derechos de autor entre las diferentes editoriales chinas y latinoamericanas, impulsando el intercambio cultural y el conocimiento mutuo entre los países, fomentando el desarrollo positivo del comercio cultural bilateral y la ampliación de dicha influencia cultural en el extranjero. Por lo tanto, este artículo, basado en datos relacionados con la publicación de libros de temática china en Argentina, analiza y resume la situación actual y las principales características de dichas publicaciones proponiendo recomendaciones estratégicas en este contexto para las instituciones editoriales chinas.

2. La situación actual de la publicación de libros de temática china en Argentina

En los últimos años, la cooperación y el intercambio entre China y Argentina se han vuelto cada vez más estrechos, y las relaciones económicas y comerciales entre ambos países se han desarrollado bien. Con el desarrollo continuo de las actividades editoriales de ambos países hacia el exterior y la creciente demanda de cooperación internacional, la demanda del mercado de libros de Argentina por libros de temática china se ha incrementado. Por lo tanto, se puede analizar los datos de publicación de libros de temática china en Argentina desde 2005 hasta 2022 para entender la situación actual de la publicación de libros de temática china en Argentina.

2.1 Objeto y Método de Estudio

El objeto de estudio de este artículo es, los libros de temática china publicados en el mercado editorial argentino entre 2005 y 2022, es decir, libros en papel relacionados con China o que contengan las palabras claves: "China" o "chino/china". Los mismos, se pueden clasificar en tres categorías según las temáticas, los derechos de autor y la colaboración editorial: libros originales con temática china (sin restricción de nacionalidad del autor, sin restricción de idioma, publicados en editoriales argentinas o en estrecha colaboración con ellas); libros de temática china adquiridos de otros países por Argentina (sin restricción de idioma); libros publicados en colaboración entre editoriales argentinas y editoriales chinas (sin restricción de nacionalidad del autor, sin restricción de idioma). Los datos utilizados en este artículo provienen principalmente del catálogo en línea de la Biblioteca Nacional de Argentina (<https://www.bn.gov.ar/>)¹.

Se han utilizado palabras claves como "China" y "chino" para buscar en el catálogo en línea de la Biblioteca Nacional de Argentina (<https://www.bn.gov.ar/>), recopilando información detallada de todos los libros de temática china publicados y distribuidos en Argentina entre 2005 y 2022, organizando la cantidad de publicaciones por año y creando una figura de líneas, clasificando las temáticas diferentes según la clasificación de la Biblioteca Nacional de China² y resumiendo la cantidad de libros de dicha temática publicados por diferentes editoriales.

2.2 Análisis Estadístico de las Categorías Bibliográficas

Según los datos, Argentina publicó un total de 337 libros de temática china entre 2005 y 2022, con una publicación promedio anual de aproximadamente 18.72. La estadística de la cantidad de publicaciones por año se muestra en la Figura 1.

Partiendo de la figura 1, entre 2005 y 2008, la publicación de libros de temática china en Argentina, estaba en su etapa inicial. China se unió a la Organización Mundial del Comercio en 2001, evento significativo que impulsó la relación entre China y América Latina hacia una etapa de desarrollo impulsada por el comercio (Chen, 2019). Pero durante este período, la cantidad total de libros de temática china publicados en Argentina no fue considerable. En primer lugar, las relaciones comerciales bilaterales entre China y América Latina tenían problemas de desequilibrio. El comercio entre China y los países latinoamericanos se centra principalmente en productos tradicionales como maquinaria eléctrica, materias primas, y otros similares (Wu, 2008), mientras que el comercio de productos culturales bilaterales, representados por los libros, tiene una escala relativamente reducida. En segundo lugar, el objeto de comercio de libros en Argentina se destina principalmente a países europeos y latinoamericanos cercanos, excluyendo a China. A principios del siglo XVI, Argentina sufrió la invasión y el dominio colonial español, lo que resultó en una gran afluencia de población

¹ La Biblioteca Nacional de Argentina es el depósito central de las publicaciones del país, está encargada de preservar libros, revistas, mapas y material audiovisual. Los lectores pueden acceder a la información básica de todas las colecciones a través de su sitio web oficial (<https://www.bn.gov.ar/>) con un catálogo en línea exhaustivo, actualizado y adecuado, siendo una de las fuentes de datos más autorizadas sobre la situación de la publicación de libros en Argentina. Todos los datos bibliográficos relevantes para este estudio están incluidos en su acervo.

² La clasificación de la Biblioteca Nacional de China es una herramienta actualmente utilizada en China para clasificar libros. Según las características de los materiales bibliográficos, se establece un sistema de clasificación basado en principios de general a específico y de general a particular, formando un sistema de clasificación que se compone de cinco categorías básicas y veintidós categorías principales.

inmigrante europea. Influenciada por la colonización española, el idioma oficial de Argentina es el español. Por lo tanto, los intercambios comerciales de libros se centran entre España y los países latinoamericanos. Por último, en la década de 1970, Argentina transitó de un gobierno liderado por intelectuales a un período de convulsiones políticas bajo un régimen militar autoritario. Durante este tiempo, las relaciones bilaterales entre China y Argentina se debilitaron, y el intercambio cultural prácticamente se detuvo, lo que provocó que durante un largo período los libros de temática china no pudieran ingresar al mercado de libros argentinos (He, 2020).

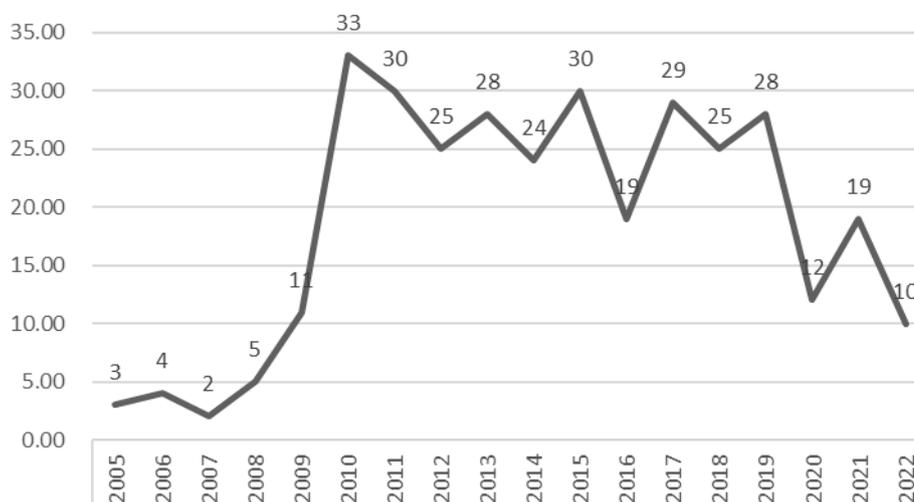


Figura 1. Situación de las categorías de los libros de temática china publicados en Argentina desde 2005 hasta 2022 (unidad: variedades).

Fuente: Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

El período de 2009 a 2019 se puede considerar como una etapa de desarrollo estable de la publicación de libros de temática china en Argentina. A partir de 2009, la variedad de esta categoría de libros ha experimentado una tendencia al alza, manteniendo en términos generales una escala de publicación estable hasta el año 2020. En primer lugar, la exitosa realización de los Juegos Olímpicos de Verano de Pekín en 2008 profundizó la comprensión y el conocimiento que Argentina tenía sobre diversos aspectos de China, lo que indirectamente impulsó la traducción y publicación de libros de temática china en Argentina. En segundo lugar, la participación inaugural de Argentina como país invitado de honor en la Feria Internacional del Libro de Frankfurt en 2010 abrió y aceleró la colaboración con comerciantes y editoriales chinas. A partir de esta feria del libro, la industria editorial china comenzó a comprender en profundidad las particularidades del sector editorial en Argentina, país ubicado en el hemisferio occidental. En tercer lugar, después de la crisis financiera global de 2008, China se convirtió en el principal estabilizador y fuente de impulso del crecimiento económico mundial, y el comercio entre China y América Latina experimentó un "salto" en su desarrollo, con la importancia de ambos en sus estrategias externas aumentando día con día (Chen, 2019). Así que el florecimiento de los intercambios culturales entre China y Argentina, liderados por el impulso del creciente desarrollo de la cooperación económica y comercial bilateral, ha aumentado la frecuencia, elevando la demanda en el mercado argentino de libros de temática china. A medida que las relaciones económicas y comerciales entre China y Argentina se profundizan, junto con el incremento en la frecuencia de los intercambios académicos entre las instituciones de educación superior de ambos países y la incansable promoción de la cultura por parte de la comunidad china en Argentina, el deseo de cooperación entre los sectores editoriales de ambos países se fortalece cada vez más. Como resultado, el interés y la demanda de libros chinos en el mercado editorial argentino experimentó un crecimiento significativo, lo que promovió el establecimiento, en 2018, de la "Biblioteca China"³ en Argentina.

Entre 2020 y 2022, la publicación de libros de temática china en Argentina ha mostrado una tendencia de contracción significativa. A partir de 2020, la diversidad de publicaciones de libros de temática china en Argentina experimentó una marcada disminución. En primer lugar, la desaceleración económica global causada por el impacto de la pandemia de COVID-19 afectó negativamente el desarrollo económico de numerosos países, siendo la economía de las naciones

³ La Biblioteca China es un proyecto de promoción de libros chinos en el extranjero liderado por la Administración Nacional de Publicaciones y Periódicos y ejecutado por la Corporación China de Importación y Exportación de Libros. A través de la venta de libros de temática china en grandes librerías alrededor del mundo, satisface la demanda de los lectores locales de conocer China a través de la lectura.

latinoamericanas particularmente afectada por las repercusiones negativas de la mencionada crisis sanitaria. En consecuencia, los gobiernos de los países latinoamericanos redujeron sus asignaciones presupuestarias para la industria cultural, sumiendo al sector editorial argentino en una fase de estancamiento. En segundo lugar, las políticas de cuarentena sanitaria implementadas por distintas naciones para contener la propagación del virus disminuyeron significativamente la frecuencia y profundidad de la cooperación económica y cultural entre China y América Latina. Este escenario ha provocado una marcada desaceleración en la dinámica de colaboración en la publicación de libros entre China y Argentina.

2.3 Distribución de las Temáticas

Analizando la distribución de las diferentes temáticas de los libros chinos publicados en Argentina, es posible profundizar en las características y limitaciones del ingreso de libros chinos en el mercado editorial del país. Este estudio emplea la clasificación gráfica china para categorizar los datos recopilados. La clasificación de las temáticas de los libros chinos en Argentina se detalla en el cuadro 1. En términos generales, la selección de temáticas se concentra en 11 categorías principales, entre las cuales más de la mitad pertenecen a literatura, política y derecho, así como arte. Las categorías de cultura, ciencia, educación y deportes, e historia y geografía, representan más del 10% de los libros chinos, indicando el interés local en la cultura, historia y geografía de China. Sin embargo, las categorías de economía, ciencias sociales, tecnología e industria y lingüística no superan el 5 %, lo que sugiere que el conocimiento local sobre el desarrollo chino en estos campos aún es insuficiente.

Posición	Clasificación Temática	Cantidad	Porcentaje
1	Literatura	97	28,80%
2	Política y derecho	57	16,90%
3	Arte	46	13,60%
4	Cultura, ciencia, educación y deporte	39	11,60%
5	Historia y geografía	34	10,10%
6	Filosofía y religión	21	6,20%
7	Medicina y salud	19	5,60%
8	Economía	15	4,50%
9	Ciencias sociales y ensayos	5	1,50%
10	Tecnología e industria	3	0,90%
11	Lenguaje y escritura	1	0,30%

Cuadro 1. Distribución de las diferentes temáticas de libros chinos en el mercado argentino de 2005 a 2022 (unidad: especies)

Fuente: Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

Desde la perspectiva de la categoría de la literatura, esta clasificación ocupa la mayor proporción, concentrándose principalmente en las obras más destacadas traducidas al español y en las creaciones literarias locales con temáticas chinas. Por ejemplo, las traducciones al español de obras de la literatura china moderna, como *La Casa de Té* y *El Amor en la Ciudad*, las traducciones de obras de la literatura china antigua, como *El Arte de la Guerra de Wuzi*, así como creaciones y biografías centradas en figuras chinas. En la Feria Internacional del Libro de La Habana, una de las ferias de libros más influyentes en la región de América Latina, había una gran demanda de las traducciones al español de obras de los escritores chinos Liu Zhenyun, como *Teléfono Móvil* y *No Soy Pan Jinlian*, así como de *El Don* de Mai Jia. Las obras de Mo Yan también eran muy apreciadas por los amantes de la literatura en español. Desde la publicación de la traducción al español de *El Clan del Sorgo Rojo* en 1992, varias novelas de Mo Yan han sido traducidas al círculo cultural hispanohablante (Peng, 2024). Las publicaciones literarias lideran el mercado de libros chinos en Argentina, en cierta medida, creemos que se debe a la profunda tradición argentina con dicho género, la cual nutre el aprecio y la demanda de su población por las obras literarias nacionales e internacionales. Los escritores argentinos gozan de fama internacional, como Ernesto Sábato, galardonado con el premio literario en español más prestigioso, el Premio Cervantes, cuya obra más representativa es la Trilogía de ficción psicológica: *El túnel*, *Sobre héroes y tumbas* y *Abaddón, el exterminador*. También destaca el renombrado autor mundialmente conocido como el "Kafka de Sudamérica", Jorge Luis Borges, con su obra más representativa *El jardín de senderos que se bifurcan*. Además, Argentina ostenta con justicia el título de "país de la lectura" en la región latinoamericana, con su capital, Buenos Aires, siendo reconocida en 2011 por la

UNESCO como la "Capital mundial del libro" (Ye y Zhao, 2015). Según las estadísticas del Ministerio de Educación argentino, la tasa de alfabetización de la población mayor de 15 años alcanza el 97,9 %, con un promedio de compra de 4,6 libros por persona al año, situándose solo por debajo de Chile en lo que respecta a América Latina (Su, 2021).

En la categoría sobre política, los libros se centran principalmente en traducciones que narran la experiencia de los partidos políticos en el poder, el sistema político de China, y el análisis / estudio de académicos argentinos sobre el sistema chino. Tales como la versión en español de *la Gobernación y Administración de China* y la monografía en español *Gobernanza y Administración de China* escrita por académicos argentinos. Desde el inicio del siglo XXI, con el desarrollo "salto" en las relaciones entre China y América Latina, el gobierno chino ha estado promoviendo activamente su diplomacia pública en América Latina, con el objetivo de difundir las políticas oficiales del gobierno chino para la cooperación con los países de la región, moldear la imagen de China en América Latina y aumentar la influencia y el peso de China en la región, fomentando una mayor cooperación en diversos campos (Song y Han, 2017). Por lo tanto, este tipo de libros se convierten en la primera elección para la publicación de libros de temática china en el extranjero. Aunque China y Argentina comparten el mismo estatus de país en desarrollo e identidades, mentalidades y demandas de interés comunes. Hoy en día, China se ha convertido en la segunda economía más grande del mundo, líder en el comercio global de mercancías y una nación de ingresos mediano-altos. En cambio, Argentina, que ya se encontraba entre las diez principales economías mundiales hace un siglo, sigue atrapada en lo que se conoce como la "trampa de los ingresos medios". La Universidad Nacional de San Martín, en colaboración con una universidad china, llevó a cabo una encuesta telefónica a 1476 personas en la ciudad de Buenos Aires. El rápido crecimiento y expansión global de China en las últimas décadas han despertado la curiosidad y admiración de todos los sectores argentinos, los cuales evalúan positivamente este fenómeno chino y su impacto en Argentina, con el 63% de los encuestados afirmando que: "podemos aprender mucho del modelo de desarrollo económico y social de China" (Xu y Wu, 2022). En cierta medida, creemos que los lectores argentinos muestran un gran interés en conocer cómo los países en situaciones similares han logrado un rápido desarrollo económico y social sostenible, elevando su posición en el escenario mundial. Por lo tanto, esto impulsa en gran medida la publicación y promoción de libros políticos chinos en Argentina.

En cuanto a los libros de arte, la mayoría de los libros chinos publicados en Argentina se centran en la apreciación musical, incluyendo una pequeña fracción dedicada a las bellas artes y la arquitectura. Argentina se distingue como una nación rica en diversidad cultural, donde la música y la danza representan un invaluable patrimonio cultural. La música argentina ha experimentado un proceso de fusión y recreación, siendo el tango una de las formas musicales más destacadas. La pasión argentina por este género, tanto en términos de música como de danza, no tiene comparación, rivalizando incluso con la devoción por el fútbol. Es precisamente esta afición a las artes musicales y la danza lo que impulsa la difusión de estos libros chinos en Argentina.

En cuanto a la literatura lingüística, este tipo de libros chinos tienen una escasa presencia dentro de la publicación argentina. En primer lugar, desde un enfoque filológico, la lengua es el vehículo de la información y la cultura, y la gran distancia lingüística resulta ser una elevada barrera de entrada para la aceptación de libros chinos en idioma mandarín en Argentina. Además, desde la perspectiva del comercio, importar estos libros requiere un grado significativo de traducción localizada, lo cual implica esfuerzo y tiempos considerables solo con la traducción del país importador. Para cuando finaliza la tarea de traducción, el interés en el mercado por este tipo de libros suele haber disminuido o la cuota de mercado ya habrá sido repartida entre otras editoriales o empresas (Wang, 2021), lo que resulta una escasa difusión o publicación de libros en chino mandarín en Argentina.

2.4 Evolución de los Paradigmas de Traducción e Introducción

La industria editorial de Argentina goza de reputación mundial, destacándose por su notable tolerancia hacia la introducción de libros de diversas culturas y lenguas. En Argentina, la traducción y publicación de libros chinos inicialmente adoptó el modelo de "China-España-Argentina" para su traducción e introducción (Chen y He, 2020). Al analizar las razones, en primer lugar, la cooperación económica y cultural entre China y España se estableció tempranamente, mientras que la interacción cultural y la colaboración entre China y Argentina eran relativamente limitadas antes de 2010. Además, antes de ese momento, los países latinoamericanos carecían, en la mayoría de los casos, de profesionales locales capacitados en el idioma chino, así como de sinólogos, lo que resultaba insuficiente para la traducción local de los libros. Simultáneamente, la conciencia de la población local sobre la literatura china era bastante reducida. En este período, las editoriales españolas desempeñaron un papel crucial al impulsar indirectamente el comercio de libros entre China y Argentina.

Con el continuo fortalecimiento de los intercambios culturales y la profundización del comercio bilateral entre Argentina y China después de 2010, la colaboración entre las editoriales de ambos países ha experimentado avances

sustanciales, acelerando significativamente la traducción directa y la difusión editorial de libros chinos en Argentina. La transición de un modelo de traducción indirecta a uno directo se atribuye a varios factores: en primer lugar, la cooperación bajo el modelo de traducción indirecta estableció una sólida base para la colaboración posterior en publicaciones directas entre China y Argentina, en el cual las editoriales españolas jugaron un importante papel sirviendo como puente; en segundo lugar, el rápido aumento de la influencia internacional de China en los últimos años ha motivado a numerosas editoriales argentinas a expresar directamente su interés en la colaboración. En 2010, la Editorial Andrómeda de Argentina firmó un acuerdo de colaboración con la Editorial de Lenguas Extranjeras de China para la publicación de libros como *Historia de la Literatura China*, y la Editorial Kaiklon de Argentina expresó su intención de obtener los derechos de traducción para la versión en español de *Mei Lanfang y la Ópera de Pekín* con la Editorial de Lenguas Extranjeras de China (Zhu, 2010).

3. Análisis de las características de la publicación de libros de temática china en Argentina

Las editoriales son los principales actores y participantes directos en la importación de libros y el comercio de derechos de autor. Analizar las principales características de las numerosas editoriales que publican libros de temática china en Argentina ayuda a seleccionar los socios ideales de las editoriales y a orientar de manera más precisa los temas y mercados objeto para los libros, promoviendo así de manera más efectiva la publicación y distribución de libros chinos.

En primer lugar, desde principios del siglo XXI, ha habido un gran número de editoriales en Argentina que han publicado una amplia variedad de libros de temática china, mostrando una característica de fragmentación en la publicación. Según el cuadro 2, durante el período de 2005 a 2022, 21 editoriales argentinas que publicaron más de 3 tipos de libros representaron el 37,69 % del total (337 libros). 19 editoriales que publicaron 2 tipos de libros contribuyeron con el 11,27 %, mientras que 172 que publicaron un solo tipo de libros representaron el 51,4 %. Se observa que las diferencias en la cantidad de publicaciones entre estas editoriales no son significativas, y no ha surgido una editorial que resultase dominante. Entre ellas, la Editorial Dunken (19 libros) y Epsa Publishing (19 libros) publicaron relativamente mayor cantidad de libros.

En segundo lugar, en términos de cantidad, los libros de temática china suelen ser publicados por editoriales medianas y pequeñas en Argentina, mostrando una característica de promoción dirigida a un público más especializado. La industria editorial de Argentina tiene una larga historia, con más de dos mil editoriales locales, la mayoría de las cuales son pequeñas y medianas empresas, mientras que las grandes empresas están compuestas principalmente por corporaciones multinacionales (Zhang, 2011). Aunque las grandes empresas representan solo el 10 % del total de las editoriales, la cantidad de libros que publican domina gran parte del mercado local. Es importante destacar que las editoriales chinas no optan por la colaboración con grandes empresas editoriales multinacionales en Argentina. En primer lugar, esto se debe a que la cantidad y variedad de libros chinos publicados en Argentina son relativamente limitadas, y la colaboración con grandes empresas editoriales multinacionales requiere una mayor inversión y un umbral más alto. En segundo lugar, la elección de colaborar con editoriales medianas y pequeñas en Argentina implica una inversión menor y un umbral más bajo, y estas editoriales lanzan libros que tienen un alcance más amplio, ya que muchos libros chinos prefieren ser publicados por editoriales locales en Argentina, con un total de 281 libros, lo que representa el 83,38 % del total de publicaciones. Numerosas librerías medianas y pequeñas en Argentina, que mantienen relaciones cercanas con las editoriales locales, pueden vender y promocionar de manera más efectiva los libros chinos. Es el caso de la Editorial Zhaohua de China, la cual colaboró estrechamente con la Editorial Luxemburgo de Argentina y publicó la versión en español de *Desde lo cercano hasta el conocimiento mutuo: Crónicas diplomáticas entre China y América Latina* en 2023 (China.org.cn, 2023). Algunas editoriales chinas establecen filiales en el extranjero, después, el personal de estas filiales negocia con editoriales y traductores extranjeros para publicar y distribuir libros de temática china que interesen a los lectores extranjeros. Sin embargo, en general, la colaboración entre editoriales chinas y distribuidores extranjeros sigue siendo limitada, lo que es un factor importante que restringe la exportación de libros de calidad (Liu, 2020).

No	Editorial	Número	No	Editorial	Número
1	Epsa Publishing	19	11	Atlántida	4
2	Planeta	10	12	Capital Intelectual	4
3	Paidós	7	13	Continente	4
4	Ediciones B	6	14	Loqueleo	4
5	Sudamericana	6	15	Urano	4
6	Aguilar	5	16	Almaluz	3
7	Debate	5	17	Deva's	3
8	Kier	5	18	Edhasa	3
9	Tusquets	5	19	Quadrata	3
10	Adriana Hidalgo	5	20	Fondo de Cultura Económica	3

Cuadro 2. Editoriales argentinas que han publicado más de tres libros chinos entre 2005 y 2022, junto con la cantidad de publicaciones (unidad: variedades)

Fuente: Elaboración propia con los datos de la Biblioteca Nacional de Argentina.

En tercer lugar, las editoriales chinas no han establecido relaciones de colaboración editorial estables y estrechas con las editoriales locales, siendo esta colaboración de naturaleza temporal. Las editoriales locales en Argentina que han publicado una cantidad significativa de libros chinos son prominentes editoriales internacionales, como Dunken, Planeta, Sudamericana y Atlántida. Sin embargo, estas editoriales no han llegado a acuerdos de colaboración a largo plazo con las editoriales chinas. En los últimos años, varios ciudadanos chinos en Argentina han fundado editoriales y librerías chinas para la publicación y venta de libros, por ejemplo, la editorial Chinozhong, creada en 2009 por un propietario chino, es una empresa editorial independiente registrada en Argentina, que se dedica principalmente a escribir material didáctico en chino y a traducir y publicar libros de cultura china en Argentina. Estas editoriales chinas han impulsado en cierta medida la introducción y difusión de libros chinos en el país, aunque los resultados aún son insatisfactorios. Además, el establecimiento de vínculos académicos entre universidades de ambos países y la colaboración en la publicación de obras académicas representan un nuevo modelo de publicación que ha contribuido eficazmente a la introducción y publicación de libros de temática china en Argentina. Por ejemplo, en 2022, la Universidad Tecnológica del Suroeste y la Universidad Nacional de Lanús de Argentina colaboraron en la publicación de dos obras académicas, una de las cuales fue editada por el Embajador argentino en China, Sr. Gustavo Sabino Vaca Narvaja, y el investigador del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad Tecnológica del Suroeste, Zou Zhan, titulada *China, América Latina y la geopolítica de la nueva Ruta de la Seda*. Este libro analiza las oportunidades e impactos de la iniciativa la Franja y la Ruta en América Latina y el Caribe, desempeñando un papel positivo en la firma del convenio de cooperación sobre la Franja y la Ruta por parte de Argentina en 2023 (Yu, 2022). La otra obra fue editada por los académicos de la Universidad Nacional de Lanús, Gerardo Gustavo y Fernando Bucaille, titulada *La Cooperación entre China y Argentina en la era post Covid-19*. Este nuevo modelo de publicación no solo ha fomentado en gran medida el intercambio académico entre ambas partes, sino que también ha ampliado el volumen del comercio de libros entre ambos países.

En cuarto lugar, las editoriales locales tienden a publicar libros temáticos específicos, mostrando una orientación centralizada en intereses editoriales. Epsa Publishing se centra en la publicación de libros chinos sobre temáticas artísticas, mientras que Dunken y Sudamericana destacan en la promoción de libros de literatura china. Atlántida se especializa en libros científicos chinos. Los libros de política y derecho son más frecuentes en Capital Intelectual y Dunken, mientras que Debate y la Editorial de la Universidad Nacional de Buenos Aires (EUDEBA) publican más libros sobre historia y geografía china. Dunken se dedica principalmente a la publicación de obras literarias argentinas, y también publica versiones en español de obras literarias extranjeras. Esta editorial ha publicado numerosas obras literarias chinas destacadas, como *Mujer en Silencio*. Sudamericana publica principalmente obras literarias con elementos chinos de ciencia ficción y cuentos de hadas. Capital Intelectual, editorial que se centra en la publicación de obras académicas, se enfoca en libros chinos que exploran la reforma socialista en el país y sus relaciones con el mundo. Además, algunas editoriales argentinas también han lanzado varios libros temáticos sobre China. Por ejemplo, Dunken y Planeta han publicado libros sobre acupuntura y terapia de agujas secas de la medicina china. Atlántida ha publicado libros temáticos sobre el calendario tradicional chino.

4. Desafíos en la publicación de libros de temática china en Argentina

1) Falta de conexión y colaboración con editoriales y libreros argentinos

La publicación de libros de temática china en Argentina está principalmente en manos de las editoriales argentinas que introducen o traducen estos libros. Este método de introducción y traducción a menudo puede causar malos entendidos sobre la cultura china debido a las divergencias culturales significativas entre ambos países. Además, el comercio de libros suele verse afectado negativamente por la situación macroeconómica del país importador, particularmente por los problemas de una economía inestable y la severa inflación en dicho país, lo que aumenta la incertidumbre en la difusión de los mencionados libros. Actualmente, la tendencia de "localización"⁴ se ha convertido en una práctica innovadora para la difusión internacional de libros. Las editoriales chinas generalmente promueven la localización de la publicación china a través de fusiones y adquisiciones en el extranjero, estableciendo editoriales o formando empresas conjuntas con editoriales extranjeras. En los últimos años, varias editoriales chinas han comenzado a establecer sucursales en el exterior, pero tienen relativamente poca experiencia en la colaboración internacional y casi no ha habido casos sobre cooperación editorial en Argentina, lo que ha limitado significativamente la promoción y los canales de venta de libros de temática china en el mercado del país del sur.

2) Falta de calidad de traducción y escasez de talentos profesionales

Una traducción de alta calidad es clave para la comunicación intercultural. Esto queda demostrado a través de la traducción que realizó con su obra *Li Bai: 50 Poemas*, Anne-Helène Suárez, una destacada sinóloga española. Su traducción no solo respeta las diferencias culturales del texto original, sino que también se enfoca en hacer que los lectores de la lengua de destino entiendan fácilmente, lo cual constituye la clave del éxito en la comunicación intercultural (Wu, 2023). Aunque muchos países latinoamericanos tienen estrechas relaciones económicas y comerciales con China, la mayoría de ellos no ha prestado suficiente atención a los estudios sobre el chino y, sobre todo, carecen de talentos profesionales en traducción. Cuando traductores no profesionales traducen obras chinas de áreas específicas, pueden cometer errores en la comprensión, lo que da como resultado una baja calidad de traducción y una aceptación limitada por parte de los lectores.

3) Exceso de concentración y estrechez de la selección de temáticas

La publicación de los libros de temática china en Argentina generalmente se enfoca en pocas variantes, como la literatura clásica china, el arte marcial y la medicina tradicional china, pasando por alto las diversas temáticas relacionadas con la cultura y la sociedad china. Esta concentración, limita la selección de temáticas, lo que dificulta la posibilidad de satisfacer las necesidades de los lectores argentinos. Además, la estrecha selección de temáticas también limitó la atracción y aceptación de los libros chinos en el mercado argentino, ya que no pueden mostrar plenamente la riqueza, diversidad y modernidad de la cultura china.

5. Conclusión y propuestas

El presente estudio analiza respectivamente la situación actual, las características y estrategias para la publicación de libros de temática china en Argentina y ha revelado una serie de hallazgos significativos que destacan aspectos clave de esta dinámica industria editorial.

Primero, se observa una marcada fragmentación en la publicación de libros de temática china en Argentina, con una amplia variedad de editoriales participantes. Segundo, la mayoría de los libros de temática china en Argentina son publicados por editoriales medianas y pequeñas, indicando una estrategia dirigida a audiencias más especializadas. Además, se observa que las colaboraciones editoriales entre editoriales chinas y argentinas tienden a ser temporales y no establecen relaciones de colaboración a largo plazo. Aunque algunas editoriales chinas han establecido sucursales en el extranjero, la colaboración internacional en el ámbito editorial sigue siendo limitada. Esto supone una debilidad en la exportación de libros de calidad y la promoción de la cultura china en Argentina. En cuanto a la selección de temáticas, se evidencia una concentración en áreas específicas como la literatura clásica china, las artes marciales y la medicina tradicional china.

Por otro lado, la publicación de libros de temática china en Argentina enfrenta una serie de desafíos, incluida la falta de colaboración estable entre editoriales locales y chinas, la calidad variable de las traducciones y la concentración excesiva en ciertas temáticas. Para abordar estos desafíos y promover una mayor difusión y apreciación de la cultura

⁴ Localización significa llevar a cabo actividades de producción y gestión orientadas a la demanda del mercado del país de destino, realizar la planificación, producción y encuadernación de los productos de acuerdo con los hábitos de los lectores del país de destino y entrar en sus canales principales de distribución.

china en Argentina y ampliar aún más la escala y la efectividad de la publicación de libros chinos en dicho país, se presentan las siguientes propuestas:

Primero, se debe impulsar de manera destacada la traducción y promoción en Argentina de libros chinos de literatura y arte, así como de libros de ciencias sociales. Actualmente, los libros chinos de literatura y arte ocupan una posición predominante en la importación de libros en Argentina. Por lo tanto, la industria editorial china puede promover aún más la traducción y promoción de destacadas obras literarias y artísticas chinas en el país, permitiendo que más títulos de la cultura tradicional china se den a conocer. Además, con la continua profundización de la cooperación integral y multisectorial entre ambos países, la demanda de libros de ciencias sociales chinos en áreas como la economía, cultura, educación, medicina, y tecnología industrial está aumentando. Por lo tanto, los libros con dichas temáticas pueden ser identificados como un enfoque prioritario para futuras colaboraciones editoriales.

Segundo, las editoriales chinas con capacidad suficiente, deben establecer relaciones directas de cooperación con las numerosas editoriales argentinas y ambos países deben trabajar juntos para cultivar talentos de traducción de alta calidad, prestando atención a la traducción conjunta de China y del extranjero. Frente a la intensa competencia entre las editoriales y libreros argentinos, las editoriales chinas pueden establecer empresas conjuntas con editoriales conocidas y las universidades de ambos países también pueden colaborar en la publicación de obras académicas a través de la creación de plataformas académicas conjuntas, lo que también ayudará a romper las barreras culturales, mejorar el uso de recursos de traducción y controlar mejor el contenido y la calidad de las traducciones. La calidad de la traducción de libros afectará la apreciación y evaluación del contenido de los libros chinos por parte de los lectores argentinos, por lo que la formación de talentos en traducción de chino a español es especialmente crucial. Las universidades de ambos países pueden fortalecer la capacitación de profesorado y la formación de talentos en traducción, mejorar y innovar los canales de distribución, temáticas, contenidos y el diseño de encuadernación de los libros existentes, lo que reducirá efectivamente los obstáculos e inconvenientes en la colaboración editorial entre ambos países y expandirá la variedad y escala de la publicación de libros de temática china en Argentina.

Tercero, China debe acelerar la exportación de derechos de autor de publicaciones electrónicas a países latinoamericanos como Argentina, para compensar las deficiencias actuales en la publicación de libros en formato impreso. En los últimos años, el rápido auge de la publicación en línea en Argentina está transformando el panorama tradicionalmente dominado por la industria editorial. La industria editorial china puede adaptarse a la nueva era de la economía digital acelerando la exportación de derechos de autor de publicaciones electrónicas a países latinoamericanos, elevando así el nivel de comercio de libros entre China y y dichos países, incluida Argentina.

Cuarto, ambas partes pueden organizar más eventos culturales y de promoción a gran escala para impulsar el desarrollo del comercio cultural sino-latinoamericano, incluido el de libros. A través de eventos como la Feria Internacional de Comercio de Servicios de China, grandes ferias internacionales del libro, y eventos anuales de intercambio cultural entre China y otros países, el pueblo chino y los latinoamericanos han podido comprender mejor las similitudes y diferencias culturales entre ambas partes, logrando un entendimiento más profundo y objetivo sobre la cultura del otro y reduciendo los "descuentos culturales" en el comercio cultural. Además, la celebración activa de estos eventos podría profundizar aún más la cooperación entre China y América Latina en áreas como el comercio, la industria y las inversiones culturales, contribuyendo así al desarrollo de una comunidad de destino común entre China y América Latina.

Bibliografía

- (Cao, 2022) Cao, X. Z., Zhang, S. Y. y Wang, L. (2022). La traducción e influencia de libros de temas filosóficos chinos en el círculo cultural hispanohablante (1900-2021). *Comunicación Exterior*, (11), 088-094.
- (Chen, 2019) Chen, Y. T. (2019). Retrospectiva y perspectiva de las relaciones China-LATAM: de insignificantes a indispensables. *Estudios sobre América Latina*, 41(06): 22-34+154-155.
- (China.org.cn, 2023) China.org.cn. (2023). La Editorial Zhaohua colabora con la Editorial Luxemburgo de Argentina para lanzar sus últimas producciones, Available online: http://cul.china.com.cn/2023-09/12/content_42517596.htm
- (Creutzfeldt, 2014) Creutzfeldt, B. (2014). China en América Latina: seguimiento de la evolución. *Revista CS*, (14), 21-46.
- (Gao y Song, 2023) Gao, B. y Song, X. (2023). La traducción de libros temáticos chinos en países de lengua árabe: Entrevista con el sinólogo egipcio Ahmed Said. *Traducción de China*, (1), 128-133.
- (Chen y He, 2020) Chen, Y. Y y He, M. X. (2020). Cooperación en mercados de terceros: un estudio sobre el modelo de traducción y de publicación de libros chinos en el mundo de habla hispana. *Investigación sobre la publicación y distribución*, 74-79.

- (He, 2021) He, M. X. (2021). Evolución histórica de la red de distribución de libros y revistas chinos en América Latina. *Investigación sobre la historia editorial china*, (02): 32-51
- (Liu, 2020) Liu, Z. (2020). Análisis de la publicación y difusión de libros con temas chinos en el extranjero. *Comunicación de Ciencia y Tecnología*, 12 (22): 38-40.
- (Peng 2024) Peng, M. (2024). Qué libros chinos leen los lectores extranjeros. *Global Times*, (013).
- (Song y Han, 2017) S, X. L. y Han, Z. Y. (2017). La evolución, actividades y efectos de la diplomacia pública china hacia LATAM. *Estudios sobre América Latina*, 39(03): 123-139+157-158.
- (Su, 2021) Su, Y. (2021). Características y exploración del desarrollo de la industria editorial de libros contemporáneos en Argentina [Tesis de Universidad de Lenguas Extranjeras de Beijing].
- (Sun y Yan, 2024) Sun, J. y Yan, X. (2024). Estudio sobre las estrategias para la expansión global de libros temáticos chinos. *Nueva Observación*, (1), 41-47.
- (Sun, 2018) Sun, Z. (2018). Una exploración constructiva para la reforma de la oferta de libros temáticos chinos en Japón: Basada en la investigación de la Alianza Editorial de Libros Temáticos Chinos. *Comunicación Exterior*, (9), 28-29.
- (Tian y Muñoz, 2024) Tian, M. y Muñoz Cabrera, R. (2024). El Tao en el mundo hispánico: la traducción de libros taoístas chinos. *México y la Cuenca del Pacífico*, (37), 97-116.
- (Wang, 2021) Wng, J. (2021). *Comercio internacional de cultura (segunda edición)*. Editorial de la Universidad Tsinghua, 173.
- (Wu, 2008) Wu, G. P. (2008). Cooperación económica y comercial China-LATAM: lograr una interacción positiva en el crecimiento económico. *Estudios sobre América Latina*, (03): 3-11+79.
- (Wu, 2023) Wu, T. (2023). Estudio sobre la traducción al español de poesía china bajo estrategias de adaptación y alienación. *Lingüística Moderna*, 11(4): 1603-1608.
- (Xi, 2014) Xi, J. P. (2014). El presidente Xi Jinping pronunció un discurso en la sede de la UNESCO.
- (Xu y Wu 2022) Xu, X. L. y Wu, C. L. (2022). Canal Internacional. Comunicación: La mayoría de los argentinos creen que deberían aprender de la experiencia en desarrollo económico y social de China. People's Daily Online. Available online: <http://world.people.com.cn/n1/2022/0217/c1002-32354346.html>
- (Ye y Zhao 2015) Ye, S. S. y Zhao, Y. Y. (2015). Huanqiu.com. Comunicación: Por qué Argentina es conocida como la "nación de la lectura". Available online: <https://world.huanqiu.com/article/9CaKrnJKI5C>
- (Yu, 2019) Yu, Y. (2019). La difusión de libros temáticos chinos en el mundo anglosajón. *Referencia de Publicación*, (9), 8-10.
- (Yu, 2022) Yu, Y. Q. (2022). *Investigación sobre la proyección internacional de la gobernanza en la nueva era*. Zhaohua Publishing House: Serie de Investigación sobre Teoría y Práctica de la Comunicación Internacional en la Nueva Era.
- (Zhang, 2011) Zhang, L. C. (2011). Panorama de la industria editorial de libros en Argentina. *Referencia de publicación*, (07): 42-43.
- (Zhang, 2020) Zhang, X. (2020). Investigación sobre la publicación y la influencia de libros temáticos chinos en Alemania. *Publicación de China*, (3), 62-69.
- (Zhu, 2010) Zhu, Y. (2010). La Administración Estatal de Publicaciones y Editoriales de China firma acuerdos de cooperación con varias editoriales argentinas. *Diario de Publicaciones y Noticias de China*.

Artículo [ES]

Estudio sobre las características y el desarrollo del emprendimiento y el empleo de la comunidad china en Chile

Study on the characteristics and development of entrepreneurship and employment of the Chinese community in Chile

Chongyun Shan

Doctorando de la Escuela de Política y Economía Internacional
Universidad de la Academia China de Ciencias Sociales, Beijing, China
Email: 1148160331@qq.com; ORCID: 0009-0000-5636-4899

[ES] Resumen: Los chinos de ultramar constituyen un fenómeno de migración transnacional, y los empleos y emprendimiento son la base para que los chinos de ultramar se adapten a la vida del país donde viven. Como estudiante de intercambio, el autor cursó sus estudios en Santiago de Chile durante 2018-2019, adentrándose en la comunidad de los chinos de ultramar, recolectando información y documentación al respecto, con el propósito de revelar el desarrollo y fortalecimiento de los empleos y emprendimiento de la diáspora china en dicho país, bajo el marco de la reforma y apertura de China y el rápido desenvolvimiento de las relaciones sino-chilenas. La tesis describe en forma sintetizada el fondo de la conformación y desarrollo de la comunidad de los chinos de ultramar en Chile y analiza con énfasis la situación, estructura, características y motivos del desarrollo de sus empleos y emprendimiento, así como oportunidades y desafíos, junto con propuestas al respecto.

Palabras clave: Chile, emigración internacional, emprendimiento y empleo, comunidad china

[EN] Abstract: Overseas Chinese constitute a phenomenon of transnational migration, and employment and entrepreneurship are the basis for overseas Chinese to adapt to life in the country where they live. As an exchange student, the author studied in Santiago de Chile from 2018 to 2019 and went deep into the community of overseas Chinese and collected information and documents on it. The purpose is to reveal the development and strengthening of the employment and entrepreneurship of the Chinese diaspora in this country under the framework of China's reform and opening up and the rapid development of Sino-Chilean relations. This thesis describes in a synthetic way the background of the formation and development of the community of overseas Chinese in Chile and analyzes with emphasis the situation, structure, characteristics and motives of the development of their employment and entrepreneurship, as well as opportunities and challenges, together with proposals regarding them.

Keywords: Chile, international migration, entrepreneurship and employment, Chinese community

Cita: Chongyun, S. (2024). Estudio sobre las características y el desarrollo del emprendimiento y el empleo de la comunidad china en Chile. *Ibero-América Studies*, 7(1), 86-95.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.09>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: febrero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2023 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

En la actualidad, con el auge de las relaciones entre China y América Latina, se ha fortalecido la confianza política mutua, se han profundizado los intercambios económicos y comerciales y se han ampliado las áreas de cooperación. La intensificación de las relaciones entre China y América Latina ha impulsado las actividades económicas más dinámicas de los chinos en esta región, y Chile, como una importante economía de América Latina y un importante socio comercial de China en la región, no es una excepción para la comunidad china local. En la investigación, muchos de los entrevistados describieron la cantidad de la diáspora china en Chile como 30 mil personas, que es relativamente limitado. El autor descubrió a través de una investigación de campo que, en el contexto del rápido desarrollo de las relaciones entre China y América Latina y entre China y Chile, mostraron muchas características dignas de atención en su comportamiento de empleo y emprendimiento. Este artículo se basará en la investigación de campo del autor para responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las estructuras y características de empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile? ¿Cuáles son las razones del desarrollo de empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile? ¿Cuáles son los desafíos para empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile? Sobre la base de trabajo de campo, este artículo examina los empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile, y encuentra que los chinos de ultramar en Chile se dedican principalmente a la restauración y el comercio, manteniendo una ocupación relativamente estable y una estructura industrial, y la movilidad profesional, con una limitada movilidad profesional intergeneracional. Esto refleja la preferencia de los inmigrantes chinos por sus opciones profesionales con un acceso conveniente y bajo riesgo, y también es una opción para adaptarse a la vida en el extranjero lo antes posible. El proceso y el mecanismo de los chinos de ultramar en Chile que eligen los empleos y emprendimiento para adaptarse a la vida se reflejan principalmente en la dependencia del camino, en el aprovechamiento de sus fortalezas, en la consideración de las ganancias y los riesgos para conseguir afianzarse en la sociedad chilena. Al mismo tiempo, la estructura ocupacional relativamente única de la diáspora china en Chile y la limitada movilidad ocupacional intergeneracional también afectan su propio desarrollo. Con este fin, la diáspora china en Chile no solo debe adaptarse constantemente al entorno empresarial, fortalecer la autodisciplina de la industria, establecer la imagen de gestión respetuosa de la ley y construir una marca de gestión de calidad, sino que también debe prestar atención a la mejora del capital humano y la calidad general, a fin de integrarse continuamente en la sociedad general de Chile, salvaguardar los derechos e intereses legítimos de los chinos de ultramar en Chile y contribuir a la prosperidad y el desarrollo de Chile en un espacio más amplio.

2. Revisión de la literatura y la visión general de la diáspora china en Chile

La palabra diáspora, de origen griego, evoca múltiples conceptos, entre ellos la migración de grandes grupos, generalmente perseguidos u obligados por diversos motivos, de un país de origen a varios países de recepción. En ese sentido, una diáspora es un caso extremo de migración de poblaciones o grupos extensos de personas, generalmente por eventos determinados en el tiempo, o por situaciones que se extienden por largos periodos de tiempo. (Organización Internacional para las Migraciones, 2020) Entendemos que puede hablarse de diáspora china, ya que diferentes episodios como grandes persecuciones, el comercio humano denominado “coolies” o la fragmentación de su patria, forzaron a millones a establecerse en diferentes rincones del planeta, llegando hoy en día a sumar probablemente más de 50 millones de personas. (Portes y Armony, 2016)

En la actualidad, la investigación sobre la diáspora china se centra principalmente en América del Norte, Europa, Asia Oriental y el Sudeste Asiático, mientras que hay pocos estudios sobre América Latina, especialmente de Chile. La diáspora china también llegó a América Latina, aunque de manera menos evidente, en gran medida debido a la búsqueda de oportunidades de vida en la región y para trabajar en determinados proyectos, como por ejemplo la construcción de ferrocarriles, el reemplazo de los esclavos africanos tras la abolición de la esclavitud pues se necesitaba mano de obra sumisa y resistente a las adversidades. (Eng, 2013) El profesor Li Qirong se centró en el empleo y el espíritu empresarial de la diáspora china en África, principalmente en el comercio mayorista y minorista, la industria de la restauración, la industria médica y de la salud, la industria de procesamiento, la fabricación, el desarrollo inmobiliario y otras industrias, discutió la transformación de la nueva generación de empresarios chinos al modelo comercial y el progreso realizado en la diversificación y la localización. (Li, 2013) En los estudios académicos sobre los empleos y emprendimiento de inmigrantes internacionales, la mayoría de los investigadores se centran en las motivaciones, obstáculos y modelos de empleo y negocios de primera generación de inmigrantes, mientras que pocos consideran el caso de nuevos inmigrantes. Por tal motivo, vale la pena analizar los comentarios de los académicos.

La mayoría de los estudios existentes sobre los chinos de ultramar en Chile se centran en la historia de la situación de la diáspora china en Chile, con descripciones históricas ocasionales de las condiciones ocupacionales. (Diego Chou Lin, 2004) El investigador Mo Guangmu señala que después de la derrota del Ejército de Taiping, una gran cantidad de personas se convirtieron en cautivas del gobierno Qing y fueron vendidas al Perú y Chile como mano de obra y culíes. (Mo, 2018) Entre 1881 y 1883, cientos de chinos se trasladaron desde Perú a Chile para trabajar y su estatus cambió de culíes a trabajo por contrato ordinario. En términos generales, el número total de los chinos de ultramar en este período no era demasiado. Según las estadísticas del censo de 1885 de Chile: solo había 122 chinos de ultramar en Chile para 1875, número que aumentó a 1,164 en el año 1885.¹ Desde la reforma y apertura económica de China en 1978, el pueblo chino se ha emancipado mentalmente de forma continua, por lo tanto, cada vez más chinos han salido del país. La mayoría de ellos se han hecho emigrantes para reunirse con sus familiares que ya se habían arraigado como inmigrantes en el extranjero. Al mismo tiempo, la nueva ley de inmigración de Chile favoreció la llegada de los chinos de ultramar para Chile. Solo en 1979 y 1980, cientos de chinos de ultramar llegaron hasta Santiago, la capital de Chile. A principios de la década de 1990, había más de 1,000 chinos en Santiago, la mayoría de ellos eran de Guangdong. Fueron a Chile como inmigrantes familiares y se dedicaron preferentemente a la restauración. (Zhang, 2019) La nueva ola de migración llegó a Chile desde Europa a partir de la primera década de este siglo, principalmente evitando la crisis económica de España o desde Serbia y Medio Oriente en menor medida. (Moraga, 2018) Enfrentados a un duro golpe económico, algunos de ellos han comenzado a abandonar modelos tradicionales de producción de baja eficiencia y métodos de gestión primitivos, fundamentalmente en la industria manufacturera para comenzar la transformación económica. Según las estadísticas de la Asociación Chilena de China, las provincias como Guangdong, Zhejiang, Jiangsu y Fujian constituyen la principal procedencia de chinos de ultramar en Chile desde 2008. (He y Zhang, 2020)

El rápido desarrollo de las relaciones bilaterales entre los dos países ha proporcionado condiciones favorables para el desarrollo de los chinos de ultramar en Chile. Sin embargo, debido a la distancia cultural y geográfica, la investigación sobre la comunidad china en Chile ha sido relativamente limitada, especialmente sobre su situación de empleo y emprendimiento. Por todo esto, queda mucho espacio para mejorar y profundizar este tema.

3. Estructura y características de empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile

Las industrias a las que se dedican la diáspora china en Chile se concentran en la industria de la restauración y la industria del comercio, algunos chinos de ultramar también se dedican a la educación, principalmente a la enseñanza de idiomas, el turismo y otras industrias. En la presente investigación se encontró que muchos de los entrevistados describieron la cantidad de la diáspora china en Chile como 30 mil personas, lo cual es un número aproximado y no tiene una base exacta. Entre ellos, aquellos provenientes de Guangdong, Fujian, Zhejiang y Jiangsu constituían la mayoría absoluta. Las industrias a las que la diáspora china se dedica en Chile tienen una dependencia del camino, es decir, la industria de restauración y el comercio son las principales profesiones, más de la mitad trabajan en la industria de restauración y más de un cuarto trabajan en el comercio, mientras que la diáspora china que trabaja en la educación y la industria turística es relativamente poca, ambas juntas sólo representan alrededor del 10%.

3.1 Desarrollo de la industria de restauración

En Chile, los chinos de ultramar consideran cómo sobrevivir en primer lugar, después procuran un mayor desarrollo en trabajos que faciliten las posibilidades de contrato y así ganar un punto de apoyo donde puedan comenzar. “Abrir un pequeño restaurante, no morir de hambre y mantener a la familia”, esta frase refleja que los chinos de ultramar administran un restaurante no solo para mantener la vida de toda la familia, sino también para obtener otros beneficios. En términos generales, los restaurantes administrados por la familia básicamente ya pueden resolver la presión del empleo, alimentos y vestimenta de toda la familia. Al mismo tiempo, la familia abre un restaurante entre sus miembros, lo que reduce el coste de contratar empleados y asegura ganancias. En general, los ingresos por cocinar comida china en Chile son bastante satisfactorios.

La industria de la restauración es el pilar de los chinos de ultramar en Chile. Las entrevistas realizadas por el autor revelan que aproximadamente el 50% de ellos se dedican a la restauración. Actualmente, Chile cuenta con más de 3,000 restaurantes chinos de diferentes dimensiones, con más de 1,000 en la capital. Cuando los inmigrantes chinos llegaron por primera vez buscando trabajo, la industria de la restauración, con un bajo costo y un número relativamente pequeño de empleados, se convirtió en la primera opción. Esta característica ocupacional es particularmente evidente en los

¹ Sexto Censo General de la Población de Chile: levantado el 26 de noviembre de 1885 y compilado por la Oficina Central de Estadística en Santiago. Valparaíso: 1889.

“antiguos chinos de ultramar”, que en su mayoría eligieron fundar restaurantes cuando vinieron a Chile. Los primeros inmigrantes cantoneses tomaron la delantera en la restauración. Antes de la década de los años 90 del siglo pasado, la mayoría de los chinos que se dedicaban a la industria alimentaria en Chile eran cantoneses, y actualmente casi el 70% que abren restaurantes siguen siendo cantoneses. Mientras que se alcanzan más logros en el desarrollo, se extienden los restaurantes chinos por todo el país. En comparación con la comida chilena, la comida china es rica en platos y meticulosa por lo que es bien acogida por chinos y chilenos.

En la industria de la restauración, el camino de emprendimiento del negocio es el siguiente: tiendas de comida para llevar, tiendas callejeras y restaurantes individuales, lo que representa el desarrollo de los operadores de restaurantes en diferentes etapas. La ruta de desarrollo de participación en la industria de la restauración se puede resumir en los siguientes pasos.

El primer paso es el restaurante a tiempo parcial. Cuando los chinos, especialmente los jóvenes llegan a Chile, generalmente trabajan en restaurantes como cajeros para limpiar y aprender a cocinar. En esta etapa, el empleo de los recién llegados es introducido por parientes o paisanos, y algunos de ellos trabajan directamente en las tiendas de sus conocidos. Según los dueños de restaurantes, durante la etapa de trabajo en restaurantes, los ingresos son muy limitados, equivalen a un ingreso mensual de 6,000 yuanes, lo cual no es una ventaja en comparación con el trabajo en el país de origen. Por lo tanto, algunos nuevos inmigrantes que trabajaban en restaurantes eligen regresar a China.

El segundo paso es acumular capital para fundar una pequeña tienda de comida para llevar. Esta etapa es la forma inicial de los restaurantes. Por lo general, abren tiendas por familiares, cuyos clientes son residentes de las comunidades cercanas. Los dueños de restaurantes tienen mucha presión comercial soliendo describir el trabajo diario como “trabajar de sol a sol”, debido a lo difícil que es emprender un negocio por esta vía.

El tercer paso es alquilar una pequeña tienda callejera. Con la acumulación de recursos conseguidos en la tienda de comida para llevar, los chinos alquilan una tienda un poco más grande por su propia cuenta o en asociación con otros. Los restaurantes en esta etapa son relativamente pequeños y operan con menos de 20 mesas. Las tiendas callejeras rara vez contratan personas, generalmente usan familiares o parientes como mano de obra, lo que equivale a reducir los costos para aumentar ganancias. Además, alquilar una tienda también incluye arrendar todo el restaurante, una gran parte de las ganancias se utiliza para pagar el alquiler enfrentando altos riesgos operativos.

El cuarto paso es contratar mano de obra para operar. En términos de operaciones específicas, los trabajos como la caja registradora y la contabilidad son delegados a sus seres queridos o empleados chinos de confianza, mientras que emplean a cocineros y camareros latinoamericanos. En la práctica, los propietarios de restaurantes consideran que los latinoamericanos son más difíciles de administrar, en general, los empleados chinos pueden soportar dificultades y resistir el trabajo duro. Por ejemplo, muchos empleados latinoamericanos no son disciplinados, a menudo, piden permiso para ausentarse por cualquier razón. Chile es un país con el sistema legal más completo en América Latina, nominalmente los que abandonan sus responsabilidades en los restaurantes, son aleccionados por los propietarios, quienes pueden reducir sus salarios según lo estipulado en el contrato. De hecho, pocos dueños de restaurantes chinos lo hacen porque no es fácil capacitar a un empleado latinoamericano calificado. En general, los propietarios de restaurantes chinos que han alcanzado esta etapa de desarrollo ya son exitosos en la industria de la restauración.

En cuanto a ganancias se refiere, con base en las entrevistas aplicadas por el autor, el restaurante para llevar, de estilo familiar, muestra un promedio de 20,000 a 30,000 yuanes por mes, por otra parte, los restaurantes más grandes con mejor administración pueden obtener ingresos mensuales de 400,000 a 500,000 yuanes. Precisamente como la industria de los restaurantes es rentable, han surgido más restaurantes chinos, lo que ha causado saturación en cierta medida.

3.2 Desarrollo de la industria comercial

Gracias a la influencia de los puentes y lazos de los chinos de ultramar, los comercios sino-chilenos muestran un fuerte crecimiento. Según la investigación, los chinos de Fujian, Zhejiang y Jiangsu se dedican principalmente al comercio, lo que representa aproximadamente el 25% del total de los chinos de ultramar. A principios de la década de los años 80 del siglo pasado, debido a los engorrosos procedimientos de importación y la falta de conocimiento del mercado local, la escala del comercio exterior era limitada. Con la profundización de la reforma y apertura económica de China y la expansión de la industria alimentaria, la demanda de productos y alimentos chinos está aumentando a medida que los empresarios de Jiangsu y Zhejiang llegan a Chile, trayendo una gran cantidad de productos y enriqueciendo el mercado de productos de Chile. A fines de la década de los años 90, la región circundante de la Estación Central se convirtió en un lugar donde se concentraba el comercio mayorista de productos básicos. Después del año 2000, varios centros

comerciales de productos básicos se construyeron en el centro de Santiago. Algunos nuevos inmigrantes trasladaron dinero para invertir, principalmente de Jiangsu y Zhejiang, la mayoría de los cuales se encuentran en la pequeña área de venta al por mayor de productos básicos de la Estación Central. La procedencia de los nuevos inmigrantes no fue en su totalidad directamente de China a Chile, algunos de ellos llegaron desde Europa, dado que el desarrollo económico de Europa no ha sido satisfactorio desde la crisis financiera, muchos chinos de ultramar en Italia, España, Francia y otros países llegaron hasta aquí.

La industria del comercio abarca una amplia gama: desde ropa, comida, alojamiento, hasta ferreterías, todo puede incluirse en el comercio. En términos generales, los chinos de ultramar de Fujian se dedican a tiendas de comestibles y supermercados, los de Zhejiang se dedican a los grandes almacenes de productos básicos, y los de Jiangsu se dedican al comercio de importación y exportación. El sistema industrial de Chile es subdesarrollado y deben importarse muchas cosas, tales como la ropa, el hardware y las bombillas. Los productos de China tienen un precio bajo y son de buena calidad, expandiendo constantemente así su participación en el mercado. Actualmente, los chinos de ultramar operan el comercio de dos maneras principales: el comercio de importación y exportación de las empresas de comercio exterior y las operaciones de tiendas físicas.

3.2.1 Empresas de comercio de importación y exportación

Los chinos de ultramar han establecido una serie de empresas de comercio exterior. Las principales exportaciones de Chile a China son frutas, vino y productos agrícolas. Entre las exportaciones de frutas, las cerezas y los aguacates son bien conocidos. Las frutas como las cerezas generalmente se envían por vía aérea y llegan a China en dos o tres días. La otra especialidad es el vino, que se envía por vía marítima casi en un mes, la calidad del vino chileno es muy alta, con estrictos estándares de producción. Los productos exportados desde China a Chile son productos de consumo, como hardware, materiales de construcción, telas, ropa, artículos para el hogar y condimentos para alimentos, por lo tanto, los productos chinos son indispensables en la vida cotidiana de los chilenos (Chen, 2020).

La participación en el comercio de importación y exportación tiene mayores requisitos sobre la cantidad de fondos. Primero, se requiere una considerable inversión, por lo que a menudo es operado por múltiples empresarios chinos. En segundo lugar, hay un período cíclico de rotación de capital para participar en el comercio, que es muy diferente del flujo de efectivo en la industria de la restauración. En tercer lugar, el riesgo de operar con grandes sumas de capital es alto. Cuando los trabajadores portuarios de Chile se declaran en huelga, las frutas se pudren con el tiempo. Por lo tanto, el comercio exitoso tiene ganancias considerables, pero también se expone a grandes riesgos operativos.

3.2.2 Operación de tiendas físicas

En comparación con las empresas del comercio exterior, las tiendas físicas son negocios mayoristas y minoristas. Alrededor de la Estación Central, hay una gran cantidad de tiendas físicas, la mayoría de las tiendas se especializan en ventas al por mayor. A excepción de algunos días festivos, como el Día Nacional de Chile y las vacaciones de la Navidad, las tiendas operan de 10 a.m. a 8 p.m.

En cuanto a los tipos de operaciones de las tiendas, se dividen en las siguientes categorías. Una es de vestimenta. La ropa que se vende en el mercado chileno es hecha en China en grandes cantidades, hay todo tipo de ropa, zapatos y sombreros, los precios también se dividen en varios grados. La segunda es el hardware, que incluye lámparas, plomería y electrodomésticos de baño. La tercera es la mercancía de necesidades diarias, que incluye decoraciones navideñas y artículos de uso diario como lavabos y vajillas. La cuarta, son productos electrónicos, incluidos teléfonos domésticos, grabadoras y equipos electrónicos pequeños.

3.3 Desarrollo de otras industrias

La industria de la educación a la que se hace referencia es principalmente de carácter comercial, es decir, con fines lucrativos. En la industria de la educación, el Centro Cultural Chino en Santiago, es una institución educativa privada para la capacitación en idiomas, incluyendo la enseñanza del chino como lengua extranjera para los chilenos y la enseñanza del español a los chinos, especialmente chinos dedicados al comercio cerca de la Estación Central. A medida que se profundizan los intercambios entre las dos naciones, cada vez más chilenos están interesados en aprender chino.

La industria turística de los chinos de ultramar en Chile es un mercado laboral recién desarrollado, las agencias de viajes se concentran en Santiago. Chile colinda con el Océano Pacífico en el oeste y con las estribaciones occidentales de las montañas de los Andes en el este. No solo cuenta con vistas al océano, sino también nieve y paisajes desérticos. Al mismo tiempo, Chile es un importante punto de tránsito para el turismo antártico. El desarrollo del mercado turístico de

Chile es inseparable de los estrechos intercambios económicos y comerciales entre los dos países, también está relacionado con el rápido y sostenido crecimiento de la economía china (Liu y Zhang, 2020).

El mercado de ocupación turística para los chinos de ultramar incluye dos partes. La primera parte son servicios turísticos, que son principalmente visitas guiadas, traducción, recepción, arreglos de transporte, reserva de boletos aéreos, alojamiento en hoteles y otros servicios proporcionados por agencias de viajes. La segunda parte es la venta de productos turísticos, como la venta de recuerdos turísticos como la especialidad de Chile. Actualmente, los chinos de ultramar operan pequeñas agencias de viajes y se dedican a guías turísticos, traducciones y otras profesiones. La profesión de guía y traducción se ha popularizado con la expansión del negocio turístico entre ambos países. No solo están conectados culturalmente, sino que también tienen capacidades de comunicación bilingüe en chino y español. Con el rápido desarrollo del mercado turístico de Chile, la demanda actual de talentos bilingües en la industria del turismo es fuerte.

Finalmente, las características de empleos y emprendimiento de los chinos de ultramar reflejan las características nacionales chinas y tradiciones culturales. Por ejemplo, en la industria médica y sanitaria, los chinos de ultramar se dedican a la medicina tradicional china, el Tai Ji y otros contenidos que están estrechamente relacionados con la cultura china. En la industria de la educación, también han enfatizado la enseñanza y la capacitación de la cultura china. Así vemos que las industrias en las que los chinos de ultramar están involucrados en Chile están relacionadas con sus propios recursos culturales nacionales. El uso racional de estos recursos es propicio para fortalecer puntos fuertes y subsanar debilidades, así como establecer un punto de apoyo en el nuevo entorno.

En resumen, la diáspora china en Chile se concentra principalmente en la industria de la restauración y la industria del comercio, y también se dedica a la educación, el turismo y otras industrias, reflejando que la situación actual de emprendimiento y empleo de la comunidad china en Chile es activa y positiva. Sin embargo, no se puede ignorar que, debido a las diferencias en los sistemas, las políticas, la cultura, la geografía y otros aspectos, los chinos de ultramar en Chile también enfrentan muchas dificultades y desafíos.

4. Razones del desarrollo de empleos y emprendimiento de la diáspora china en Chile

4.1 Trasfondo de la apertura económica de China

La nueva revolución tecnológica de los años 70 del siglo pasado impulsó la economía mundial hacia adelante a un ritmo rápido. Sin embargo, existió una gran brecha entre la fortaleza económica y tecnología de China y el nivel internacional avanzado, así como China enfrentó una tremenda presión de competencia internacional. En este contexto histórico, el gobierno chino ha presentado una política estratégica de apertura económica, por lo tanto, cada vez más chinos emigran a escala mundial. Con el fin de comprender el desarrollo de los países desarrollados y aprender tecnología avanzada, algunos chinos trabajan en Chile y obtienen una mayor remuneración laboral. Después de su fortaleza económica, invierten y desarrollan su propio comercio como emprendedores, pasando de trabajadores a dueños de negocios. (Zhang, 2023) La reforma y la apertura han ampliado el horizonte emprendedor de los chinos de ultramar, también han promovido intercambios económicos entre los dos países.

4.2 Desarrollo económico, comercial y cultural de Chile

Los dirigentes chilenos prestan mucha atención a la influencia de China en los asuntos internacionales y enfocan la cooperación sino-chilena en la economía y la sociedad de Chile. Según Aduanas de China, en el primer semestre de 2023, el comercio bilateral de China con Chile alcanzó los 33.380 millones de dólares. Las principales exportaciones incluyen cobre, litio y otros minerales y productos, zanahorias, carne de cerdo y vino.² La cooperación económica y comercial entre ambos países se está estrechando. Por otra parte, desde la firma y aplicación del Tratado de Libre Comercio en 2005, el comercio entre las dos naciones ha logrado un desarrollo diversificado. El 1 de marzo de 2019, se implementó formalmente el Protocolo del Gobierno de la República Popular China y el Gobierno de la República de Chile sobre la modificación del Acuerdo de Libre Comercio y el Acuerdo Complementario sobre el Acuerdo de Libre Comercio sobre Comercio de Servicios, en lo sucesivo denominado "Protocolo". Después de la implementación del protocolo, el total de productos con arancel cero de China y Chile se incrementó al 98%, y Chile eliminó de inmediato los aranceles sobre 24

²Véase: General Administration of Customs of the People's Republic of China. <http://stats.customs.gov.cn/>

productos exportados por China. Por ejemplo, los productos como textiles, ropa, electrodomésticos y sacarosa exportados desde China se han reducido del 6% a cero aranceles (Zhang, 2023).

El 22 de julio de 2019, el Embajador Xu Bu se reunió con Valenzuela, presidente de la Asociación de Productores de Frutas de Chile, para intercambiar puntos de vista sobre la cooperación comercial de frutas. El embajador Xu dijo que Chile se ha convertido en la mayor fuente de importación de frutas de China. En el primer trimestre de ese año, las exportaciones de frutas desde Chile hasta China fueron de 992 millones de dólares, un aumento del 4,5% interanual. Las frutas chilenas como cerezas y arándanos se han transformado en un símbolo para que los chinos conozcan Chile. La Asociación de Productores de Frutas de Chile ha realizado importantes contribuciones en la promoción de las exportaciones de frutas chilenas a China. El país está dispuesto a trabajar con Chile para impulsar aún más la exportación de más frutas de alta calidad en el mercado chino. Se analiza que la política comercial del gobierno chino hacia Chile ha facilitado el desarrollo económico y comercial de los chinos de ultramar en Chile (He, 2020).

En la era de la rápida globalización económica, la cultura se ha convertido gradualmente en un factor activo en el campo del comercio internacional y es competente en los negocios internacionales. Las reglas y las características culturales de todas las nacionalidades del mundo son de vital importancia. Cuando los chinos de ultramar se ponen en contacto con clientes sudamericanos, a menudo descubren que están convencidos por los buenos productos y no necesitan un embalaje excesivo. En el comercio internacional, la distancia no es solo geográfica, sino de diversidad cultural. Cuando los chinos construyan puentes para el intercambio comercial entre ambos países, e incluso entre China y América Latina, deben comprometerse con el desarrollo común de la cultura comercial, impulsar el comercio con la cultura, al mismo tiempo, promoverla junto con el comercio. Comprender la cultura local es una ventaja clave cuando los chinos no conocen la situación del mercado chileno. En realidad, el comercio debería basarse en la cultura, mejorar la interoperabilidad de las culturas bilaterales, comprender las perspectivas de las dos partes, profundizar las diversidades culturales, ayudar a las empresas bilaterales a comunicarse de manera efectiva, y en última instancia, garantizar la implementación de la reducción de impuestos y tarifas.

4.3 La política de inmigración de Chile

En 1973, Salvador Allende fue derrocado en un golpe militar del general Augusto Pinochet. Desde que se implementó la reestructuración económica de Pinochet en los años 70 del siglo pasado, Chile comenzó la liberalización del capital y relajó las limitaciones económicas del país, lo que atrajo una gran cantidad de inversión extranjera, tales como la española y otras (Fang, 2019). La privatización es la columna vertebral de este modelo. La Constitución Chilena estipula que la infraestructura, como la energía hidroeléctrica, se ha convertido en empresas privadas, también se han implementado reformas privadas más profundas en la medicina y la educación. Desde 1973, el PIB de Chile se ha desarrollado rápidamente, y su nivel económico ha continuado elevándose, superando con creces el promedio latinoamericano, siendo conocido como el milagro de América del Sur.

Por otra parte, el gobierno de Chile ha formulado una política de inmigración relativamente liberal para atraer talentosos inversionistas emergentes en otros países, política caracterizada por un bajo umbral para la inmigración empresarial, ambiente libre y relajado para los empresarios, así que casi no hay restricciones de emprendedores. Al obtener una visa temporal en forma de empresa registrada en Chile, solo toma un año convertir la visa temporal en una visa permanente. Además, se puede conseguir nacionalidad chilena después de cinco años de mantener el estatus legal de residencia permanente, cuyo costo total es de 270.000 yuanes, lo que no es muy caro para los emprendedores en comparación con los países europeos. (Chen, 2018) Entre los países de América Latina, Chile se encuentra en los mejores indicadores, tales como la seguridad social, la condición de vivienda, el entorno empresarial, el nivel educativo, etc. Chile es sin duda el país más adecuado para la inversión de los chinos de ultramar en América Latina.

5. Desafíos para los empleos y el emprendimiento de la diáspora china en Chile

5.1 Desaceleración del crecimiento económico y frecuentes desastres naturales

Generalmente, el nivel de desarrollo de negocios de los chinos de ultramar sigue siendo relativamente estable. La competitividad de la economía chilena, el nivel de liberalización económica, el grado de apertura del mercado y la calificación crediticia internacional se encuentran entre los índices más altos de los países sudamericanos y se consideran

modelo para el desarrollo económico latinoamericano. Sin embargo, la estructura económica de Chile es monoprodutiva, su dependencia externa es alta y el problema de escasez de energía es prominente. Los chinos de ultramar no solo enfrentan nuevas tendencias y oportunidades, sino también nuevos retos y contradicciones. Algunas empresas que se desarrollaban en un buen ritmo, hoy afrontan la baja venta de sus productos y aumento de costes. En años recientes, el mayor problema que enfrentan ha sido la recesión económica de Chile, lo que ha generado adversidades para la supervivencia y el desarrollo. Después del año 2014, afectadas por la severa desaceleración del crecimiento económico de Chile, las industrias chilenas han experimentado una depresión sin precedentes desde 2009. Muchos empresarios chinos tienen la alternativa de mantener sus operaciones a regañadientes o provocar la evaporación invisible de los fondos debido a la continua depreciación de la moneda nacional. (Xu, 2014) Además, los inquilinos del centro comercial también enfrentan el problema de aumento de los alquileres. No obstante, en las encuestas sobre las intenciones de los chinos de ultramar, la mayoría de ellos expresaron que se quedarían en Chile para el desarrollo, y solo un pequeño número de entrevistados manifestaron su decisión de regresar a China, sin ignorar que más de un tercio de las personas tienen sus vacilaciones al respecto, lo cual muestra la sutil mentalidad de los chinos que se enfrentan al entorno económico de Chile. (Li y Chen, 2015) Si bien admiten que su desarrollo profesional es un poco difícil, piensan que permanecer en el desarrollo local sigue siendo una buena opción para ellos.

Además, aunque Chile cuenta con hermosos paisajes, es un país con frecuentes desastres, tales como inundaciones, terremotos e incendios, los cuales representan ciertas amenazas para los empresarios chinos. En 2010, Concepción, la segunda ciudad más grande de Chile, sufrió un gran terremoto que causó graves daños infraestructurales. La pérdida económica alcanzó los 30 mil millones, lo que representa aproximadamente el 17% del PIB de Chile. En marzo de 2015 se produjo un desastre por inundación en el norte de Chile. En septiembre del mismo año, se produjo un terremoto de magnitud 8.4 en el norte de Chile, afortunadamente, ningún chino murió o resultó herido, pero se produjeron ciertas pérdidas de propiedades.

5.2 Deterioro de la seguridad social

Aunado al deterioro del entorno económico, los empresarios chinos se han enfrentado a un entorno de seguridad en desmedro últimamente. Como resultado del deterioro del orden social de Chile, los robos contra chinos se han disparado. Por un lado, el número de personas robadas ha aumentado geométricamente, la ocurrencia frecuente de casos de robo y el aumento en la cantidad son inseparables de los hábitos comerciales de los empresarios chinos. Ellos están acostumbrados a llevar grandes cantidades de efectivo para evadir impuestos, lo que también brinda a los delincuentes una oportunidad. En julio de 2016, un comerciante chino dedicado a la importación por mayor en Santiago fue robado, perdió 150 millones de pesos en efectivo, 60 millones de pesos en cheques y su pasaporte. En noviembre del mismo año, el propietario chino del hotel Luo Baolin, fue asesinado a tiros por ladrones, lo que provocó que más de 2.000 chinos asistieran al palacio presidencial para presentar una petición al Ministerio del Interior y exigir un castigo severo para el asesino. (Mo, 2017) Durante los disturbios de 2019 en Chile, algunas tiendas o almacenes operados por los chinos de ultramar fueron saqueados o incluso incendiados, causando graves pérdidas materiales y dificultando el mantenimiento de los negocios. Además, los incidentes de robo y fraude dirigidos a empresarios chinos están surgiendo constantemente, lo que ha traído grandes pérdidas a los negocios de los empresarios chinos.

5.3 Influencia de la pandemia de Covid-19

Combatir la pandemia de Covid-19 ha sido una tarea importante para todos los países, ya que el coronavirus no conoce fronteras ni razas, poniendo en grave peligro la vida y la salud de la humanidad. Hasta mayo de 2020, con una población de 19 millones, Chile se posicionó como el tercer país de América Latina con más de 100 mil casos confirmados después de Brasil y Perú, con su sistema médico bajo una fuerte presión.

Según la investigación realizada por la Cámara de Comercio Nacional de Chile, la pandemia ha afectado gravemente a los empresarios chinos. El volumen de negocios de los empresarios chinos relacionados con el campo comercial es solo el 30%, y un tercio de las empresas investigadas se vieron obligadas a cerrar. Entre ellos, la industria de turismo fue la más afectada por la pandemia, por lo que el rendimiento de esta industria disminuyó en aproximadamente un 90%, encontrándose en un estado muy difícil. También se ha visto obligada a cerrar la industria de la restauración, que ha sucumbido ante las continuas pérdidas cada vez mayores, pese a que algunos restaurantes podían proporcionar servicios de comida para llevar a través de la solicitud, muchos empresarios chinos se mostraron reacios a correr el riesgo de infectarse por el coronavirus. Por otra parte, el Covid-19 también tuvo gran impacto en la exportación de frutas de los empresarios chinos. Debido a la reducción de mano de obra para la cosecha, logística, procesamiento y refrigeración, junto con la disminución del número de vuelos entre China y Chile, las frutas como cerezas y uvas se pudrieron.

Vale la pena mencionar que los empresarios chinos no se quedaron quietos, sino que usaron el Internet para desarrollar vigorosamente los negocios de comercio electrónico. En abril, sus ventas aumentaron en un 150% en comparación con el mismo período del año pasado, en el que los rubros de los alimentos, productos de limpieza y vestido registraron más ventas. Aún más, afectados por la pandemia y los requisitos de la cuarentena del gobierno, todas las escuelas de Chile suspendieron actividades. El Centro Cultural Chino implementó activamente un modelo de enseñanza en línea a sus estudiantes. Sin embargo, la disminución en el número de estudiantes y el alto pago de alquiler influyó en los ingresos de esta institución.

Además, en el escenario internacional, debido a las calumnias y falsedades lanzadas por fuerzas anti China, principalmente de los Estados Unidos respecto al Coronavirus, provocaron consecuencias negativas contra los chinos de ultramar a escala internacional, incluidos los chinos de ultramar en Chile, lo cual es también un desafío con que se enfrenta la sociedad de los chinos de ultramar en Chile.

5. Conclusión y reflexiones

Este trabajo muestra que los empleos y emprendimiento de los chinos de ultramar en Chile están concentrados en la industria de la restauración y el comercio, y ha habido un desarrollo en la educación, el turismo y otras industrias. La calidad de los empleos y emprendimiento de la diáspora china está elevándose continuamente, lo que implica una consecuente elevación del nivel de vida y de su posición social. El rápido desarrollo de los chinos de ultramar en Chile se basa en el desarrollo de las relaciones económicas y comerciales bilaterales. Al mismo tiempo, el desarrollo de las relaciones políticas, económicas y culturales entre ambos países no puede separarse de los esfuerzos de ambos países. Por lo tanto, la diáspora china arraigada en Chile debe desempeñar un papel más activo en el fortalecimiento de las relaciones bilaterales.

En años recientes, los empleos y emprendimiento de los ultramares se han enfrentado a severas pruebas debido a la desaceleración del crecimiento económico, el deterioro de la seguridad social y la migración. Sin embargo, pese a los desafíos que enfrenta la comunidad china, en el marco favorable de las relaciones entre China y Chile, los empleos y emprendimiento de los chinos de ultramar siguen su curso de mejoramiento y fortalecimiento, tanto de cantidad como de calidad, con el consiguiente desarrollo de la comunidad china en Chile. Con el propósito de mejorar los empleos y emprendimiento, así como promover el desarrollo de la sociedad de los chinos de ultramar, se deben adoptar una serie de medidas correspondientes, a decir, se presentan las siguientes.

Principalmente, fortalecer la autodisciplina y configurar la imagen que opera de conformidad con la ley. Chile es el país con el sistema legal más completo y la economía de mercado más madura en América Latina, los chinos de ultramar deben adaptarse al ambiente local, incluido el marco legal. La gran mayoría de los comerciantes chinos se enfocan en sus propios productos sin tener contacto proactivo con el departamento de supervisión del mercado, ni conciencia de observación de los reglamentos legales. Con el objetivo de adaptarse mejor al entorno empresarial y expandir legalmente las operaciones, las Cámaras de Comercio deben establecer un mecanismo de comunicación estable con los departamentos de impuestos y aduanas de Chile, discutir varios problemas encontrados por los miembros en sus operaciones y plantear puntos de riesgos que pueden involucrar operaciones ilegales.

Es necesario adaptarse al entorno empresarial y construir una marca de alta calidad. En las actividades empresariales, la sociedad chilena valora mucho la higiene de alimentos, la calidad de mercancías y el nivel de servicios. Por un lado, tanto los restaurantes como las tiendas deben centrarse en la calidad. Por ejemplo, para la operación de los restaurantes chinos, los ingredientes y el proceso de cocción deben cumplir con los requisitos de la sociedad chilena. Por otro lado, los empresarios chinos también necesitan difundir el conocimiento de su marca, prestar atención al ingreso de sus negocios a la sociedad chilena, lo cual requiere que los chinos de ultramar aprendan el español para comunicarse mejor con los consumidores chilenos. Esto no solo refleja la responsabilidad social de los empresarios chinos, sino que también mejora el reconocimiento de la sociedad chilena y aumenta su reputación.

Es una necesidad palpable dedicar más atención a la educación entre los empresarios chinos, y alentar a los chinos de ultramar a integrarse en la sociedad chilena a través de empleos y emprendimiento. Actualmente, los chinos de ultramar tienen poca influencia en los campos político, cultural y educativo, por lo que su interacción con la sociedad dominante de Chile debe profundizarse aún más. Los chinos tienen la tradición de atribuir importancia a la educación de los niños, sobre esta base, deberían alentar firmemente a que mejoren continuamente sus conocimientos, capacitando a sus hijos para que reciban una educación superior. De esta manera, no solo puede mejorar el prestigio social y el estatus de los chinos, sino que también ayuda a salvaguardar los derechos e intereses legítimos, contribuyendo así al desarrollo próspero en un sentido más amplio.

Por último, hay que reforzar la solidaridad para enfrentar desafíos y amenazas comunes. Por un lado, con el fin de ayudar a los chinos de ultramar a establecer conceptos comerciales correctos y salvaguardar conjuntamente sus derechos e intereses legítimos, la Asociación de Empresarios Chinos de Chile puede organizar una serie de conferencias sobre servicios relacionados con la inmigración, la fiscalidad, las aduanas y la seguridad de hacer negocios, etc. Las conferencias tienen como objetivo ayudar a los chinos de ultramar a promover una vida armoniosa en Chile. Por otro lado, las empresas estatales chinas en Chile deberían reforzar el sentido de solidaridad para promover la idea de un desarrollo sinérgico con los chinos de ultramar en Chile, reforzando las actividades empresariales transnacionales.

Bibliografía

- (Chen, 2020) Chen, S. (2020). Analysing Chile's foreign trade and economic cooperation with China in recent years based on macro data. *Modern Business Industry*, 2020, 41(34): 30-31.
- (Chen, 2018) Chen, Y. (2018). Identidad étnica y diferencias generacionales duales entre chinos en Chile-Un estudio de caso basado en la ciudad de Santiago. *Youth Studies*, 2018(05).
- (Diego Chou Lin, 2004) Chile y China: Inmigración y Relaciones Bilaterales 1845-1970, Santiago de Chile: Instituto de Historia: Centro de Investigaciones Diego Barrios Arana, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2004.
- (Eng, 2013). Los chinos de Cuba, el Caribe y América Latina: un proyecto de investigación sobre el chino latino. En S. Chen, J. Bartels, & R. Martínez, 2013.
- (Fang, 2019) Fang, X. (2019). Exploración, práctica y eficacia del modelo de desarrollo de la izquierda latinoamericana alternativo al neoliberalismo. *Estudios latinoamericanos*, 2019, 41(04).
- (He, 2020) He, B. (2020). Chile: las exportaciones de fruta alcanzarán los 2,7 millones de toneladas en 2020. *China Fruit Industry Information*, 2020, 37(02):44.
- (He y Zhang, 2020) He, X., y Zhang, Z. (2020). Changes and Historical Contributions of Chilean Overseas Chinese-A Review of 120 Years of Brief History of the Chilean Chiking Chinese Association. *World Ethnicity*, 2020(2):84-94.
- (Liu y Zhang, 2020) Liu, M., y Zhang, J. (2020). La cooperación antártica de China con los países latinoamericanos: motivación, práctica y contramedidas. *Pacific Journal*, 2020, 28(11):73-87.
- (Li y Chen, 2015) Li, R., y Chen, W. (2015). La situación de supervivencia y desarrollo de los empresarios chinos en Chile. *Estudios Latinoamericanos*, 2015(6).
- (Li, 2013) Li, Q. Supervivencia y expansión en las grietas, las características y razones para el desarrollo de los empresarios chinos en África. *Guangdong Social Sciences*, 2013(2).
- (Mo, 2017) Mo, G. (2017). Explorando la situación de seguridad y los mecanismos de protección de los empresarios chinos en el extranjero-Un estudio basado en los empresarios chinos en Chile. *Revista de Jinan*, 2017, 39(12):99-106.
- (Mo, 2018) Mo, G. (2018). An Exploration of the History and Current Situation of Overseas Chinese in Chile. *Research on Overseas Chinese History*, No.121(01):41-51.
- (Moraga, 2018). Reparto comunitario y gasto agonístico: diferenciaciones y hegemonías entre antiguos y nuevos migrantes chinos en Chile. Rumbos TS. *Un Espacio Crítico para la Reflexión en Ciencias Sociales*, 2018(17), 33-152.
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2020). Informe sobre las migraciones en el mundo 2020.
- (Xu, 2014) Xu, A. (2014). Empresarios chinos chilenos luchan por mantener operaciones en medio de recesión. *Red de chinos de ultramar de Guangdong*, 2014.
- (Xiao, 2019) Xiao, M. (2019). BYD construye la primera zona de demostración de autobuses eléctricos de América Latina con la inauguración de la primera línea de autobuses eléctricos en Chile. *Market Watch*, 2019(11).
- (Zhang, 2023) Zhang, L. (2023). Research on China-Chile FTA Cooperation under the Perspective of "Belt and Road". *Beijing Foreign Studies University*, 2023.
- (Zhang, 2019) Zhang, X. (2019). Latin American Overseas Chinese and Their Role in the Development of China-Latin America Relations. *Xiamen University*, 2019.
- (Zhang, 2023) Zhang, X. (2023). Los chinos de ultramar y su papel en el desarrollo de las relaciones entre China y América Latina. *Xiamen University*, 2023.

Artículo [ES]

Análisis de las causas de las fluctuaciones de la exportación argentina de carne a china de 2008 a 2022

Analysis of the causes of fluctuations in Argentine meat exports to China from 2008 to 2022

Chuxiang Jin

Maestrando de Escuela de Estudios Extranjeros
Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China
Email: 18672012062@sina.cn; ORCID: 0009-0006-8331-791X

[ES] Resumen: Desde el siglo XXI, el comercio entre Argentina y China se ha desarrollado considerablemente. El comercio de carne, como parte importante del comercio entre China y Argentina, ha experimentado muchas fluctuaciones durante los últimos 15 años. Con el fin de clarificar las causas de las fluctuaciones comerciales, este trabajo analiza la tendencia del volumen y la estructura de la carne argentina exportada a China durante 2008-2022 a partir de la base de datos UN Comtrade, y calcula y analiza los datos comerciales de las tres fases de 2008-2013, 2014-2019 y 2020-2022 a través del modelo CMS (Constant Market Share). En combinación con los resultados de los análisis empíricos, este documento concluye que el aumento de la demanda del mercado chino, la optimización de la estructura de productos y la competitividad baja fueron los principales factores que influyeron en la exportación argentina de carne a China durante esos 15 años. Con base en esta conclusión, al final del trabajo se presentan algunas sugerencias para el futuro desarrollo del comercio entre China y Argentina.

Palabras clave: fluctuación comercial, modelo CMS, exportación argentina

[EN] Abstract: Since the 21st century, trade between Argentina and China has developed considerably. Meat trade, as an important part of the trade between China and Argentina, has experienced many fluctuations during the last 15 years. In order to clarify the causes of trade fluctuations, this paper analyzes the trend of the volume and structure of Argentine meat exported to China during 2008-2022 from the UN Comtrade database, and calculates and analyzes the trade data of the three phases of 2008-2013, 2014-2019 and 2020-2022 through the CMS (Constant Market Share) model. Combined with the results of the empirical analyses, this paper concludes that the increase in Chinese market demand, product structure improvement, and low competitiveness were the main factors influencing Argentine meat exports to China during those 15 years. Based on this conclusion, some suggestions for the future development of trade between China and Argentina are presented at the end.

Keywords: trade fluctuation, CMS model, Argentine export

Cita: Chuxiang J. (2024). Análisis de las causas de las fluctuaciones de la exportación argentina de carne a china de 2008 a 2022. *Ibero-América Studies*, 7(1), 96-110.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.10>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: enero 2024. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Introducción

Las últimas tres décadas han sido testigo del desarrollo del comercio entre China y Argentina. Desde el establecimiento de la asociación de socio estratégico entre los dos países en 2004, ha aumentado mucho el comercio bilateral y se ha profundizado la cooperación económica y comercial a gran escala. Según las estadísticas del Servicio de Aduanas de China, el comercio bilateral en 2022 ha sido de 21,36 mil millones de dólares, de los cuales 12,77 mil millones corresponden a las exportaciones chinas y 8,59 mil millones a las importaciones. En términos del comercio de carne, Argentina se ha convertido en origen indispensable de las importaciones chinas, las cuales en el año 2022 alcanzaron los 2,93 mil millones de dólares, una cifra 265 veces mayor que el de 2004¹.

Aunque ha sido enorme el desarrollo comercial entre los dos países, durante los años pasados la estructura de carne exportada de Argentina a China ha sufrido un cambio radical y la tendencia de aumento no ha sido constante. En los años pasados, las fluctuaciones del volumen comercial no pueden pasar desapercibidas en los años pasados, sobre todo los marcados descensos después de la crisis financiera en 2008 y durante la epidemia de Covid-19. Dicha trayectoria comercial supone la necesidad de clarificar los principales factores que causaron las fluctuaciones comerciales de carne, y qué papel han desempeñado estos factores para explicar las alzas y bajas en las etapas de los 15 años pasados. El presente trabajo está destinado a analizar cuáles son los factores principales que han provocado las fluctuaciones comerciales de carne en este período.

El modelo CMS (*Constant Market Share*) ha sido utilizado ampliamente para identificar los factores que generan el cambio de las exportaciones. Según la hipótesis de este modelo, la cuota de mercado de la exportación de un país no cambiará si la competitividad de sus productos está fija, y, por lo tanto, el cambio del volumen comercial se debe al efecto de estructura, efecto de competitividad y el efecto de las influencias mutuas entre las variaciones de otros factores. El presente trabajo se basa en el modelo CMS y su marco teórico: se hace un análisis cuantitativo con el modelo, y se comparan los porcentajes de cada efecto medido para revelar los factores dominantes que han afectado a las exportaciones.

El trabajo está organizado de la siguiente manera: después de esta introducción, se presenta la revisión de literatura, y luego, se muestra la situación general del comercio de carne entre China y Argentina de 2008 a 2022. En la tercera parte, se presenta brevemente el modelo CMS, utilizándolo se calculan los efectos de cada factor y cómo afectan a las exportaciones. El trabajo se cierra con el análisis de la investigación y algunas sugerencias para el comercio bilateral en el futuro.

2. Revisión de literatura

En los quince años pasados, China ha recibido mucha atención por el planteamiento de las iniciativas cooperativas como la Franja y la Ruta y el desarrollo marcado del comercio de China con el mundo, y en consecuencia, hay cada vez más investigaciones sobre el comercio entre China y Argentina, especialmente de la carne. La obra de Girado y Burgos (2015) revisa sistemáticamente el comercio entre Argentina y China desde 1995 hasta 2015 y es un documento muy ilustrativo para el estudio del comercio sino-argentino. Según el estudio de Lei Han y Changquan Liu (2021) sobre la situación comercial y de mercado de productos ganaderos de China entre 2000 y 2019, el aumento de las importaciones de carne bovina y cordero se debe a la mejora de la estructura de consumo de los residentes chinos durante ese periodo, y la tendencia de los cambios de precios en el mercado mundial de productos avícolas y ganaderos tienen distintos efectos en la importación en diferentes periodos. Sin embargo, Yi Zhang (2019) analiza el nivel de dependencia china de los mercados internacionales en la importación de carne antes de 2017, y concluye que había demasiada dependencia de las importaciones estadounidenses. El resultado de este documento se muestra coherente con el hecho de que el objetivo del presente trabajo, el comercio de la carne entre China y Argentina (incluso América Latina y el Caribe), recibe menos atención de los estudiosos, por su proporción relativamente baja en comparación con los EE.UU. o Australia.

Aunque el comercio es siempre de mucha importancia y clave para reflejar la situación de una economía, es relativamente limitado el número de estudios sobre los factores que pueden conducir a las fluctuaciones comerciales y entre ellos la mayoría analiza las fluctuaciones de la carne como una parte de los productos ganaderos o agrícolas. Sin embargo, dentro de ellos se pueden encontrar ideas que sirvan de referencia para el presente trabajo. En el estudio de Xiaoping Xia y Binglong Li (2010), se analizan las fluctuaciones comerciales de la exportación china de carne considerando al cambio de la demanda internacional como factor dominante. Oviedo (2015) se concentra en el ascenso de la economía

¹ Los datos proceden de la base de datos UN Comtrade.

china y analiza sus efectos sobre el comercio bilateral, también muestra que el desarrollo del mercado chino ha jugado un papel muy importante en la expansión de las exportaciones de los productos agrícolas y carne argentinos. Según la investigación de Chunpeng Liu (2017) y la de Ruyu Wang y Haifeng Xiao (2020), el crecimiento de la importación china de carne en las últimas dos décadas se debe principalmente a la expansión de la demanda del mercado chino y del suministro mundial, mientras que la estructura importadora de productos ha limitado ese dinamismo. Se puede ver que los estudios existentes coinciden en que la expansión del mercado importador chino es uno de los factores clave. Desde otra perspectiva, en la investigación empírica de Congying Tian y Haifeng Xiao (2017) sobre la importación china, la carne bovina tenía el mayor potencial de crecimiento entre las variedades, mientras que la de cordero tenía el menor; en cuanto a la comparación entre los países de origen de las importaciones, los países principales en todas las variedades, salvo en el mercado del cordero, mostraban una importante competencia entre sí. Estas investigaciones, entre otras, señalan para nuestra investigación la importancia de analizar la demanda del mercado importador y la competencia entre Argentina y otros países.

En los últimos años, debido a los cambios en la situación internacional, el impacto del comercio de carne de China en muchos eventos específicos es también objeto de múltiples investigaciones. En diversas investigaciones, como la de Lerma, Díaz Baca, y Burkart (2022) así como la de Lin (2017), se analizan detalladamente los efectos de Mauricio Macri, que cambió la situación política argentina, sobre el comercio bilateral. En el estudio de Haiying Song y Bingchuan Hu (2019), las fricciones comerciales entre China y los Estados Unidos en 2019 también han ejercido un efecto significativo sobre la importación de China. Los efectos de firma de varios tipos de acuerdos e iniciativas también han sido objeto de reflexión en los documentos anteriores como el de Van Der Walt (2021), donde se concentra en el debate productivo/medioambiental y la relación Estado-Estado entre Argentina y China en un marco geopolítico y socioeconómico puntual a partir del acuerdo de producción porcina. Pero muchas investigaciones sobre el terreno solo toman como objetivo de estudio otros productos agropecuarios como la soja, en vez de carne, y la mayoría de estos estudios analizan la situación antes de 2019, sin abordar la volatilidad del comercio después de esa fecha que resultó significativa.

En lo que se refiere a las investigaciones sobre la ganadería argentina y su competitividad exportadora, también hay muchos estudios desde varias perspectivas porque dicho sector es uno de los pilares de la economía del país. Generalmente, la literatura sobre la ganadería argentina con respecto al mercado chino en gran parte presta atención al comercio antes del año 2020, y se concentra principalmente en la competitividad de carne argentina en el mercado mundial y los efectos posibles de las políticas e iniciativas planteadas por China. En la obra de alto valor de referencia redactada por Córdoba Méndez, Quiroz Yañez y Parra González (2019), se hace una investigación profunda y global sobre la carne de res exportada a China y todos los eslabones de su cadena de valor. En el trabajo de Alonso y Szpak (2020) se revisan los comercios internacionales de la carne bovina y la situación de Argentina como exportador en el periodo de 2006-2015. Además, también hay investigaciones que se dedican a los segmentos concretos de la industria. Por ejemplo, se analizan la producción y exportación de carne bovina en La Pampa en el periodo de 2003-2019 (Moreno, Paturianne, Mariano y Pérez, 2021), y en el informe de Marin (2022), se muestra el gran potencial del mercado chino para la industria de la carne porcina argentina, que parecería menor que la de carne bovina. En general, este tipo de investigaciones sirve como referencia importante para el trabajo presente, pero suelen centrarse en predecir el impacto de un acontecimiento concreto, en lugar de analizar las causas de la volatilidad general del comercio, que es lo que aborda el presente trabajo.

En general, al repasar la literatura, se puede ver que hay mucho material académico sobre la situación del comercio de carne, las fluctuaciones comerciales y sus causas, así como la ganadería argentina y su comercialización. Sin embargo, con los cambios en la situación comercial internacional como el avance de la iniciativa la Franja y la Ruta, las fricciones comerciales entre China y los EE.UU. y la epidemia de Covid-19, aparecen constantemente nuevos factores que afectan a las importaciones de China, por lo que muchos de los estudios anteriores carecen de vigencia. Además, pese a la importancia y las peculiaridades de la ganadería argentina, escasean investigaciones destinadas a las exportaciones de carne de Argentina a China. El análisis de las causas de las fluctuaciones comerciales entre ambos países también se limita a la anticipación de políticas específicas y carece de análisis empíricos, lo que ofrece margen para la investigación del presente trabajo.

3. Panorama del comercio de carne

3.1 Análisis del volumen de la importación china de carne

El volumen de la importación china de carne de Argentina desde 2008 a 2022 ha mostrado un crecimiento sustancial (ver Gráfico 1). El valor de importación en 2022 alcanzó 2,93 mil millones de dólares estadounidenses, cifra 12,22 veces mayor que la registrada en 2008, con una tasa media de crecimiento anual del 19,57%. De 2008 a 2014, el valor de las importaciones sufrió fluctuaciones entre 83 a 240 millones de dólares. El valor de importación disminuyó drásticamente en 2009, y en 2010, regresó al mismo nivel que en el 2008. Sin embargo, el valor de importación bajó hasta 2012 y empezó a aumentar en 2013. Desde 2015, el valor de importación ha tenido una tendencia de crecimiento a alta velocidad destacada por las duplicaciones del valor en 2015, 2018 y 2019. Sin embargo, esta elevada tasa de crecimiento se detuvo en 2020 y, a partir de ese año, la exportación de carne de Argentina a China se desaceleró significativamente e incluso sufrió una contracción en 2021.

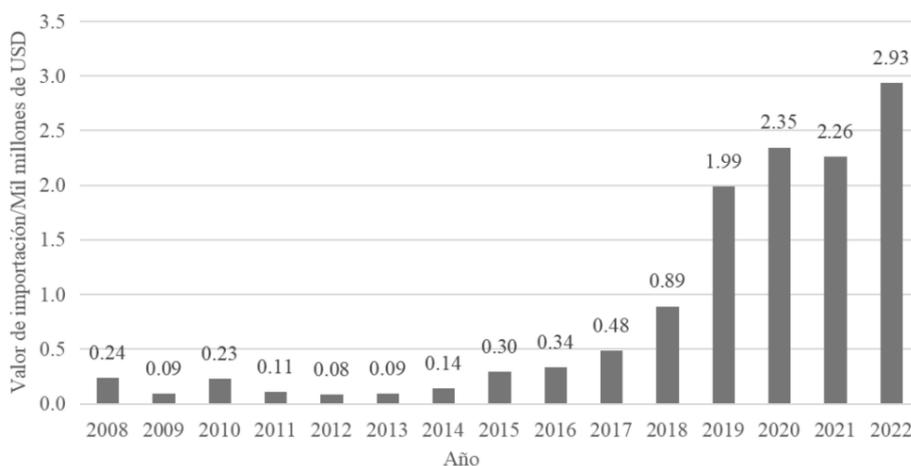


Gráfico 1. El valor de la importación china de carne de Argentina
Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

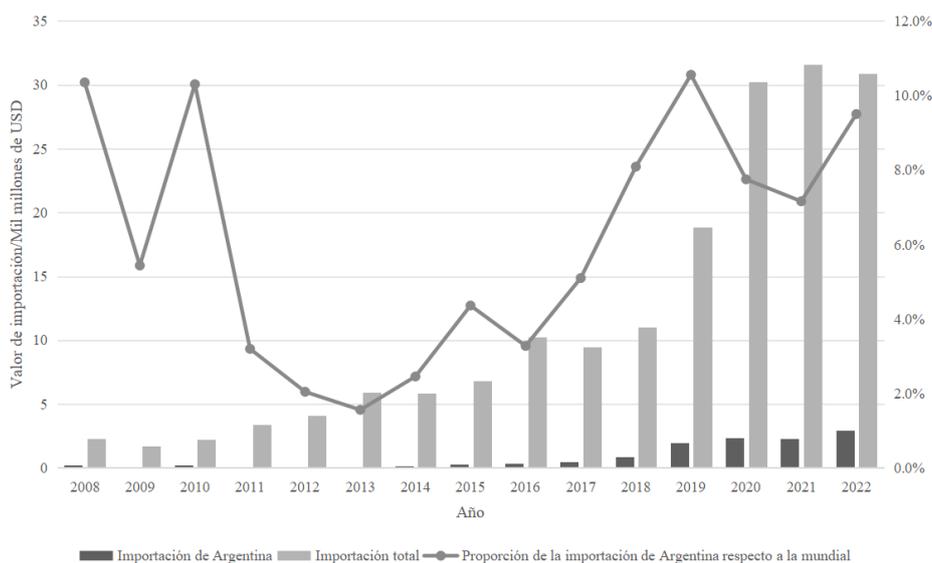


Gráfico 2. El valor de la importación china de carne de Argentina, el valor de la importación total, y la proporción entre la primera y la segunda
Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

En este período, la importación total de China de carne ha experimentado un aumento aún mayor (ver Gráfico 2). En 2022, el valor de importación de China del mundo registró 30,88 mil millones de dólares, cifra 13,31 veces mayor que la de 2008, con una tasa media de crecimiento anual del 20,31%. Tras la recesión en 2009 causada principalmente por

los efectos de la crisis financiera, las importaciones chinas de carne muestran una tendencia al alza fluctuante, con disminuciones leves en 2024, 2017 y 2022 y las tasas de crecimiento más altas se registraron en 2019 y 2020. Cabe señalar que tanto la importación total como la importación de Argentina muestran un crecimiento acelerado después de 2018.

En cuanto al peso de Argentina en todos los países de origen, su proporción ha tenido cambios relativamente grandes. En 2008 y 2010, la importación de Argentina ocupó más del 10% del total, pero en 2009 y 2011 sufrió bajas drásticas, se mantuvo bajo 5% hasta que en 2017 empezó a crecer, alcanzando en 2019 el mismo nivel del 2008. Sin embargo, en 2020 y 2021 el porcentaje volvió a bajar en una tasa menos del 8% probablemente debido a la epidemia de Covid-19, y se recuperó en 2022 aunque no superó el 10%.

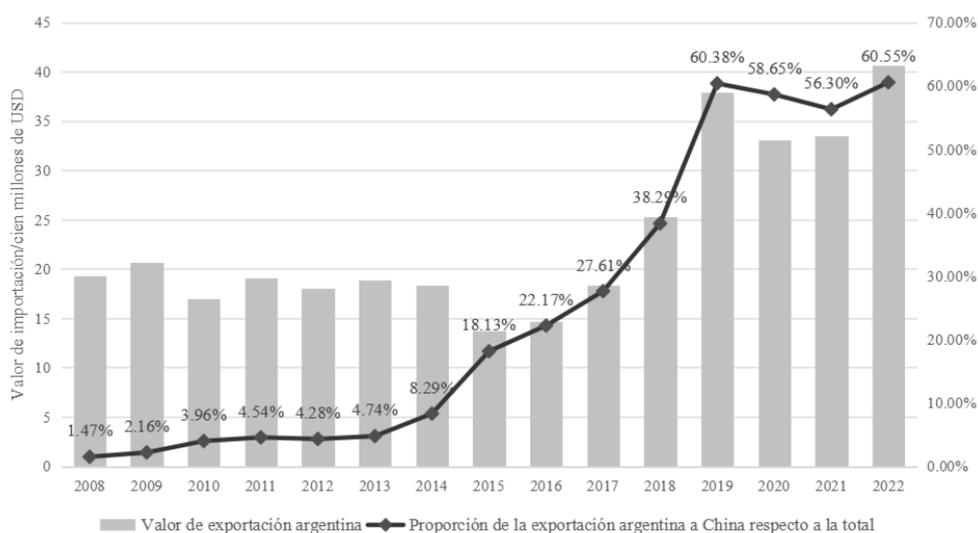


Gráfico 3. el valor total de la exportación argentina de carne y su proporción en la exportación total del país

Fuente: UN Comtrade². Elaboración propia.

Por otra parte, en los 15 años pasados, el valor total de la exportación de carne ha doblado, de 1,93 mil millones de dólares en 2008 a 4,07 mil millones en 2022. (ver Gráfico 3) En comparación con el desarrollo de volumen, ha sido radical el incremento de la proporción de la exportación argentina a China con respecto a la total. En 2008, el mercado importador chino solo ocupó el 1,47% de la exportación total, pero desde 2014, esta tasa ha crecido a una velocidad sin precedentes alcanzando un pico en 2019, con el 60,38%. Durante 2020-2022, aunque esta tasa se ha visto afectada por factores internos y externos, no ha cambiado el rol de China como el par de la exportación de la carne argentina, con más del 50% de la total y un nuevo récord en 2022. Cabe notar que entre 2008 y 2014, las exportaciones totales argentinas de carne se mantuvieron aproximadamente estables, con variaciones interanuales limitadas. Sin embargo, desde 2015 el monto comenzó a aumentar anualmente hasta 2019, tendencia que a su vez correspondió a la evolución de la proporción de las exportaciones a China. Esto demuestra que, desde 2013, China se ha convertido gradualmente en el principal importador de carne argentina y ha contribuido en cierta medida al desarrollo de las exportaciones totales

3.2 Análisis de la estructura de productos

Como se muestra en el Cuadro 1, las principales carnes exportadas de Argentina a China son la carne de ave y la bovina, pero su peso en la composición de la carne de exportación argentina a China ha sufrido un gran cambio durante el periodo. De 2008 a 2012, casi toda la exportación estuvo compuesta por carne de ave (código HS 207), con productos de otros tipos de cantidades muy pequeñas, principalmente, las carnes y los despojos comestibles de vacuno. En 2013 aumentó significativamente la importación de carne de animales de la especie bovina congelada (código HS 202), y desde entonces, las importaciones de carne bovina congelada han ido aumentando gradualmente, sustituyendo la posición dominante de la carne de aves de corral y alcanzando el 91,98% de las importaciones totales en 2022.

² Debido a los diferentes enfoques de estadísticas de importación y exportación, existen diferencias disminuidas entre el valor de exportaciones argentinas a China, calculado con los precios FOB y el de importaciones chinas de Argentina, calculado con los precios CIF.

Código HS	201	202	203	204	206	207
2008	-	-	0.01%	-	0.01%	99.98%
2009	-	-	-	-	-	10-
2010	0.05%	0.03%	-	-	-	99.92%
2011	-	-	0.01%	-	-	99.99%
2012	0.15%	1.10%	-	-	-	98.74%
2013	0.11%	46.26%	-	-	-	53.63%
2014	-	58.43%	-	-	-	41.57%
2015	-	69.61%	-	-	-	30.39%
2016	-	67.94%	-	-	-	32.06%
2017	-	76.54%	-	-	-	23.46%
2018	-	88.29%	-	-	-	11.71%
2019	0.02%	89.74%	0.15%	-	-	10.09%
2020	0.33%	88.48%	2.32%	0.09%	-	8.78%
2021	0.97%	88.75%	2.40%	0.22%	-	7.66%
2022	0.62%	91.98%	0.01%	0.06%	-	7.34%

Cuadro 1. Proporción de cada tipo de carne en las exportaciones de Argentina a China según la categoría de código HS
Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

Una tendencia similar aparece en la estructura de productos de importaciones chinas. Como se muestra en el Cuadro 2, la proporción de la carne bovina (Código HS 202) en importaciones de todos los tipos de carne saltó al 20,30% en 2013 y fue aumentando. Por otro lado, la importación de la carne de ave (Código HS 207) ha ido a la baja. La trayectoria de estas dos categorías de productos coincide estrechamente con la de las importaciones procedentes de Argentina mostrada arriba.

Código HS	201	202	203	204	205	206	207	208	209
2008	0.35%	0.43%	22.57%	4.57%	-	24.48%	46.90%	-	0.70%
2009	0.44%	2.15%	8.02%	8.19%	-	23.25%	57.88%	-	0.07%
2010	0.31%	3.48%	9.40%	7.05%	0.17%	36.20%	43.32%	-	0.06%
2011	0.27%	2.53%	24.87%	8.09%	0.14%	37.92%	25.59%	0.01%	0.60%
2012	0.28%	5.92%	23.91%	10.27%	0.01%	36.15%	23.28%	0.01%	0.17%
2013	1.14%	20.30%	18.65%	16.11%	0.04%	26.72%	16.97%	0.02%	0.07%
2014	0.36%	21.73%	17.98%	19.40%	0.04%	25.37%	15.04%	0.02%	0.07%
2015	0.73%	33.42%	21.33%	10.74%	0.05%	19.55%	13.68%	0.03%	0.46%
2016	0.56%	23.97%	31.10%	5.59%	0.12%	24.71%	12.53%	0.03%	1.39%
2017	0.78%	31.56%	23.42%	9.26%	0.52%	23.18%	10.88%	0.02%	0.37%
2018	1.24%	42.34%	18.83%	11.89%	0.52%	14.73%	10.35%	0.02%	0.07%
2019	1.58%	42.13%	23.96%	9.89%	0.28%	10.62%	10.70%	0.03%	0.81%
2020	1.35%	32.30%	39.27%	5.77%	0.12%	9.14%	11.57%	0.02%	0.46%
2021	1.90%	37.69%	31.34%	7.53%	0.06%	9.51%	11.13%	0.04%	0.79%
2022	2.18%	55.40%	12.45%	6.73%	0.03%	9.58%	13.51%	0.06%	0.05%

Cuadro 2. Proporción de cada tipo de carne en importaciones totales de China según la categoría de código HS
Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

Además, de la carne exportada por Argentina al mercado mundial en los últimos 15 años, la carne bovina (Código HS 202) mostró inicialmente una tendencia fluctuante a la baja, alcanzando un mínimo en 2012, pero subiendo todos los años después de 2013 (excepto en 2021) y alcanzando el 48,05% del valor de las exportaciones en 2018 como el producto

cárnico con mayor participación. La carne de ave, por su parte, mostró una tendencia casi opuesta. La carne de ave (Código HS 207) mostró una tendencia inicial al alza, tocó techo en 2013 y ha ido disminuyendo año tras año desde entonces.

Código HS	201	202	203	204	205	206	207	208	209
2008	42.98%	28.21%	0.07%	1.17%	5.02%	6.81%	14.50%	1.26%	-
2009	34.50%	39.70%	0.01%	1.32%	3.82%	7.26%	12.61%	0.77%	-
2010	37.38%	24.75%	-	1.90%	4.64%	7.75%	22.46%	1.12%	-
2011	38.58%	22.27%	-	1.74%	4.62%	8.98%	22.79%	1.04%	-
2012	38.36%	16.97%	-	0.85%	4.01%	9.53%	29.51%	0.76%	-
2013	34.79%	17.85%	-	0.36%	3.09%	9.03%	34.41%	0.48%	-
2014	36.22%	20.52%	-	0.76%	3.26%	8.92%	29.86%	0.44%	-
2015	37.14%	26.16%	0.04%	0.45%	3.96%	9.09%	22.55%	0.53%	0.09%
2016	41.16%	29.25%	0.04%	0.48%	3.51%	8.64%	16.28%	0.55%	0.08%
2017	35.99%	34.68%	0.20%	0.46%	3.35%	9.33%	15.55%	0.35%	0.10%
2018	29.87%	48.05%	0.82%	0.22%	2.74%	8.28%	9.63%	0.29%	0.10%
2019	20.73%	62.57%	0.69%	0.15%	1.17%	4.81%	9.73%	0.14%	0.02%
2020	20.21%	64.16%	1.62%	0.18%	1.03%	5.09%	7.69%	0.01%	0.01%
2021	23.58%	61.41%	1.22%	0.01%	0.91%	5.57%	7.20%	0.09%	-
2022	21.34%	65.75%	-	0.16%	0.91%	4.18%	7.58%	0.08%	-

Cuadro 3. Proporción de cada tipo de carne en exportaciones de Argentina al mundo según la categoría de código HS

Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

En general, en los 15 años pasados, la trayectoria del volumen, la proporción respecto a la importación total de China y la estructura de productos muestran a grandes rasgos las etapas del desarrollo de la exportación de carne de Argentina a China.

En cuanto a la división de los intervalos, en los estudios efímeros anteriores que utilizan el modelo CMS, es habitual dividir el periodo de tiempo del estudio en partes iguales, por ejemplo, dividiendo 15 años en tres periodos de 5 años. Sin embargo, en el caso de este trabajo, debido a la importancia del año 2013 y 2020, cuando los datos comerciales mostrados anteriormente dieron un giro o empezaron a cambiar, se argumenta que el periodo de 2008-2022 debería dividirse en las siguientes tres fases, en contraposición a la tradicional división media del periodo temporal:

a. 2008-2013: Etapa de recesión: Este periodo se destaca por la tendencia de caída del monto de exportación y su proporción de la importación total después de la crisis financiera de 2008. En 2013 se plantea la iniciativa de la Franja y la Ruta. En 2013, la estructura de las exportaciones argentinas de carne a China comenzó a cambiar drásticamente, con un aumento significativo de la participación de la carne de vacuno, y la tendencia a la baja de esta fase alcanzó un punto de inflexión en ese año.

b. 2014-2019: Etapa de prosperidad: Este periodo se destaca por el incremento significativo del monto de la exportación, la creciente importancia del mercado chino para la exportación de la carne argentina, el alza de la proporción de la carne bovina, y el repunte de la carne argentina como proporción de las importaciones totales de carne de China desde 2014. Además de los cambios en la combinación de productos, la mayoría de estas tendencias comenzaron en 2014, alcanzaron su punto máximo en 2019, y se interrumpieron en 2020. Durante este periodo, la introducción de la Iniciativa Belt and Road (2013), el establecimiento de la Asociación Estratégica Integral China-Argentina (2014) y el auge económico de China pueden haber contribuido al desarrollo de las exportaciones de carne argentina a China.

c. 2014-2019: Etapa de inestabilidad: Este periodo se destaca por la inestabilidad del comercio entre ambos países. Aunque en 2020, cuando inició la epidemia de Covid-19, las exportaciones argentinas a China siguieron creciendo, el ritmo se ralentizó y la cifra cayó en 2021, mientras que los otros datos decrecieron desde 2020, lo que indica la inestabilidad producto de la pandemia global en el comercio de Argentina con China. Sin embargo, tras las condiciones comerciales graves en 2021, las exportaciones argentinas de carne a China mostraron signos de recuperación en 2022,

con todos los indicadores al alza. En general, la tendencia en volumen y participación comercial en este período es descendente y luego ascendente, con gran incertidumbre e inestabilidad.

En general, estos tres intervalos de tendencias distintas tienen mucho valor de referencia y van a ser la base del análisis positivista del presente trabajo.

4. Metodología

4.1 El modelo CMS y su aplicación

En la realidad, las fluctuaciones comerciales suelen tener un gran número de causas, por lo que este documento pretende analizar sus factores inmediatos y especular sobre los acontecimientos reales que las provocan dentro del marco teórico del modelo CMS.

El modelo CMS (siglas de *Constant Market Share*) o cuota de mercado constante fue planteado por primera vez por Tyszynski (1951), y con los esfuerzos de Leamer y Stern (1970) y Jepma (1986), entre otros, este modelo ha ido expandiéndose y completando y se ha utilizado ampliamente en investigaciones sobre el comercio internacional. La hipótesis nuclear del modelo CMS original de Tyszynski es que, si no cambia la competitividad exportadora de los productos de un país, se mantendrá su cuota de exportación en el mercado mundial. El modelo CMS original atribuye las fluctuaciones de comercio a los efectos de estructura y competitividad. Sobre la base del modelo original, Jepma y otros estudiosos han planteado un modelo CMS de dos niveles de descomposición. Descomponen aún más los efectos de estructura, competitividad y de segundo orden, profundizando las investigaciones aún más.

Con la evolución del modelo CMS, este se utiliza en muchas investigaciones sobre negocio y comercio y ha demostrado ser una herramienta analítica muy aplicable y convincente. Por ejemplo, en la investigación de Contreras-Castillo (1999), analiza la competitividad de la exportación del aguacate de México con el CMS, descomponiendo los datos de las exportaciones de aguacate de varios países durante el período 1986-1997 y comparando sus efectos. En muchas otras investigaciones, el modelo CMS se utiliza para analizar los factores que promueven la exportación de los productos (especialmente agrícolas), como la soja y la carne bovina en Paraguay (Duarte y David, 2015) y la papaya de México (Madrigal y Boza, 2013), etc. En general, dado que el modelo CMS ha sido ampliamente utilizado en estudios anteriores sobre el comercio de productos agrícolas y ganaderos, en este estudio también se utiliza este modelo para analizar los efectos que influyen en la exportación de carne de Argentina.

4.2 Construcción del modelo CMS

A fin de analizar las causas de las fluctuaciones de la importación china de carne de Argentina, y como solo hay único exportador (Argentina), el efecto de mercado no se toma en cuenta en el análisis. Sobre la base del fruto de Jepma y otros estudios anteriores, en el presente trabajo se plantea un modelo CMS simplificado:

Descomposición a primer nivel:

$$\Delta q = \sum_i s_i^0 \Delta Q_i + \sum_i Q_i^0 \Delta s_i + \sum_i \Delta Q_i \Delta s_i \quad (1)$$

estructura competitividad segundo orden

Descomposición a segundo nivel:

$$\Delta q = s^0 \Delta Q + \left(\sum_i s_i^0 \Delta Q_i - s^0 \Delta Q \right) + \Delta s Q^0 +$$

crecimiento producto competitividad general

$$\left(\sum_i Q_i^0 \Delta s_i - \Delta s Q^0 \right) + \left(\frac{Q^t}{Q^0} - 1 \right) \sum_i Q_i^0 \Delta s_i +$$

competitividad específica segundo orden puro

$$\left[\sum_i \Delta Q_i \Delta s_i - \left(\frac{Q^t}{Q^0} - 1 \right) \sum_i Q_i^0 \Delta s_i \right] \quad (2)$$

segundo orden dinámico

En estas fórmulas:

q = valor de la exportación de carne de Argentina a China

Q = valor total de la importación china de carne

Q_i = valor de importación china del producto i

s = proporción de importación china de Argentina respecto a la total

s_i = proporción de importación china del producto i de Argentina respecto a la del producto i mundial de Argentina

0 representa el período base y t , el período final. Δ significa la variación entre el período 0 y el t .

En el Cuadro 4 se explican los efectos correspondientes a las partes de las fórmulas arriba señaladas y su significado.

	Nombre de efecto	Significado
Descomposición a primer nivel	Efecto de estructura	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la variación de la importación total
	Efecto de competitividad	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la variación de su competitividad
	Efecto de segundo orden	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la influencia mutua entre el efecto de estructura y el de competitividad
Descomposición a segundo nivel	Efecto de crecimiento	Igual que el efecto de estructura
	Efecto de producto	Variación de la exportación argentina a China causada por la variación de la estructura de productos con competitividad fija
	Efecto de competitividad general	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la variación de su cuota en el mercado chino respecto a la importación china total de volumen fijo
	Efecto de competitividad específica	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la variación de la competitividad de algún tipo de producto cárnico de la importación china total de volumen fijo
	Efecto de segundo orden puro	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la influencia mutua entre la variación del valor total de la importación china y la de la competitividad de la carne argentina
	Efecto de segundo orden dinámico	Variación de la exportación de carne de Argentina a China causada por la influencia mutua entre las variaciones de las estructuras de productos importados de Argentina y total.

Cuadro 4. Instrucción de las descomposiciones y los efectos del modelo CMS

Fuente: elaboración propia.

4.3 Fuente de los datos

En el presente trabajo, los datos utilizados en el modelo CMS proceden de la base de datos comerciales de las Naciones Unidas (*UN Comtrade*), y la carne mencionada aquí se refiere a los nueve productos incluidos en la categoría del Código HS 02 (HS 0201-HS 0209). Todos los valores de comercio se calculan con los precios CIF. Cabe señalar que la tendencia interanual del valor de las exportaciones dentro de las fases anteriormente delimitadas es más coherente con la tendencia de tomar sólo el primer y el último año, por lo que no se adoptan aquí los datos con la regresión.

Como el período seleccionado para analizar es largo (de 2008 a 2022), el presente análisis se divide en tres etapas (2008-2013, 2014-2019, 2020-2022), en vista de las dinámicas tanto del volumen de la importación de Argentina como de su proporción respecto al total, como se muestra en los gráficos 1 y 2. Para cada etapa se toma el año inicial como *el período 0* en el modelo CMS y el final como *el período t*.

5. Resultados y discusión

Con el resultado del análisis de modelo CMS (ver Cuadro 5, Gráfico 4 y Gráfico 5), se pueden comparar los efectos de distintos factores a los que se deben las fluctuaciones comerciales de las tres etapas.

Período	2008-2013		2014-2019		2020-2022		2008-2022	
	valor	contribución	valor	contribución	valor	contribución	valor	contribución
1. Estructura	-1,81	12,24%	51,67	28,01%	156.10	265,15%	67.98	25,24%
Crecimiento	37,37	-252,81%	31,87	17,28%	4.73	8,04%	295.68	109,75%
Producto	-39,18	265,04%	19,80	10,73%	151.37	257,11%	-227.69	-84,52%
2. Competitividad	-18,62	125,98%	23,04	12,49%	-60.79	-103,26%	-18.21	-6,76%
Competitividad general	-20,40	138,03%	47,36	25,67%	53.07	90,14%	-1.97	-0,73%
Competitividad específica	1,78	-12,05%	-24,32	-13,18%	-113.86	-193,40%	-16.23	-6,03%
3. Segundo orden	5,65	-38,22%	109,76	59,50%	-36.43	-61,88%	219.62	81,52%
Segundo orden puro	-28,98	196,02%	51,20	27,76%	-1.23	-2,08%	-224.14	-83,20%
Segundo orden dinámico	34,63	-234,24%	58,56	31,74%	-35.21	-59,80%	443.76	164,72%
Variación de importación	-14,78	100%	184,47	100%	58.87	100%	269.40	100%

Cuadro 5. Resultado del análisis de modelo CMS (Unidad: diez millones de USD)

Fuente: UN Comtrade. Elaboración propia.

En el período 2008-2013, las exportaciones en el año final del periodo disminuyeron en 147,8 millones de dólares con respecto al principio del periodo. Con respecto a la descomposición a primer nivel, el efecto de estructura y el de competitividad contribuyeron respectivamente el 12,24% y el 125,98% del descenso de las exportaciones argentinas de carne a China, mientras que el de segundo orden generó 56,5 millones de dólares de crecimiento. Al analizar la descomposición a segundo nivel, los efectos de producto (con el 265,04% de la variación total), de competitividad general (138,03%) y de segundo orden puro (196,02%) contribuyen más al descenso de la etapa, mientras que el efecto de crecimiento (-252,81%), el de competitividad específica (-12,05%) y el de segundo orden dinámico (-234,24%) son los factores que soportan el valor de comercio. Con este resultado, se puede deducir que durante el período 2008-2013, el crecimiento del tamaño del mercado chino y la influencia mutua entre las variaciones de estructuras China y mundial de productos importados, terminaron por impulsar la importación, lo que se puede explicar por la correspondencia de la exportación argentina a la demanda del mercado chino. Sin embargo, la estructura de productos y su competitividad general todavía quedan relativamente atrasadas, las influencias secundarias del efecto entre los dos condujeron a la baja de exportación, que se podría deber al elevado coste del transporte y la refrigeración causado por la distancia geográfica entre ambos países, así como al hecho de que el comercio de carne bovina es nuevo e inmaduro. Además, el descenso

relativo de la competitividad de la carne de ave es otra razón importante de la disminución del comercio durante este período.

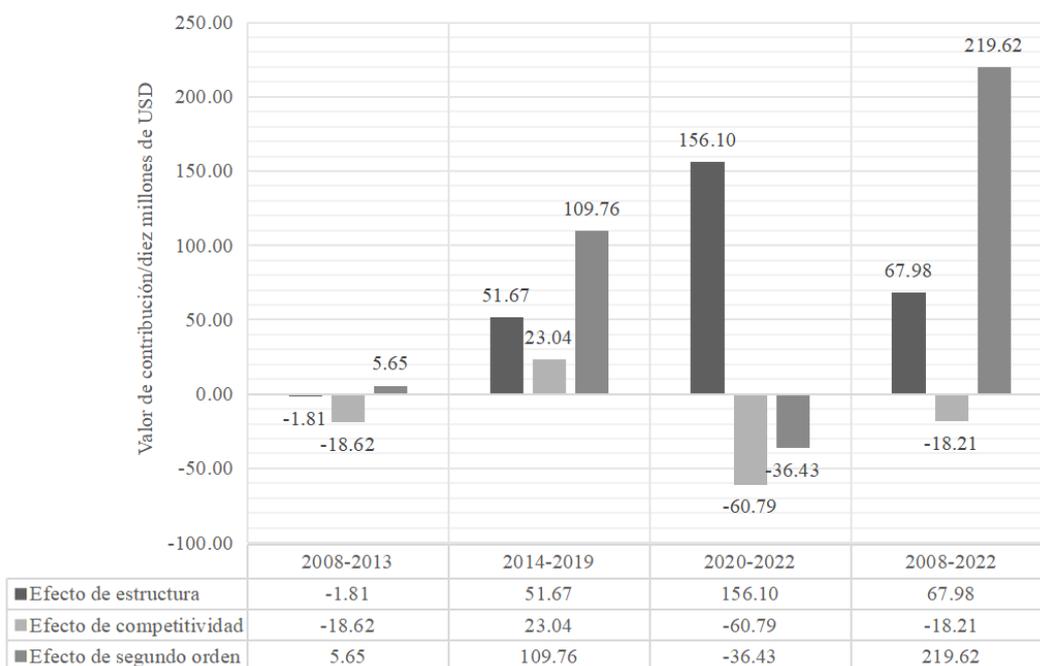


Gráfico 4. Descomposición a primer nivel
Fuente: elaboración propia.

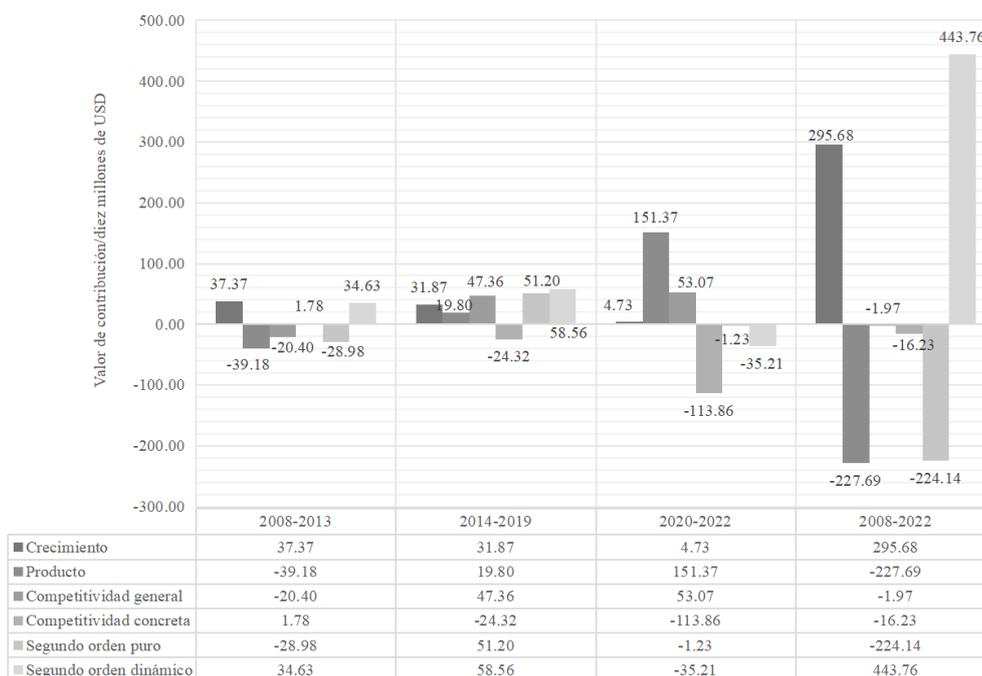


Gráfico 5. Descomposición a segundo nivel
Fuente: elaboración propia.

En el período 2008-2013, las exportaciones en el año final del periodo disminuyeron en 147,8 millones de dólares con respecto al principio del periodo. Con respecto a la descomposición a primer nivel, el efecto de estructura y el de competitividad contribuyeron respectivamente el 12,24% y el 125,98% del descenso de las exportaciones argentinas de carne a China, mientras que el de segundo orden generó 56,5 millones de dólares de crecimiento. Al analizar la descomposición a segundo nivel, los efectos de producto (con el 265,04% de la variación total), de competitividad general (138,03%) y de segundo orden puro (196,02%) contribuyen más al descenso de la etapa, mientras que el efecto de

crecimiento (-252,81%), el de competitividad específica (-12,05%) y el de segundo orden dinámico (-234,24%) son los factores que soportan el valor de comercio. Con este resultado, se puede deducir que durante el período 2008-2013, el crecimiento del tamaño del mercado chino y la influencia mutua entre las variaciones de estructuras China y mundial de productos importados, terminaron por impulsar la importación, lo que se puede explicar por la correspondencia de la exportación argentina a la demanda del mercado chino. Sin embargo, la estructura de productos y su competitividad general todavía quedan relativamente atrasadas, las influencias secundarias del efecto entre los dos condujeron a la baja de exportación, que se podría deber al elevado coste del transporte y la refrigeración causado por la distancia geográfica entre ambos países, así como al hecho de que el comercio de carne bovina es nuevo e inmaduro. Además, el descenso relativo de la competitividad de la carne de ave es otra razón importante de la disminución del comercio durante este período.

En el período 2014-2019, la exportación argentina a China aumentó constante y significativamente, con una variación de 1,84 mil millones de dólares. Todos los efectos de las descomposiciones a ambos niveles excepto el de competitividad específica, muestran una contribución positiva. Entre los efectos de descomposición a primer nivel, el más destacado es el de segundo orden, con una contribución del 59,5%, y el efecto de estructura y el de competitividad también contribuyen, respectivamente, con el 28,01% y el 12,49% de la variación total. En la descomposición a segundo nivel, la mayor contribución al crecimiento de las exportaciones corresponde al efecto de segundo orden dinámico y al de segundo orden puro, con un 31,74% y un 27,76%, respectivamente, seguidos del efecto de competitividad general (25,67%) y del efecto de crecimiento (17,28%), y sólo el efecto específico de la competitividad tiene una contribución negativa (-13,18%). Como se ha demostrado, en este periodo se produjo un cambio significativo en la estructura de las exportaciones de carne argentina a China, con la carne bovina sustituyendo a la de ave como principal producto. En el resultado del análisis, esta reestructuración de la mezcla de productos no sólo contribuye directamente al aumento del volumen comercial, sino que también corresponde a las variaciones de la demanda china de carne, lo que se refleja en la gran contribución del efecto de segundo orden. Además, la expansión constante del mercado importador debido a la prosperidad económica china durante el periodo, la subida de la competitividad de la carne argentina y su interacción con el efecto de competitividad de los productos, son también razones importantes del aumento del volumen comercial durante este periodo.

En el período 2020-2022, los intercambios mundiales se vieron afectados por la inestabilidad de la economía mundial, lo que también se refleja en el resultado con el modelo CMS. En los tres años, el crecimiento del valor de exportación se apoyó en el efecto de estructura del 265,15%, mientras que las contribuciones del efecto de competitividad y el de segundo orden fueron de -103,26% y el -61,88% respectivamente. Si profundizamos en la descomposición de segundo orden, vemos que el efecto producto es el principal impulsor del crecimiento del volumen de exportaciones en este periodo, con un 257,11%, mientras que el efecto crecimiento es sólo del 8,04%, que se explica lógicamente por la desaceleración de actividades económicas. Además, el efecto competitividad general aporta el 90,14% del crecimiento, pero el efecto de competitividad específica y los dos efectos de segundo orden disminuyeron en diversos grados. De los resultados del análisis se puede deducir que cuando el crecimiento económico se desacelera, la estructura de productos de exportación que rige la carne bovina sigue teniendo un efecto positivo sobre el monto total, y que la carne de res argentina todavía cuenta con una gran competitividad en el mercado chino. Pero, aunque los efectos positivos de esta combinación de productos son destacados, la contribución negativa del efecto de segundo orden dinámico refleja que durante la epidemia, la estructura fija no corresponde al cambio de la demanda china de carne. Además, la baja de la competitividad específica de la carne argentina es otro factor clave que se traduce en una contribución negativa al monto de exportaciones.

Según el resultado del análisis del período 2008-2022, a lo largo de los 15 años pasados, el efecto de crecimiento ha sido el motor principal del incremento del valor de importación con una contribución del 109,75% y ha tenido constantes contribuciones positivas en todas las tres etapas divididas. En esta etapa, el efecto de productos ha tenido una contribución negativa del -84,52%, cifra que incide en el ajuste de la estructura de productos que no promueve el aumento del volumen de exportación si fija su competitividad. El resultado del cálculo muestra el descenso de la competitividad de carne argentina, lo que ha causado indirectamente que el efecto de segundo orden puro haya tenido una contribución negativa grande. Sin embargo, aunque la mezcla compuesta principalmente por la carne bovina no ha logrado aumentar directamente la cuota de los productos argentinos en la importación total, sí corresponde a las variaciones de la estructura de productos importados del mundo y, como consecuencia, dicha correspondencia ha contribuido al 164,72% del alza de valor de exportación.

6. Conclusión y sugerencias

Basándose en datos de UN Comtrade, este trabajo analiza en primer lugar la serie de evoluciones experimentadas por la carne exportada desde Argentina a China entre 2008 y 2022. En términos del valor, las exportaciones experimentaron un descenso fluctuante entre 2008 y 2013, seguido de una elevada tasa de crecimiento a partir de 2014 y algunas fluctuaciones después de 2020. La proporción de las importaciones de China procedentes de Argentina en las importaciones totales, experimentó grandes fluctuaciones interanuales con un descenso hasta 2013, un aumento a partir de 2014 y también algunas fluctuaciones después de 2022, con una tendencia similar a la de las exportaciones argentinas. El porcentaje de exportaciones argentinas a China respecto a las totales se mantiene relativamente plano hasta 2014, empieza a aumentar a partir de 2015 y se sitúa por encima del 50% después de 2019. En términos de mezcla de productos, la carne de ave y la bovina han sido los productos principales que exporta Argentina a China en los 15 años pasados. Entre 2008 y 2012, casi todas las exportaciones de carne argentina a China son de carne de ave, mientras que a partir del incremento significativo en 2013, la proporción de carne bovina ha ido aumentando año tras año, llegando a más del 90% en 2022. Esta tendencia también ha aparecido en la canasta de las importaciones totales y la estructura de carnes de exportaciones argentinas. Esto no solo refleja que la demanda de carne del mercado chino ha tenido un gran cambio, sino que China tiene cada vez más influencia como mercado importador de Argentina de modo que a medida que ha aumentado el valor de exportación a China, esta se ha convertido en el mayor mercado de exportación para la carne argentina, cambiando la estructura de productos exportados de Argentina.

El presente trabajo divide los últimos quince años en tres fases sobre la base de la tendencia de las exportaciones de carne argentina a China, y utiliza el modelo CMS para calcular el volumen comercial de cada fase, así como el volumen comercial global, con el fin de explorar las causas de sus fluctuaciones comerciales. Analizando los resultados de los cálculos, se puede concluir que la principal causa de la disminución del volumen de las exportaciones argentinas de carne a China durante el período 2008-2013 fue la disminución de la competitividad de los productos, mientras que el cambio en la mezcla de productos de las exportaciones argentinas en 2013 no tuvo un impacto significativo en el volumen total del comercio a corto plazo; durante el período 2014-2019, el crecimiento de la economía, la mejora de la competitividad de la carne argentina, la optimización de la mezcla de productos y los positivos efectos secundarios de estos factores son todos elementos importantes que contribuyen al aumento significativo del volumen de exportación durante; el menor crecimiento y la mayor volatilidad interanual del valor de las exportaciones argentinas a China en el período 2020-2022, que se deben principalmente a la desaceleración de las actividades económicas afectadas por acontecimientos internacionales como la epidemia del Covid-19, que ha conducido a un efecto de crecimiento menos pronunciado, y la disminución de la competitividad de los productos, así como la interacción entre la situación económica y la competitividad que también son causas importantes de las fluctuaciones. Sin embargo, la profundización de la transformación de la mezcla de productos en este período (con la expansión de la participación de la carne vacuna en las exportaciones totales) siguió apoyando fuertemente el crecimiento del volumen total de la exportación en 2022. En términos de cambios globales durante el período 2008-2022, la expansión de la demanda del mercado debido al desarrollo económico de China y la interacción de los cambios en la mezcla de productos de las exportaciones argentinas a China y la de las importaciones totales de China, han sido los principales impulsores de las exportaciones de carne argentina a China durante la última década y media, mientras que la competitividad del producto ha tenido un rendimiento inferior.

En resumen, el resultado del análisis muestra que, entre los factores que afectan a las fluctuaciones comerciales de las exportaciones de carne argentina a China, los cambios en la demanda del mercado chino, la transformación de la combinación de productos y los efectos secundarios provocados por ambos han contribuido positivamente al comercio, mientras que la falta de competitividad de la carne argentina ha sido una importante limitación para el desarrollo del comercio.

Según las estadísticas del comercio en los 10 años pasados, el mercado chino no solo ha ocupado un mayor porcentaje en la exportación de carne de Argentina, sino que también ha promovido su desarrollo en gran medida. Además, la industria agrícola en Argentina cuenta con una buena base y condiciones de desarrollo. La carne argentina, especialmente la carne bovina, es de alta calidad, y cuando esta se introdujo por primera vez en China alrededor de 2013, consiguió ampliar las exportaciones argentinas a ese país creando demanda de los consumidores locales gracias a su ventaja comparativa. (Espinosa y Dal Pont, 2019) En la actualidad, según las investigaciones existentes (Qi, Han y Long, 2020; Zhu, Li y Chen, 2021) y el informe de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2023), la demanda china de dicha carne tiene todavía un gran potencial de crecimiento, y las importaciones de carne bovina son la vía preferida para satisfacer esta demanda. Todos estos hechos muestran que el desarrollo del comercio de carne entre

China y Argentina es de gran potencial. A fin de promover las cooperaciones comerciales entre ambos países, el presente trabajo plantea algunas sugerencias.

En primer lugar, la autoridad y los exportadores argentinos deberían prestar atención a la publicidad de la carne argentina en China y cooperar activamente con las empresas chinas. El análisis del modelo CMS muestra que el crecimiento de la demanda del mercado chino ha sido el factor más crítico que ha impulsado el crecimiento en los últimos 15 años. La carne argentina (especialmente la carne bovina) ya tiene una cierta base de consumidores en China, por lo que el gobierno y las empresas argentinas deberían intensificar sus esfuerzos promocionales en China para cultivar los hábitos de consumo y ampliar la demanda de los consumidores.

En segundo lugar, las empresas chinas y argentinas pueden cooperar bilateralmente para reforzar la cadena de suministro, reduciendo así los costes y aumentando la competitividad de los productos. Una conclusión del análisis del modelo CMS es que el descenso de la competitividad de la carne argentina es uno de los factores que limitan el crecimiento de los volúmenes comerciales. Además, los datos sobre la combinación de productos de las exportaciones de carne argentina en los últimos años sugieren que la gran mayoría de las exportaciones de carne argentina a China son congeladas, lo que implica que el desarrollo del comercio electrónico y los avances tecnológicos en la industria logística global en los pasados años 10 han impulsado enormemente el desarrollo del comercio. Las investigaciones anteriores también han enfatizado la importancia de la cadena de valor en este sector. (Daireaux y Torello, 2022) Por todo esto, se puede deducir que la distancia geográfica impone costes altos de transporte y refrigeración. Para enfrentar el problema, las empresas chinas y argentinas deben aumentar la inversión en la tecnología logística, centrarse en mejorar y mantener la cadena de la industria cárnica y reducir los costes del transporte para mejorar la competitividad de los precios.

Por último, los Gobiernos chino y argentino deberían esforzarse juntos en reforzar la comunicación y crear un entorno empresarial favorable. Según las investigaciones del sector ganadero (Lerma, Díaz y Burkart, 2022; Sanz, Rodríguez Nievas, Grimaldi y Toro Tesini, 2023), el desarrollo de la ganadería argentina se ha visto afectado mucho por la política que abolió las limitaciones de la exportación de carne y por la vestidura de Mauricio Macri en 2015, lo que demuestra la importancia del apoyo público para la industria. Pero en vista de la actual inestabilidad social y política de Argentina, es de gran importancia para el gobierno argentino mantener el orden económico del país. Además, la prosperidad del comercio China-Argentina depende de la existencia de buenas relaciones diplomáticas. Por ejemplo, la prosperidad del comercio China-Argentina a partir de 2014 se vio impulsada por el establecimiento de una asociación estratégica integral entre ambos países en 2013, y Argentina ha participado cada vez más activamente en la iniciativa "la Franja y la Ruta" en los últimos años. Ante la inestabilidad del entorno político nacional e internacional de Argentina, los gobiernos de ambas partes deben insistir en la comunicación, participar activamente en la cooperación bilateral y multilateral, y trabajar para eliminar las barreras comerciales a fin de proporcionar un entorno favorable para el desarrollo del comercio.

Bibliografía

- (Alonso y Szpak, 2020) Alonso, C., y Szpak, C. (2020). Mercado internacional de carne vacuna: evolución reciente de los flujos comerciales y situación de Argentina. *SaberEs*, 12(1), 21-43.
- (Contreras-Castillo, 1999) Contreras-Castillo, J. M. (1999). La competitividad de las exportaciones mexicanas de aguacate: un análisis cuantitativo. *Revista Chapingo serie horticultura*, 5, 393-400.
- (Córdoba Méndez, Quiroz Yañez y Parra González, 2019) Córdoba Méndez, O. A., Quiroz Yañez, L., y Parra González, K. I. (2019). *Carne de res a China* (Doctoral dissertation, Universidad Veracruzana. Facultad de Contaduría y Administración. Región Xalapa).
- (Daireaux y Torello, 2022) Daireaux, S., y Torello, P. (2022). Estudio de la cadena de valor de la carne de exportación en Argentina para una idea de negocio B2B.
- (Duarte y David, 2015) Duarte, L., y David, N. (2015). *Análisis de La Competitividad de La Soja y La Carne Bovina En Paraguay En El Periodo de 2005 a 2014*. Universidade Federal Da Grande Dourados.
- (Espinosa y Dal Pont, 2019) Espinosa, C., y Dal Pont, S. (2019). Inserción comercial de productos agroalimentarios en China: el caso de la carne vacuna argentina y el café colombiano. *Latitud SUR (En línea) ISSN 2683-9326*, (14), 42-62.
- (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2023) Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). Meat Market Review. En: <https://www.fao.org/markets-and-trade/publications/detail/en/c/1620239/>.
- (Girado y Burgos 2015) Girado, G. A., y Burgos, M. (2015). *Veinte años de relaciones comerciales entre China y Argentina*. Centro de Economía y Finanzas para el Desarrollo de la Argentina, CEFID-AR.
- (Han y Liu, 2021) Han, L., y Liu, C. (2021). Análisis de la situación económica de la ganadería china y estudio de las medidas correspondientes. *Revista China de Ganadería*, 2, 224-230.
- (Jepma, 1986) Jepma, C. J. (1986). Extensions and application possibilities of the constant market shares analysis. The case of the developing countries export.

- (Leamer y Stern, 2017) Leamer, E. E., y Stern, R. M. (2017). *Quantitative international economics*. Routledge.
- (Lerma, Díaz y Burkart, 2022) Lerma, L. M., Díaz Baca, M. F., y Burkart, S. (2022). Public policies for the development of a sustainable cattle sector in Colombia, Argentina, and Costa Rica: A comparative analysis (2010–2020). *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 6, 722522.
- (Lin, 2017) Lin, H. (2017). Las relaciones económicas y comerciales entre China y Argentina en la era de Mauricio Macri. *Relaciones internacionales*, 26(53), 229-237.
- (Liu, 2017) Liu, C. (2017). Análisis de las causas de las fluctuaciones comerciales de productos agrícolas entre China y los países de Latinoamérica. *Revista de la Universidad Agrícola del Sur de China*, 16(4), 132-140.
- (Madrigal y Boza, 2013) Madrigal, F., y Boza, M. (2013). La competitividad en las exportaciones de papaya de México: un análisis cuantitativo. *Revista de Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacionales*, 2, 27-54.
- (Marin, 2022) Marin, A. (2022). *Investigación de mercados de carne porcina: exportación de carne porcina entrerriana a la República Popular China (2021)* (Bachelor's thesis, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales).
- (Moreno, Paturllanne, Mariano y Pérez, 2021) Moreno, S. F., Paturllanne, J. L., Mariano, R., y Pérez, S. A. (2021). Desempeño exportador de carne bovina en La Pampa (Argentina): 2003-2019. *Estudios económicos*, 38(77), 65-81.
- (Oviedo, 2015) Oviedo, E. D. (2015). El ascenso de China y sus efectos en la relación con Argentina. *Estudios internacionales (Santiago)*, 47(180), 67-90.
- (Qi, Han y Long, 2020) Qi, H., Han, X. y Long, W. (2020) Cómo satisfacer la creciente demanda de carne bovina en China: expandir la producción o aumentar la importación. *Cuestiones de Economía Agraria* (11), 87-96.
- (Sanz, Rodríguez Nuevas, Grimaldi y Toro Tesini, 2023) Sanz Cerbino, G., Rodríguez Nuevas, V., Grimaldi, N., y Toro Tesini, M. D. R. (2023). Los empresarios argentinos frente a las relaciones comerciales y diplomáticas con China: un acercamiento a las bases económico-sociales de la política exterior del gobierno de Cambiemos, 2016-2019. *Foro internacional*, 63(1), 41-84.
- (Song y Hu, 2019) Song, H. y Hu, B. (2019). Análisis del comercio de productos agrícolas entre China y Latinoamérica en el contexto de las fricciones comerciales entre China y los Estados Unidos. *Revista de la Universidad de Agricultura del Sur de China (Edición de Ciencias Sociales)*, 18(5), 96-103.
- (Tian y Xiao, 2017) Tian, C., Xiao, H. (2017). Estudio sobre el patrón del mercado importador de China de carne en el contexto de la apertura comercial: un análisis empírico basado en heterogeneidad de producto. *Cuestiones de Comercio Internacional*, (9), 130-141.
- (Tyszynski, 1951) Tyszynski, H. (1951). World trade in manufactured commodities, 1899-1950 1. *The Manchester School*, 19(3), 272-304.
- (Van Der Walt, 2021) Van Der Walt, J. (2021). Debates y Reflexiones por el acuerdo Chino-Argentino para la producción de carne porcina. In *XIV Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- (Wang y Xiao, 2020) Wang, R., Xiao, H. (2020). Análisis de los cambios estructurales en el mercado de importación de productos cárnicos de China y descomposición de sus efectos. *Agricultura Mundial* (12), 4-11+127.
- (Xia y Li, 2010) Xia X. y Li. B. (2010). Análisis empírico de las fluctuaciones de las exportaciones de los productos cárnicos chinos: desde la perspectiva de demanda, estructura y competitividad. *Exploraciones del Comercio Internacional* (09), 40-45.
- (Zhang, 2019) Zhang, Y. (2019). Estudio del nivel de dependencia de los mercados para la importación china de los productos cárnicos. *Revista China de Ganadería*, 8.
- (Zhu, Li y Chen, 2021) Zhu, W., Li, G. y Chen Y. (2021). Distribución de la renta, diferencia en lugar de domicilio y el consumo de carne de vacuno de los residentes urbanos: estudio empírico basado en el modelo de dos columnas generalizado. *Recursos Agrícolas y Zonificación en China*, 42(4), 60-73.

Acta de reunión [ES]

Acta del seminario "Salta: un nuevo puente entre China y Argentina"

Minutes of the seminar "Salta: a new bridge between China and Argentina"

Chuwen Peng

Maestranda de la Escuela de Estudios Extranjeros
Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China
Email: uibe.aliciapeng@gmail.com; ORCID: 0009-0003-9640-7146

Con el objetivo de fortalecer la investigación regional sobre Argentina y América Latina, profundizar los intercambios y la cooperación con instituciones de investigación argentinas, y explorar los caminos y áreas de colaboración entre China y la región de Salta en Argentina, la mañana del 20 de octubre de 2023, se llevó a cabo en Beijing el seminario "Salta: un nuevo puente entre China y Argentina". Fue organizado por el Centro de Estudios Argentinos del Instituto de América Latina de la Academia China de Ciencias Sociales (ILAS-CASS), en colaboración con la Facultad de Estudios Extranjeros de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, el Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Changzhou y la Universidad Católica de Salta, de forma híbrida, combinando modalidades en línea y presencial.

El seminario contó con la participación de cerca de 20 expertos y académicos en campos relacionados, incluidos el director del Departamento de Estudios Socio-Culturales del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Academia de Ciencias Sociales de China, el vicerrector de la Universidad Católica de Salta, y representantes de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, entre otros. Se dividió en tres partes: la ceremonia de apertura, la ponencia principal y la conclusión, las cuales fueron llevadas a cabo respectivamente por Lin Hua, secretaria general del Centro de Estudios Argentinos de ILAS-CASS, la Dra. Nicolás Damin, secretaria del Centro de Investigación de Argentina y asesor de asuntos chinos en la provincia de Salta en Argentina, así como el profesor titular Wang Zigang de la Facultad de Estudios Hispánicos de la Universidad de Economía y Comercio Internacional. Los discursos temáticos que se abordaron incluyeron "Economía de Salta", "Cultura de Salta", "Educación de Salta" y "Empresas chinas en Salta".

Al inaugurar este seminario, Guo Cunhai, director del Departamento de Investigación Social y Cultural del Instituto de Investigaciones Latinoamericanas de la Academia China de Ciencias Sociales y también director del Centro de Estudios Argentinos, extendió una cálida bienvenida y agradeció a todos los distinguidos invitados reunidos en el foro. Repasó la gloriosa historia y el posterior declive de la provincia de Salta, señalando que el siglo XIX representó su "Edad de Oro", cuando se erigió como un eje cultural y económico clave en el noroeste de Argentina e incluso en todo el país. Sin embargo, después entró en un extenso período de inactividad, lo que le valió el apodo de "Bella Durmiente". Guo manifestó el deseo compartido por China y el mundo entero por presenciar el renacimiento de Salta. En lo que respecta a las relaciones entre China y Argentina, sostuvo que, a pesar de los obstáculos geográficos y naturales que dificultan la comunicación entre ambos países, "la distancia no es un obstáculo". Desde el establecimiento de relaciones diplomáticas en 1972, China y Argentina han mantenido una relación de socios saludable y estable. Detalló los logros fructíferos de los últimos 50 años en las relaciones China-Argentina desde los aspectos de confianza política, cooperación económica e intercambio diplomático, destacando la profundidad y amplitud de la cooperación bilateral. A pesar de los desacuerdos y desafíos inevitables en el proceso de colaboración, enfatizó que a través de esfuerzos mutuos, desarrollo mutuo y una mayor comprensión mutua, es posible encontrar soluciones razonables a estos problemas. Además, el director Guo señaló especialmente que, en comparación con los logros ya alcanzados por China y Argentina en ámbitos como la política y la economía, todavía queda un gran margen para fortalecer la comunicación cultural y humanitaria entre ambos países, con un gran potencial de desarrollo. Él mencionó que la Universidad Católica de Salta puede desempeñar un papel crucial en este aspecto, siendo no solo un nuevo puente de intercambio cultural, sino también una plataforma importante para

Cita: Chuwen, P. (2024). Acta del seminario "Salta: un nuevo puente entre China y Argentina". *Ibero-América Studies*, 7(1), 111-114.

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.11>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: noviembre 2023. **Aceptado:** febrero 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

el desarrollo de las relaciones entre ambos países.

A continuación, Constanza Didierich, la vicerrectora de la Universidad Católica de Salta, presentó a través de un video en línea un panorama completo sobre la trayectoria, filosofía educativa y visión futura de la institución. Resaltó que, desde su fundación, UCASAL se ha destacado en ser líder en el ámbito educativo, especialmente en la educación a distancia, convirtiéndose en un referente importante no solo en Argentina, sino también en toda América Latina. Según Didierich, la UCASAL se distingue por su modelo educativo, el cual pone al estudiante en el centro, promoviendo su desarrollo integral y el cultivo del pensamiento crítico. A su vez, mantiene un marcado carácter internacional mediante la colaboración con universidades y centros de investigación alrededor del mundo, ofreciendo así valiosas oportunidades de intercambio para sus estudiantes. Por otro lado, UCASAL ha logrado significativos avances en innovación tecnológica y en el ámbito del servicio social, mediante la inversión en tecnologías educativas de última generación y el impulso de proyectos de investigación que contribuyen al avance científico y tecnológico. La universidad también se dedica activamente al servicio comunitario, utilizando el conocimiento académico para enfrentar problemas sociales. Según ella, UCASAL tiene el compromiso de continuar mejorando la calidad educativa, fortaleciendo la cooperación con socios internacionales, fomentando la innovación tecnológica y formando a futuros líderes con una visión global, responsabilidad social y habilidades de liderazgo. La universidad aspira a hacer una contribución aún mayor al desarrollo educativo y tecnológico a nivel global, a través de un incremento en el intercambio y la colaboración internacional.

Alejandro Patrón Costas, el vicepresidente de la Universidad Católica de Salta, hizo una introducción a la economía de Salta en línea. Detalló la situación económica y el potencial de inversión en la provincia de Salta, señalando que, Salta, situada en el noroeste de Argentina, cuenta con una ubicación geográfica privilegiada y abundantes recursos naturales, siendo uno de los pilares económicos del país. Indicó que la economía de Salta se centra en tres áreas principales: minería, agricultura-ganadería y turismo. Además, la provincia posee ricos recursos minerales, destacándose el litio, el petróleo y el gas natural. En los últimos años, con el aumento de la demanda mundial de vehículos eléctricos, el litio de Salta ha captado especial atención en el mercado internacional. Adicionalmente, la provincia es un importante polo agrícola en Argentina, con cultivos como maíz, caña de azúcar, tabaco y cítricos. El desarrollo agrícola no solo genera empleo local, sino que también es un componente crucial del comercio exterior de Salta. La industria en Salta se centra en la producción de azúcar y vino, dos sectores con una larga historia y reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional, especialmente el vino tinto producido en la provincia. Alejandro Patrón Costas, Vicerrector de la Universidad Católica de Salta, realizó una presentación en línea sobre la economía de Salta. Explicó detalladamente la situación económica de la provincia de Salta y su potencial para la inversión, destacando su ubicación privilegiada en el noroeste de Argentina, su riqueza en recursos naturales y su papel fundamental en la economía nacional. Señaló que la economía salteña se concentra principalmente en tres sectores: minería, agropecuaria y turismo. En primer lugar, la provincia es rica en recursos minerales, destacando especialmente el litio, el petróleo y el gas natural. Y con el aumento global de la demanda de vehículos eléctricos en años recientes, el litio de Salta ha captado una atención especial en el mercado internacional. En segundo lugar, la provincia es un importante centro agrícola de Argentina, con cultivos predominantes como el maíz, la caña de azúcar, el tabaco y los cítricos. El desarrollo agrícola no solo proporciona empleo local, sino que también es un componente clave del comercio exterior de Salta. La industria de la provincia se destaca por la producción de azúcar y vino, dos sectores con una larga historia y reconocimiento tanto nacional como internacional, especialmente por los vinos tintos producidos en la región. El turismo también juega un papel crucial en la economía de la provincia, con su belleza natural única, clima cálido y rica herencia cultural que atrae a numerosos visitantes nacionales e internacionales. Salta alberga varios parques nacionales y áreas protegidas, como la Quebrada de las Conchas y la Quebrada de Humahuaca, famosas por sus impresionantes paisajes y formaciones geológicas únicas. El Vicerrector Patrón Costas enfatizó el enorme potencial económico de la provincia de Salta, especialmente en áreas como las energías renovables, la tecnología agrícola y el desarrollo turístico, lo cual resulta muy atractivo para las empresas chinas. Manifestó que el gobierno de la provincia de Salta da la bienvenida a los inversores internacionales, especialmente a las empresas chinas, para invertir en Salta, ofreciéndoles diversas facilidades y apoyo con el fin de explorar oportunidades de cooperación y lograr beneficios mutuos.

Luego, Ignacio Villagrán, director del Centro de Estudios Argentina-China de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, pronunció un discurso sobre el intercambio y cooperación cultural entre Salta y China. Destacó que Salta busca un intercambio cultural integral con China, basado en la idea de cooperación para beneficio mutuo y ganancia compartida. Enumeró varios logros recientes en el intercambio cultural entre Salta y China: en 2018, la Universidad Católica de Salta firmó un memorando de entendimiento con la Universidad de Minería de China; en 2021, UCASAL participó en la 24ª Conferencia de Inversión de Xuzhou, buscando oportunidades de negocio con Xuzhou, lo que llevó a la implementación de importantes proyectos en Pengcheng. Posteriormente, Salta estableció una ciudad hermana con esta ciudad; en 2022 se creó el Centro Conjunto de Investigación del Desarrollo de Recursos Minerales China-

Argentina y en 2023, UCASAL lanzó la "Semana de China", una campaña de promoción cultural que presentó a los estudiantes locales antiguas pinturas murales chinas, caligrafía tradicional china y danzas de minorías étnicas, entre otras. Recientemente, la UCASAL lanzó clases de chino en línea que brindan a la comunidad local una nueva vía para aprender el idioma chino y conocer la cultura de China. Esta medida no solo refleja la importancia que Salta otorga a la promoción de la educación lingüística y el intercambio cultural, sino que también construye un puente para fomentar la comprensión y amistad culturales entre los pueblos de ambos países. El director Villagrán enfatizó que la Universidad Católica de Salta continuará fortaleciendo los estudios sobre China y explorando nuevas vías para profundizar la confianza y cooperación culturales entre ambas regiones a través de más intercambios académicos y proyectos culturales. Este continuo esfuerzo tiene como objetivo realizar mayores contribuciones para promover relaciones de amistad entre los pueblos de ambos países. Villagrán concluyó que estos logros no solo muestran la diversidad y transversalidad del intercambio cultural entre ambos lugares, sino que también establecen una base sólida para futuras cooperaciones.

Después, Marco Limarino, decano de la Escuela de Negocios de UCASAL, ofreció una perspectiva enriquecedora sobre la Educación de Salta. Su enfoque principal resaltó la necesidad de establecer un marco sólido y multifacético para la cooperación, que trascienda lo económico e incursione en lo social, cultural y educativo. Puso de relieve la importancia de la tecnología y la educación, destacando iniciativas como el programa de MBA para estudiantes chinos y la transferencia tecnológica, como ejes para profundizar los lazos bilaterales. Además, subrayó el papel esencial de la cultura y el bienestar en la creación de una cooperación genuina y duradera. Reconoció el potencial económico, especialmente en el sector minero, como un área atractiva para la inversión, y abogó por la innovación en la educación a distancia y la mejora de la calidad docente como medios para fortalecer las relaciones. La internacionalización y la colaboración global, incluida la cooperación con instituciones de EE. UU. para programas de doble titulación, se destacaron como fundamentales para ampliar el alcance de la cooperación. Zottele concluyó resaltando la importancia de un modelo académico y cultural único que fomente una cooperación más profunda y significativa, basada en el entendimiento mutuo, la innovación y el diálogo constructivo entre China y Argentina.

Durante el intermedio de la conferencia, Paola Guañuna, una doctoranda en Gestión Educativa de la Universidad Normal de Pekín, compartió su trayectoria de estudio desde México hasta Los Ángeles y finalmente a China. Expresó que China es un país cálido y acogedor, casi como su segundo hogar, donde ha tenido la oportunidad de explorar lugares turísticos, económicos y académicos, lo que le ha permitido comprender profundamente el país. Paola detalló cómo logró estudiar en China gracias a una beca del Comité Nacional de Becas, una beca para estudiantes internacionales bajo la iniciativa de la Franja y la Ruta, y una beca interna de la Universidad Normal de Pekín. Luego, compartió su enriquecedora vida diaria en la universidad, mencionando que cada aspecto de su vida y estudio allí le resulta fresco y divertido. Vivir en un dormitorio compartido le ha permitido forjar amistades, tiene la libertad de elegir cursos de su interés y, por supuesto, se ha acostumbrado a recibir tareas a través de WeChat. Ella considera que aprender chino es un viaje lleno de diversión, durante el cual puede profundizar en la cultura china. Mediante la participación en actividades extracurriculares diversas como el Tai Chi, la celebración del Festival del Medio Otoño, y clases con un ambiente multicultural, no solo tiene la oportunidad de experimentar el encanto único de la cultura china, sino también de disfrutar de la interacción con amigos chinos y personas de otros orígenes culturales. Todas estas actividades se llevan a cabo en un entorno enriquecedor.

En la presentación de "Empresas en Salta", Lv Kai, director de la oficina de Sudamérica de la Ningbo Brunp Contemporary Amperex Co. Ltd., detalló la experiencia dura de dicha empresa en Argentina durante 12 años. Lv Kai dividió el desarrollo de las empresas chinas en Argentina en tres etapas. En la primera etapa, antes de 2012, había menos de 40 empresas chinas en Argentina, con un tamaño pequeño y principalmente invirtiendo en la industria minera. En la segunda etapa, de 2012 a 2014, el número de empresas chinas aumentó significativamente a más de 200, centrándose en la construcción de infraestructuras. La tercera etapa comenzó en 2015, beneficiada por la cooperación económica y comercial entre los gobiernos de China y Argentina, lo que permitió que más empresas ingresaran a Argentina, diversificando las industrias de inversión directa, incluyendo alimentos y minería. Especialmente en el Triángulo del Lito en América del Sur, la provincia de Salta es la más desarrollada económicamente, atrayendo a muchas empresas para el desarrollo de la industria del litio. Lu Kai enfatizó que dicha empresa en Argentina siempre ha mantenido cuatro principios: implementar activamente la iniciativa "La Franja y la Ruta", garantizar un desarrollo económico saludable en la industria del litio, exportar tecnología y cumplir con la responsabilidad social. Mencionó que, como una empresa minera extranjera, es importante establecer buenas relaciones con la gente local, adaptarse e integrarse en la cultura local, ya que es inevitable que surjan fricciones con los empleados locales debido a las largas horas de trabajo. En este sentido, los empleados de la empresa celebran juntos festividades como el Año Nuevo, mostrando la belleza del intercambio cultural. Para fomentar aún más la comprensión y la integración cultural entre ambos países, Lv Kai propuso que las empresas chinas que salen al extranjero deben cumplir activamente con la responsabilidad social. En este aspecto, la empresa

expresó su deseo de colaborar con UCASAL en el futuro para establecer una escuela de chino para niños locales, con el objetivo de que más niños locales aprendan sobre la cultura china. Aspiró a colaborar con UCASAL para lograr este objetivo y de esta manera, que más personas conozcan Argentina, a la que él llama "Hermoso país", profundizando así la comprensión y amistad entre ambos pueblos.

Como parte de la clausura, Zheng Haoyu, vicedirectora de la Escuela de Estudios Extranjeros de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, pronunció el discurso de clausura bajo el marco de la cooperación sino-argentina. Señaló que el año 2023 marca el décimo aniversario de la iniciativa "La Franja y la Ruta" propuesta por el Presidente Xi Jinping, y la región de América Latina y el Caribe es una extensión natural de la Ruta de la Seda Marítima del Siglo XXI y un participante crucial e indispensable en la construcción de "La Franja y la Ruta". En este contexto, la UIBE, como una universidad abierta, siempre ha estado comprometida con el establecimiento y fortalecimiento de la cooperación y el intercambio internacional, especialmente en lo que respecta a la cooperación entre China y América Latina. Propuso que en el futuro la UIBE establecerá una plataforma especializada para la cooperación entre China y América Latina, con el objetivo de fomentar el comercio económico, el intercambio cultural y la cooperación educativa entre ambos. Se enfocará en fortalecer las relaciones bilaterales entre Beijing y Salta, resaltando el papel crucial de Salta en las relaciones entre China y América Latina. A través de esta plataforma, se espera organizar más actividades de intercambio académico, proyectos de investigación colaborativos y programas de intercambio de estudiantes y profesores en el futuro. Estas colaboraciones sustanciales no solo profundizarán la comprensión y la amistad mutua, sino que también contribuirán al desarrollo económico y la prosperidad cultural de ambas regiones. Mirando hacia el futuro, Zheng Haoyu mencionó que la UIBE seguirá ampliando su cooperación con instituciones argentinas, y espera colaborar con más socios para explorar juntos nuevas oportunidades de cooperación. Al final, expresó su sincero agradecimiento a todos los invitados, profesores y estudiantes que participaron en el evento.

Al concluir el seminario "Salta: un nuevo puente entre China y Argentina", Wang Zigang, profesor titular de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, tomó la palabra para realizar un resumen final del evento. Wang comenzó agradeciendo a los expertos y académicos presentes por su participación activa y sus valiosas contribuciones. Resaltó la relevancia del seminario, calificándolo de significativo y exitoso, reflejando el compromiso y el interés compartido por fortalecer los vínculos entre China y Argentina. Destacó la posición de la provincia de Salta como un emergente y prometedor puente nuevo en las relaciones sino-argentinas. A través de las discusiones y los intercambios realizados durante el seminario, se evidenció el potencial de Salta no solo como un punto de conexión económica, sino también como un catalizador para el intercambio económico, cultural y educativo entre ambos países. Finalmente, expresó su optimismo sobre el futuro de las relaciones sino-argentinas, destacando el papel crucial de seminarios como este en la creación de un terreno fértil para el crecimiento y la cooperación continua. Con estas palabras, cerró el evento, dejando a los asistentes con un sentimiento de satisfacción y la expectativa de futuras colaboraciones.

Acta de reunión [ES]

Acta de la primera conferencia de "la Serie de Seminarios sobre Empresarios Chinos de Ultramar en América Latina y el Entorno Empresarial"

Minutes of the first conference of "the Seminar Series on Overseas Chinese Entrepreneurs in Latin America and the Business Environment"

Yajie Zhao

Maestranda de la Escuela de Estudios Extranjeros
Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China
Email: zhaodaniela995@gmail.com; ORCID: 0009-0001-2914-5276

El 25 de abril de 2023, la primera conferencia de la serie de seminarios sobre empresarios chinos de ultramar en América Latina y el entorno empresarial, organizada por la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Economía y Comercio Internacional y el Instituto de Estudios Chinos de Ultramar, y coorganizada por la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Pekín, el Departamento de Estudios Sociales y Culturales de América Latina de la Academia China de Ciencias Sociales y el CECLA, se llevó a cabo con éxito en la Universidad de Economía y Comercio Internacional junto con el lanzamiento del nuevo libro *Persiguiendo el sueño en América Latina* (逐梦拉丁美洲).

Asistieron a este seminario casi cuarenta personas, incluyendo a Zhu Liu, subdirector del Departamento de Amistad y Contacto de la Federación de Chinos en el Extranjero de China; Zhang Xiuming, subdirector del Instituto de Estudios Chinos de Ultramar; Li Yunbo, decano de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Economía y Comercio Internacional; Wu Jiwei, vicedecano de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Pekín; Xu Shicheng, miembro honorario de la Academia China de Ciencias Sociales; Wang Jingfang, exproductora del programa "El mundo chino" de CCTV; Wang Jiaming, autor de *Persiguiendo el sueño en América Latina* y empresario chino, así como representantes de empresarios chinos de ultramar, expertos en medios de comunicación, académicos de instituciones nacionales y extranjeras y representantes de empresas chinas en América Latina.

La conferencia se centró en las características educativas de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, en los empresarios chinos de ultramar en América Latina y en el entorno empresarial, manteniendo la filosofía de "romper las barreras geográficas y conectar directamente con todos los sectores", con el objetivo de mejorar la comprensión de la situación de desarrollo de los empresarios chinos de ultramar en los países de América Latina y el entorno empresarial, promover el intercambio académico sobre los problemas de los empresarios chinos de ultramar en América Latina y proporcionar una base de referencia para que los departamentos relacionados con los chinos en el extranjero mejoren y ajusten sus políticas.

Empresarios chinos de ultramar en América Latina, un puente importante en las relaciones entre China y América Latina

En el discurso de apertura, el decano Li Yunbo señaló que los chinos de ultramar en América Latina tienen una larga historia y han hecho contribuciones importantes al intercambio cultural entre China y América Latina y al desarrollo de las relaciones económicas y comerciales bilaterales. Frente a los grandes cambios sin precedentes de este siglo, los chinos

Cita: Yajie, Z. (2024). Acta de la primera conferencia de "la Serie de Seminarios sobre Empresarios Chinos de Ultramar en América Latina y el Entorno Empresarial". *Ibero-América Studies*, 7(1), 115-118

DOI: <https://doi.org/10.55704/ias.v7i1.12>

Editores académicos: Ordóñez Huerta, M. Z.

Recibido: julio 2023. **Aceptado:** marzo 2024

Copyright: © 2024 by the authors. Enviado para posible publicación de acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY). (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

de ultramar en América Latina se enfrentan a nuevas oportunidades de desarrollo y también a nuevos desafíos. Instó a los profesores y estudiantes de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Economía y Comercio Internacional a aprender del espíritu empresarial chino en América Latina, a enfocarse en el desarrollo de habilidades de aprendizaje interdisciplinario y de investigación, y a promover la profundización de la investigación relacionada.

Zhu Liu, subdirector del Departamento de Amistad y Contacto de la Federación de Chinos en el Extranjero de China, señaló que 2023 fue un año de avances significativos en las relaciones entre China y América Latina. En este contexto, la vasta comunidad china en América Latina, manteniendo las excelentes cualidades de la nación china de ser trabajadores y valientes, con los pies en la tierra, ha desempeñado un papel importante en la difusión de una imagen positiva de China.

Zhang Xiuming, subdirector del Instituto de Estudios Chinos de Ultramar, explicó con datos específicos el papel único que los empresarios chinos de ultramar en América Latina han desempeñado en el desarrollo económico local y en el intercambio económico y cultural entre China y América Latina, y señaló que en los últimos años, la investigación sobre los chinos de ultramar en América Latina ha logrado resultados fructíferos, reflejando características transregionales y transdisciplinarias, y la Universidad de Economía y Comercio Internacional también ha desempeñado un papel constructivo.

Wu Jiewei, vicedecano de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Pekín, señaló que la experiencia rica y los resultados acumulados por la comunidad académica nacional en el campo de la investigación sobre los chinos de ultramar no serían posibles sin la gran cantidad de información proporcionada por los chinos de ultramar que regresan al país. La Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Pekín y la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Economía y Comercio Internacional tienen una estrecha relación y cooperación profunda, y en el futuro deberían trabajar juntas para promover la construcción de una comunidad académica de investigación sobre los chinos de ultramar.

Xu Shicheng, miembro honorario de la Academia China de Ciencias Sociales, elogió altamente la construcción de la especialidad en español de la Universidad de Economía y Comercio Internacional y, al mismo tiempo, a través de la historia del “Rey de la Soja” en Brasil, explicó el papel clave que los empresarios chinos de ultramar han desempeñado en la promoción del desarrollo de las relaciones entre China y América Latina.

Wang Jingfang, subdirectora de la estación de reporteros de Ningxia de la Radio y Televisión Central de China y exproductora del programa “El mundo chino” de CCTV, presentó la historia de la creación del programa “El mundo chino” y su papel actual. Ella expresó que las relaciones entre China y América Latina ya han entrado en una vía rápida y que ambas partes deberían trabajar juntas para promover la construcción de relaciones entre China y América Latina en la nueva era que sean pacíficas, equitativas, abiertas y mutuamente beneficiosas.

Persiguiendo el sueño en América Latina

Después de la sesión de discursos de los invitados, el presidente Wang Jiaming presentó a los asistentes su nuevo libro *Persiguiendo el sueño en América Latina*. Este libro es el resultado de la suma de doce años de experiencia emprendedora de Wang Jiaming en América Latina, junto con una gran cantidad de teoría y datos enriquecedores, y representa una obra inestimable para comprender América Latina desde la perspectiva de los empresarios chinos de ultramar.

En su discurso, el presidente Wang Jiaming narró vívidamente su historia empresarial en América Latina y analizó, basándose en su experiencia personal, las dificultades y desafíos que enfrentan actualmente los chinos al hacer negocios en América Latina. Finalmente, señaló que el comercio bilateral entre China y América Latina tiene una fuerte complementariedad y un gran potencial para el futuro, pero que el control de riesgos es de suma importancia. Los estudiantes de español deben perfeccionar sus habilidades y contribuir al desarrollo de la cooperación amistosa entre China y América Latina.

A continuación, el profesor Xiao Guoliang de la Facultad de Economía de la Universidad de Pekín y Lu Zhenkai, redactor jefe del Centro de Pekín del “Diario del Pueblo”, comentaron y elogiaron altamente el significado del libro *Persiguiendo el sueño en América Latina*. El presidente Wang Jiaming interactuó calurosamente con los invitados, discutiendo más a fondo las características y el desarrollo de los empresarios chinos de ultramar en América Latina. Al final del evento, el decano Li Yunbo entregó a Wang Jiaming un nombramiento como experto externo de la universidad.

Debate y comunicación

En las sesiones posteriores, expertos académicos, representantes de empresarios chinos de ultramar y representantes de empresas chinas con inversiones en América Latina presentaron informes y dialogaron sobre el desarrollo de los empresarios chinos de ultramar en América Latina y el entorno empresarial.

El experto en asuntos latinoamericanos Wang Weihua revisó la historia de la inmigración china en Panamá en sus primeras etapas y consideró que la actitud general del gobierno panameño hacia China es muy positiva, reconociendo el entorno empresarial que enfrentan los empresarios chinos de ultramar en Panamá y el papel fundamental que han jugado los chinos de ultramar en el establecimiento de relaciones diplomáticas entre China y Panamá. El experto en asuntos latinoamericanos Zhang Tuo, analizando el contexto de los grandes cambios sin precedentes y la nueva “ola rosa” de la izquierda en América Latina, discutió las nuevas oportunidades y desafíos para el desarrollo en América Latina, enfatizando que los chinos de ultramar deben prestar mucha atención a los ajustes de las políticas macroeconómicas en América Latina, capturar la dirección del desarrollo de las industrias prioritarias, estar atentos al impacto de la inflación en América Latina en los precios de los bienes de los empresarios chinos de ultramar y aprovechar la tendencia de la internacionalización del yuan. Li Wenzhong, miembro de la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino que reside en el extranjero y líder de la comunidad china en Argentina, compartió su experiencia en la industria del comercio exterior de la medicina tradicional china en América Latina, señalando que las empresas chinas deben prestar más atención a la realización de su responsabilidad social y retribuir a la sociedad local.

Yan Jia, vicepresidenta ejecutiva de la Asociación de Compatriotas de Jiangsu en Brasil, describió el entorno empresarial para los empresarios chinos de ultramar en Brasil y, utilizando la Agencia de Noticias Sino-Brasileña como ejemplo, discutió el papel que desempeñan los medios de comunicación chinos en las relaciones entre China y Brasil. Ella cree que los empresarios chinos de ultramar deberían probar modelos comerciales diversificados en Brasil y buscar el reconocimiento de la generación joven brasileña hacia China. Cai Weiming, ex vicepresidente de la Asociación de Chinos de Ultramar en la Guayana Francesa, compartió su experiencia migratoria, el entorno de inversión local y una descripción general de los empresarios chinos de ultramar, señalando que las industrias de oro y petróleo en Surinam merecen una mayor atención por parte de los empresarios chinos de ultramar y las empresas chinas con inversiones en el país. Li Shuqiang, presidente ejecutivo del Departamento de Chinos de Ultramar de la Asociación de Chinos de Ultramar en Ecuador, presentó la situación nacional y de la comunidad china en Ecuador, donde los empresarios chinos de ultramar han logrado gradualmente la mejora y transformación de la escala de producción, y los chinos de ultramar podrían considerar adoptar modelos de gestión modernos para desarrollar intensamente la agricultura y la acuicultura en Ecuador.

La Dra. Wu Yifan de la Universidad de Barcelona en España compartió sus hallazgos de investigación sobre el desarrollo de los empresarios chinos de ultramar en Chile, presentando principalmente la historia y el desarrollo de la comunidad china en Chile y el estado actual de las industrias de restaurantes y comercio en las que participan los empresarios chinos de ultramar de Guangdong y Zhejiang. También ofreció su perspectiva sobre los problemas legales, de seguridad y lingüísticos que enfrentan los empresarios chinos de ultramar en Chile, así como los problemas que encuentran al colaborar con empresas chinas con inversiones en el país. Xue Qixin, profesora del Departamento de Español de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, revisó la historia de los empresarios chinos de ultramar y la sociedad china en Cuba, presentando el desarrollo y los cambios de la comunidad china y los empresarios chinos de ultramar en La Habana durante tres períodos históricos: la primera mitad del siglo XX, después del triunfo de la Revolución Cubana hasta finales de los años 80, y desde principios de los años 90 hasta la actualidad. Zhou Feng, miembro del Consejo de Investigación de Chinos de Ultramar de la Provincia de Zhejiang y profesor adjunto del Instituto de Chinos de Ultramar de la Universidad de Wenzhou, informó sobre los empresarios chinos de ultramar de Qingtian en América Latina, presentando la historia de desarrollo y la disposición comercial de los empresarios chinos de ultramar de Qingtian en América Latina, y resumiendo las experiencias exitosas y los problemas que enfrentan los empresarios chinos de ultramar de Qingtian en diferentes países latinoamericanos a través de casos representativos, así como posibles medidas de respuesta.

Meng Yixiong, responsable de recursos humanos chinos de la empresa minera China Minmetals en Las Bambas, Perú, compartió su experiencia personal y analizó la situación general de las empresas chinas con inversiones en Perú, destacando las ventajas únicas y los problemas que enfrentan los empresarios chinos de ultramar locales. Cree que las empresas chinas con inversiones en el país y los empresarios chinos de ultramar locales deberían complementarse mutuamente y desarrollarse en coordinación, pero para promover una interacción más profunda entre ambos, se necesita un mayor impulso de los consulados y embajadas. Jin Wenmo, gerente general de la sucursal argentina del Grupo Internacional de Construcción de China Energy Engineering, compartió su experiencia laboral en Argentina, las

características y la escala de la comunidad china en Argentina, así como la situación de interacción y cooperación entre las empresas chinas con inversiones en el país y los empresarios chinos de ultramar locales. Ella cree que, aunque ambos muestran potencial para la cooperación coordinada, también existen algunos problemas objetivos, y la incorporación de empleados chinos de segunda generación podría ser uno de los puntos de entrada para la cooperación coordinada.

Zhang Xiuming, subdirector del Instituto de Estudios Chinos de Ultramar; Zhang Huanping, subeditora de "Investigación Histórica de Chinos de Ultramar"; He Bingzi, asistente de investigación del Departamento de Estudios Sociales y Culturales de América Latina de la Academia China de Ciencias Sociales; y Zhang Xiaoxu, estudiante de doctorado del Instituto de Estudios de América Latina de la Academia China de Ciencias Sociales, participaron en una discusión más profunda con los ponentes durante la sesión de informes.

Finalmente, la vicedecana Zheng Haoyu pronunció el discurso de clausura, señalando que los chinos de ultramar han hecho contribuciones importantes al desarrollo de nuestro país y que su historia de lucha nos muestra el espíritu empresarial chino de "vivir en el extranjero con el corazón en la patria". Ella alentó a profesores y estudiantes a aprender del espíritu empresarial chino, a esforzarse y a estar a la altura de los tiempos. Con esto, la primera conferencia de la serie de seminarios sobre empresarios chinos de ultramar en América Latina y el entorno empresarial, junto con el lanzamiento del nuevo libro *Persiguiendo el sueño en América Latina*, llegó a una conclusión exitosa.

A través de un debate apasionado, los participantes coincidieron en que los empresarios chinos de ultramar en América Latina tienen una importancia significativa para el desarrollo de las relaciones entre China y América Latina. La comunidad académica debería comprender mejor a los empresarios chinos de ultramar en América Latina, prestar atención a su desarrollo y al entorno empresarial, fortalecer la investigación relacionada, construir un mecanismo de intercambio efectivo entre múltiples partes y aprovechar plenamente el papel importante de los empresarios chinos de ultramar en América Latina a medida que las relaciones entre China y América Latina entran en una nueva era.

DECLARACIÓN DE LA RETRACCIÓN DE ARTÍCULO

Por este medio, la revista *Ibero-América Studies* comunica formalmente la retractación del artículo titulado "Hernando de los Ríos Coronel y la conquista de la Isla de Formosa", con DOI <https://doi.org/10.55704/ias.v6i2.04>, publicado en el septiembre de 2023 (Vol.6), escrito por Jingxiang Wei. Esta decisión se toma debido a un plagio del artículo de Guadalupe Pinzón Ríos ("Hernando de los Ríos Coronel y su propuesta para la conquista de la isla de Formosa" publicado en 2021 en el libro Diego de Pantoja y China. Reflexiones sobre las relaciones históricas entre China y el mundo hispánico, editado en China por Social Sciences Press). Asumimos la responsabilidad por los inconvenientes causados y agradecemos la comprensión de nuestros lectores y colaboradores.

Carlos Alberto Sánchez
Editor en Jefe de *Ibero-América Studies*
marzo de 2024

CALL FOR PAPERS VOL.8 (EDICION ESPECIAL)

FORO CHINA-CELAC: DIEZ AÑOS DE RETROSPECTIVA, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

El año 2024 marca el décimo aniversario de la creación del Foro China-CELAC, un hito importante en el desarrollo de las relaciones entre China y América Latina y el Caribe (ALC), así como un nuevo punto de partida para la cooperación entre ambas partes. En los últimos diez años, el Foro China-CELAC ha sido una plataforma importante para la cooperación entre China y ALC, impulsando la cooperación integral entre las dos partes y desempeñando un papel positivo en la estabilidad y el desarrollo de las relaciones entre China y ALC. La creación del Foro China-CELAC marcó el inicio de una nueva era en las relaciones entre China y ALC, caracterizada por la cooperación integral y la cooperación bilateral que se complementan y se impulsan mutuamente. Bajo el marco del Foro China-CELAC, se ha establecido una red de diálogo y cooperación entre China y ALC de múltiples niveles, amplios ámbitos y todo tipo de dimensiones, que abarca más de 20 áreas y ha celebrado más de 80 eventos, incluidas tres reuniones ministeriales. El desarrollo del Foro China-CELAC también refleja la fuerte resiliencia y el potencial de desarrollo de las relaciones entre China y ALC. En el contexto de la débil recuperación de la economía mundial y el aumento de la turbulencia en la situación internacional, las dos partes deben seguir mejorando el efecto impulsor del Foro China-CELAC y ampliar la cooperación mutuamente beneficiosa de alto nivel en áreas como la convergencia estratégica, el intercambio económico y comercial, el intercambio científico y tecnológico, etc., inyectando más estabilidad y dinamismo al desarrollo integrado y mutuamente promotor de la modernización.

Con motivo de este décimo aniversario, *Ibero-América Studies* (IAS) tiene previsto publicar una edición especial titulada "Foro China-CELAC: diez años de retrospectiva, situación actual y perspectivas" [número 2 de 2024 (Vol.8)]. Esperamos que a través de esta edición especial se pueda mostrar de forma concentrada el proceso y los logros del desarrollo del Foro China-CELAC, explorar la construcción del mecanismo y el desempeño de las funciones del Foro China-CELAC, y prospectar la convergencia estratégica y las perspectivas de cooperación del Foro China-CELAC, con el fin de promover el entendimiento mutuo y la integración cultural entre China y ALC, y construir una comunidad de destino compartido entre China y ALC, aglutinando ampliamente el consenso y la plataforma de intercambio académico.

Los temas de esta edición especial incluyen, pero no se limitan a:

- ◇ Relaciones entre China y ALC
- ◇ Cooperación e inversión económica y comercial entre China y ALC
- ◇ Cooperación agrícola entre China y ALC
- ◇ Intercambio y aprendizaje mutuo cultural y humano entre China y ALC
- ◇ Reducción de la pobreza y desarrollo
- ◇ Salud pública e industria de la salud
- ◇ Innovación científica y tecnológica y cooperación digital
- ◇ Desarrollo verde y cooperación en cambio climático
- ◇ Cooperación en energía limpia entre China y ALC
- ◇ Cooperación en infraestructura entre China y ALC

Esta edición especial está abierta a académicos internacionales, y los manuscritos deben cumplir los siguientes requisitos:

- ◇ Los artículos enviados deben ser resultados de investigación originales, no publicados o enviados a otras revistas al mismo tiempo.
- ◇ Los artículos enviados deben ajustarse a las normas académicas, seguir la ética académica e indicar la fuente cuando se citen opiniones o materiales de otras personas.
- ◇ Los artículos enviados deben estar escritos en español o inglés, con una extensión de 8000-9000 palabras (incluidas notas y referencias), y acompañados de títulos, resúmenes y palabras clave en chino, español e inglés.
- ◇ Los artículos enviados deben cumplir con las instrucciones para los autores.

El correo electrónico de envío es: iberiamerica@gmail.com (por favor, indique envío de edición especial)

La fecha límite para el envío de la edición especial es: 31 de agosto de 2024

