

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

Percepciones antichinas en las comunidades virtuales latinoamericanas [anti-Chinese perceptions in Latin American virtual communities]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy
of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Armony, Ariel C.
Publisher	Fundación Friedrich Ebert (FES)
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-09-19 05:04:40
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/152568

Percepciones antichinas en las comunidades virtuales latinoamericanas

La acelerada expansión de la presencia china en América Latina ha forzado a las dos partes a hacerse una rápida idea del «otro». Si bien encuestas de opinión pública indican que América Latina percibe favorablemente el auge de la República Popular China, este encuentro ha generado una reconstitución de las identidades, lo que deriva en imaginarios basados tanto en experiencias previas como en prejuicios. Para explorar en detalle la construcción de estas percepciones, con un enfoque en las opiniones negativas, este artículo estudia los comentarios frente a noticias sobre China que fueron compartidos en las redes sociales de periódicos de cinco países latinoamericanos.

**ARIEL C. ARMONY /
NICOLÁS VELÁSQUEZ**

El 6 de febrero de 2015, durante una visita a Beijing, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner fue anfitriona de un evento ideado para atraer empresas e inversiones chinas a Argentina. Para celebrar el éxito de la reunión, publicó comentarios en Twitter para sus entonces 3,53 millones de seguidores, destacando la cantidad de empresarios chinos que habían participado. Sin embargo, en la parte final de su mensaje, Fernández se burló del acento chino cambiando las «r» por «l»: «¿Serán todos de 'La Cámpola'¹ y vinieron solo

Ariel C. Armony: dirige los programas internacionales y el Centro de Estudios Internacionales de la Universidad de Pittsburgh y es profesor de la Escuela de Posgrado de Administración Pública e Internacional en la misma institución.

Nicolás Velásquez: es estudiante de doctorado en Estudios Internacionales en la Universidad de Miami.

Palabras claves: comunidades virtuales, invasión, percepciones antichinas, América Latina, China.
Nota: traducción del inglés de María Alejandra Cucchi.

1. La Cámpora es la agrupación juvenil oficialista; su nombre hace referencia a Héctor J. Cámpora, presidente durante 49 días en 1973 y símbolo del peronismo de izquierda [N. del E.].

por el *aloz* y el *petróleo*?». El comentario estaba dirigido a la oposición argentina, exaltando el éxito de la visita. Y aunque el gobierno chino no hizo comentarios sobre el tuit de la presidenta argentina, internautas chinos y muchos otros consideraron la broma insultante y racista, lo que desencadenó reacciones en las redes sociales chinas y latinoamericanas.

Los canales de los medios sociales pueden abrir una ventana a una multiplicidad de puntos de vista expresados por individuos. Twitter, Facebook y muchos otros medios nos permiten estudiar las expresiones espontáneas de opinión compartidas públicamente por los individuos; mediante la utilización de estas herramientas, la gente común puede comentar sobre acontecimientos locales y mundiales, llegando a una audiencia global. La atención que se les presta a estos actores ha adquirido más matices, ya que el análisis de los distintos aspectos del «poder blando» ha venido captando cada vez más el interés de los expertos.

Solo recientemente los estudios sobre las relaciones sino-latinoamericanas comenzaron a examinar en detalle la amplia variedad de actores que dan forma a estas interacciones. Estos actores son parte de procesos globalizados y a menudo de alta complejidad, y constituyen diversos grupos de intereses que representan una amplia gama de perspectivas. Hay un consenso creciente acerca de que los medios sociales de comunicación pueden abrir una ventana a una multiplicidad de puntos de vista individuales. El acceso a estos discursos ha abierto nuevas oportunidades para el análisis político, porque podemos monitorearlos directamente y examinar su contenido en formas nuevas e interactivas².

En este contexto, llevamos adelante un estudio sobre las opiniones de usuarios de Facebook en respuesta a los artículos periodísticos sobre China publicados por ocho diarios líderes de Argentina (*La Nación*), Chile (*El Mercurio* y *La Tercera*), Colombia (*El Espectador* y *El Tiempo*), México (*El Universal*) y Perú (*El Comercio* y *La República*). Captamos 1.367 comentarios suscitados por 65 noticias publicadas entre enero de 2013 y septiembre de 2014³. Nuestro objetivo primordial es entender mejor los conceptos que estructuran las visiones negativas sobre China y reconstruir los discursos antichinos que circulan en América Latina en la actualidad. Las expresiones *online* nos permiten

2. Ver Simon Shen: «Online Chinese Perceptions of Latin America: How They Differ from the Official View» en *The China Quarterly* vol. 209, 2012.

3. La totalidad de los comentarios está disponible *online* en <<https://github.com/nicvel/FB-LATAM-PRC>>.

explorar los puntos de vista populares en más detalle de lo que sería posible a través de encuestas de opinión pública, ya que los comentarios se expresan libremente en respuesta a noticias sobre acontecimientos reales y reflejan el

¿Cómo se enmarcan las opiniones negativas sobre China en los comentarios *online*?, ¿revelan sesgos y prejuicios?, ¿cómo se reflejan los temas latinoamericanos en el espejo chino? ■

conocimiento y las percepciones de los individuos sobre temas globales. Las preguntas que orientan este proyecto son: ¿cómo se enmarcan las opiniones negativas sobre China en los comentarios *online*?, ¿revelan sesgos y prejuicios?, ¿cómo se reflejan los temas latinoamericanos en el espejo chino?

Si bien las personas que hacen comentarios *online* pueden no estar muy conectadas con China, sin duda sus opiniones contribuyen a crear una imagen sobre el país y sus ciudadanos que es replicada, recreada y circulada de innumerables maneras. En consecuencia, estas visiones son una parte inherente del análisis sobre los actores de las relaciones entre China y América Latina.

Pero en este tipo de estudio existen algunas limitaciones. Por ejemplo, la investigación no está basada en muestras de población tomadas al azar; es decir que no es posible leer las conclusiones como si reflejaran actitudes públicas de una manera completamente representativa. Los actores se autoseleccionan y tienden a representar un sector social en particular. Sin embargo, las comunidades *online* son una fuente de discursos diversos, espontáneos y sin restricciones. Ofrecen perspectivas contradictorias y discursos que expresan tendencias dominantes en la sociedad. El discurso de los usuarios de internet que hacen comentarios *online* puede ofrecer información nueva y esclarecedora sobre la relación en desarrollo entre China y América Latina.

■ Perspectivas sobre la creciente presencia china en América Latina

El desarrollo de la relación entre China y América Latina en el siglo *xxi* puede enfocarse como un proceso dinámico en el cual China ha perseguido una política global de «salida al mundo» (*zou chuqu*). El «desembarco» chino en la región ha resultado en una presencia creciente en los ámbitos económico, político y social. Tal como en los «desembarcos» anteriores, la reciente expansión de la presencia de China en América Latina está modelando la identidad de quienes llegan y de quienes ya viven en la región. Estos encuentros generan un conjunto de experiencias que también dan forma a las percepciones

mutuas. Las actividades de China han evocado un espectro de sensibilidades locales en sectores diversos. Este proceso modela las percepciones sobre el país asiático y sus habitantes⁴.

Encuestas de opinión pública como el Barómetro de las Américas, llevada a cabo por el Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP, por sus siglas en inglés) de la Universidad Vanderbilt, han mostrado que el público latinoamericano reaccionó favorablemente al desembarco de China. Se pidió a los participantes que nombraran los países más influyentes tanto en el nivel nacional como en el regional. En el nivel regional, tanto en 2012 como en 2014, Estados Unidos lideraba las encuestas y China era la segunda opción. Es más, 64% de los participantes consideraba positiva la influencia de China en sus países. Sin embargo, esta cálida recepción no constituía un respaldo al modelo chino de desarrollo. En la encuesta de 2014, los modelos de EEUU y Japón fueron favorecidos por 54% de los encuestados y China ocupó el tercer puesto con 16%. Los latinoamericanos expresaron así su preferencia por un modelo que combina una economía de mercado y una democracia liberal.

Es interesante señalar que la encuesta de LAPOP muestra que las opiniones positivas sobre China eran en general transversales a las variables demográficas, ideológicas y socioculturales. China goza de una opinión favorable en las sociedades latinoamericanas. No obstante, un subconjunto de encuestados expresó su preocupación por la operatoria de las empresas chinas en la región, reconociendo problemas en las áreas de comunicaciones, legislación, política, cultura y empleo. Encontramos una relación entre la conciencia sobre al menos uno de estos problemas y las opiniones negativas sobre la influencia china, específicamente en cuanto al impacto económico de los negocios chinos. Esta no es una conclusión aislada: refleja las conclusiones a las que llegó una recopilación reciente de diez estudios de caso sobre inversión extranjera directa (IED) china en América Latina⁵.

■ Desafíos para la relación

Desde 2007, han llegado decenas de grandes corporaciones chinas, ya sea instalando filiales locales o adquiriendo empresas preexistentes. La inversión

4. A.C. Armony y Julia C. Strauss: «From Going Out (zou chuqu) to Arriving In (desembarco): Constructing a New Field of Inquiry in China-Latin America Interactions» en *The China Quarterly* vol. 209, 2012.

5. Enrique Dussel Peters (ed.): *La inversión extranjera directa de China en América Latina: 10 casos de estudio*, Red ALC-China / UDAPE, México, DF, 2014.



José Sanabria es un ilustrador colombiano radicado en Argentina desde 1992. Estudió diseño gráfico en Bogotá e ilustración en Buenos Aires. Ha publicado cerca de 15 libros en editoriales de Colombia, Argentina, España, Francia y Alemania. Es docente de ilustración desde 2003, actualmente en su propio taller Estudio Color Café. Ha dictado talleres de ilustración en Colombia, Japón y el interior de Argentina. En 2013 fue director de arte del libro *Pombo en Japón*, realizado en Tokio por 14 artistas japoneses.

china se enfocó principalmente en el petróleo, la minería y la agricultura. Sin embargo, se diversificó en los últimos años, con una creciente presencia en el sector pesquero, el procesamiento de caña de azúcar, la actividad forestal, la construcción, la fabricación de automóviles, la tecnología para teléfonos celulares y la comunicación. La búsqueda de mercados por parte de los inversores chinos está creciendo rápidamente. Las empresas chinas enfrentan una variedad de desafíos en sus interacciones con las autoridades, los trabajadores, los grupos ambientales y las comunidades indígenas, entre otros actores locales. El ciudadano latinoamericano promedio es consciente de estos problemas. La cuestión es si habrá tolerancia o si estos problemas desgastarán las percepciones sobre China y los chinos, para finalmente fusionarse en un núcleo más intenso de sentimiento antichino⁶.

Históricamente, las representaciones negativas de los chinos fueron comunes en Occidente. El concepto de «peligro amarillo», de principios del siglo xx, se expresa ahora en términos menos duros, pero todavía involucra la idea de China como enigmática, aterradora y poco confiable. Los chinos han sido caracterizados con frecuencia como villanos, desde el Dr. Fu Manchú, el personaje siniestro que aparece en cómics, libros y películas, hasta acusaciones tales como la de «tragarse el mercado mexicano» o «invadir México»⁷. Burlarse de los chinos, especialmente de su acento, es algo común en el humor latinoamericano. El tuit sobre «*aloz y petlóleo*» de la presidenta argentina es un ejemplo de mal gusto de ese tipo de humor.

Es importante entender no solo lo que los latinoamericanos piensan de China, sino también por qué lo piensan. Es probable que las percepciones públicas jueguen un rol en la creación y recreación de actitudes potencialmente hostiles hacia China y los chinos. Tratar de entender cómo los latinoamericanos distorsionan su percepción sobre China y cómo construyen y adhieren a los mitos sobre ese país es parte del proceso de comprender a los actores y los discursos que conforman la esfera pública.

El siguiente análisis de los comentarios *online* de los lectores sobre noticias relacionadas con China se concentró en las visiones negativas, en un intento

6. Robert Evan Ellis y Ulises Granados: «La conquista china de Latinoamérica» en *Foreign Affairs Latinoamérica* vol. 15 N° 1, 1/2015; R. Evan Ellis: *China on the Ground in Latin America: Challenges for the Chinese and Impacts on the Region*, Palgrave Macmillan, Nueva York, 2014.

7. Romer Cornejo, Francisco Javier Haro Navejas y José Luis León-Manríquez: «Trade Issues and Beyond: Mexican Perceptions on Contemporary China» en *Latin American Policy* vol. 4 N° 1, 2013; Emma Mawdsley: «Fu Manchu versus Dr. Livingstone in the Dark Continent? Representing China, Africa and the West in British Broadsheet Newspapers» en *Political Geography* vol. 27 N° 5, 6/2008.

por entender cómo las articulan los ciudadanos comunes. En este contexto, aun las expresiones negativas exageradas resultaron útiles: nuestro objetivo fue desentrañarlas. Los temas dominantes en los mensajes que analizamos fueron la calidad de los productos, cuestiones relacionadas con los negocios, cultura, desarrollo y relaciones internacionales.

Las cuestiones relacionadas con productos y negocios abarcan el sector económico, incluyendo el comercio, la inversión y la creciente presencia de empresas y empresarios chinos en tierras latinoamericanas. Los fundamentos culturales de la conexión sino-latinoamericana son importantes debido a las diferencias entre las dos culturas y el énfasis de Beijing en el poder blando. En la arena del desarrollo, el debate se ha enfocado en la complementariedad de los intereses económicos latinoamericanos y chinos, los riesgos de la «maldición de los recursos» para América Latina y la amenaza de desindustrialización en muchos países de la región. En cuanto a las relaciones internacionales, China lidera una serie de iniciativas, tales como el Foro China-Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (Celac), cuyo objetivo es complementar los compromisos bilaterales con un enfoque regional.

Calidad de los productos. Los lectores que comentaban estaban preocupados por la calidad y la confiabilidad de los productos chinos. Casi la mitad de las observaciones hacían referencia a la probabilidad de que estos productos en general tuvieran fallas; el resto se refería en particular a alimentos, ropa, infraestructura e imitaciones. No todas las críticas reflejaban una experiencia directa con los productos chinos de consumo. Una porción significativa mencionaba problemas con productos alimenticios en China misma; por ejemplo, carne que se había echado a perder y que había sido distribuida en cadenas de comida rápida de varias ciudades del país.

Muchos comentarios asociaban a China con bienes de consumo de baja calidad y con frecuencia sugerían que todos o la mayoría de los productos chinos también lo eran. El predominio de estas actitudes puede ayudar a crear un círculo vicioso, con potencial para intensificar el sentimiento antichino. Si se asocia a China con productos defectuosos (así como con prácticas de negocios defectuosas, algo que discutiremos más adelante), hay una propensión a asociar a las empresas y los productos chinos con «las ambiciones globales del Estado chino»; luego, las actitudes hacia China pasarán cada vez más

**Los lectores que
comentaban estaban
preocupados por la
calidad y la confiabilidad
de los productos chinos ■**

por el filtro de las experiencias directas con –y de los prejuicios hacia– sus productos y empresas.

Quienes hicieron comentarios *online* expresaron poca confianza en los bienes de consumo fabricados en China. Encontramos evidencia de que las percepciones negativas de los productos chinos tienden a desbordar hacia otras áreas. Así, es probable que los individuos se inclinen a formar su percepción general sobre China (su gobierno, sus acciones y sus características como nación) sobre la base de actitudes críticas hacia los productos fabricados allí. Esta percepción da forma a sus reacciones frente al impacto de la acción china en el extranjero. Por ejemplo, un artículo que anunciaba «China otorgará 5 millones de dólares de ayuda a países afectados por ébola» disparó el siguiente comentario: «Pues a ver si no falla ese equipamiento que van a mandar ya que es Made in China».

En una paradoja interesante en las actitudes hacia los productos chinos, y a pesar de la percepción generalizada sobre estos, los latinoamericanos compran bienes de consumo baratos provenientes del país asiático en grandes cantidades. La disponibilidad de estos productos baratos jugó un papel en la democratización del consumo en toda la región. Los consumidores parecen estar preparados para sacar ventajas de los productos chinos a bajo costo, al tiempo que los critican con insistencia.

Negocios. De los comentarios negativos sobre los negocios chinos, 80% referían a prácticas que se percibían como injustas, ilegales o abusivas. Sin embargo, muy pocas veces las percepciones reveladas por estos comentarios estaban basadas en una experiencia sólida. En esta categoría, 40% de las observaciones se refería a los negocios chinos de manera genérica e inespecífica. De los comentarios más específicos, la mitad mencionaba los negocios minoristas de los inmigrantes chinos (como los pequeños supermercados). Esto no sorprende, dado que el tejido urbano de muchas ciudades ha sido moldeado por la presencia de negocios minoristas chinos. Estos negocios ofrecen un contacto directo con los inmigrantes chinos en situaciones de la vida diaria. Las grandes corporaciones chinas atrajeron pocos comentarios, y rara vez se identificaban marcas y empresas por su nombre. Esto sugiere que el latinoamericano común está menos informado sobre los detalles de las empresas chinas que operan en sus países.

Estos resultados concuerdan con las conclusiones de otros estudios que observaron que los medios nacionales, los funcionarios de gobierno, los empresarios de

pequeñas y medianas empresas y los consumidores critican las prácticas de negocios chinas enfocándose en la falta de normas, la parcialidad étnica en las ferias de comercio, la piratería y el contrabando, las condiciones laborales deficientes y los bajos salarios de las fábricas chinas. En México, por ejemplo, el discurso dominante es el de una «invasión» comercial que se ha vuelto incontrolable y que amenaza con destruir las industrias textil, del calzado, del juguete, del equipamiento de oficina, entre otras, así como la artesanía tradicional⁸.

Cultura. Es habitual que la cultura esté en el centro de los malentendidos entre América Latina y China. Casi 70% de los comentarios negativos de nuestro muestreo apuntaban a las diferencias culturales, en gran medida basados en tres aspectos: preconceptos sobre diferencias culturales y educativas (en particular, los estándares de higiene), diferentes hábitos alimenticios (como el consumo de perros como alimento) y la crueldad hacia los animales. El 30% restante se puede considerar como expresiones discriminatorias sobre la cultura china, lo que incluye comentarios caricaturescos sobre el acento chino. La barrera del lenguaje no se ve como un obstáculo que debe ser superado, sino como un signo de alteridad que impide la integración social.

Cuando buscamos la evidencia específica que podría cimentar los comentarios negativos sobre las diferencias culturales e idiomáticas, no encontramos casi ninguna; en su mayoría estaban basados en información superficial. Hay muy poco conocimiento sobre las prácticas culturales chinas. Así, una proporción sustancial de los comentarios negativos sobre la cultura china parece reflejar un sesgo generalizado. Por lo común, se ve la cultura china como algo que proviene de muy lejos, y esta distancia se traduce en nociones negativas sobre sus atributos esenciales que no están basados en la evidencia. Como lo ha demostrado la investigación acerca del sentimiento antiestadounidense, es probable que este tipo de predisposición se vea reforzada a través del tiempo porque se resiste a abrirse a información nueva⁹. Los comentarios *online* positivos sobre la cultura china, por otro lado, están muy ligados a experiencias directas con actividades

Por lo común, se ve la cultura china como algo que proviene de muy lejos, y esta distancia se traduce en nociones negativas ■

8. Adrian H. Hearn: «Harnessing the Dragon: Overseas Chinese Entrepreneurs in Mexico and Cuba» en *The China Quarterly* vol. 209, 2012.

9. Peter J. Katzenstein y Robert O. Keohane: «Varieties of Anti-Americanism: A Framework for Analysis» en P.J. Katzenstein y R.O. Keohane (eds.): *Anti-Americanisms in World Politics*, Cornell University Press, Ithaca, 2007.

culturales organizadas por la comunidad china local (como la celebración del Año Nuevo).

Estas actitudes hacia la cultura china concuerdan con las conclusiones de los estudios sobre opinión pública. En un trabajo del Pew Research Center, una gran mayoría de participantes de Argentina (55%), Chile (57%) y México (55%) acordó en que es malo que «las ideas y las costumbres chinas se estén extendiendo» en sus países. Porcentajes aún más grandes en Argentina (68%) y México (56%) expresaban su desagrado por la cultura pop china, mientras que 50% de los chilenos desconfiaban de ella. En contraste, la misma encuesta mostró también una admiración generalizada por la ciencia y la tecnología chinas entre grandes mayorías de Chile (75%), Argentina (72%) y México (61%)¹⁰. La coexistencia de actitudes de admiración y prejuicio hacia las dimensiones culturales chinas resulta entonces evidente.

Desarrollo. Los comentarios sobre la temática del desarrollo tendían a expresar ansiedad: 66% expresaba preocupación por el crecimiento de la población china, los impactos ambientales a escala local y global, y el crecimiento económico. Hay preocupación por la sustentabilidad y la sed creciente de China de bienes de consumo. Esta es una opinión expresada en los medios, que tiende a enfatizar la naturaleza colosal de la demanda china¹¹.

Quisimos averiguar si los ciudadanos comunes tenían un conocimiento adecuado sobre el modelo de desarrollo chino. Los comentarios revelaron la dificultad del público para reconciliar el concepto de capitalismo de mercado con el de «economía de mercado socialista», tal como se la define oficialmente, y que incluye un sistema de partido único. Las interpretaciones políticas tendían a congregarse alrededor de las dicotomías «capitalismo *versus* comunismo» y «liberalismo *versus* totalitarismo».

Relaciones internacionales. La gente expresaba preocupación por las relaciones internacionales de China, en particular con América Latina. 72% de las opiniones negativas se enfocaba en dos temas que se veían como estrechamente interconectados: la amenaza de la dominación económica por parte de China y la inmigración china a América Latina. La gente utilizaba el concepto de dominación para expresar la idea de una penetración china

10. Pew Research Center: *Global Attitudes Survey*, Pew Research Center, Washington, DC, 2013.

11. A.C. Armony: «A View from Afar: How Colombia Sees China» en *The China Quarterly* vol. 209, 2012.

en Latinoamérica, que resultaría del surgimiento de una China global que extraería los recursos naturales y despacharía olas de migrantes. Otros dos temas que surgían dentro de la categoría de relaciones internacionales eran el de los BRICS y los problemas vinculados a la cooperación entre China y los países en vías de desarrollo, sobre todo América Latina.

Los comentarios antichinos analizados para este estudio pueden ser organizados sobre dos ejes de acuerdo con su enfoque: político-económico *versus* sociocultural, y doméstico *versus* internacional.

Cuadro		
Matriz analítica		
	Internacional	Doméstico
Político-económico	- Ambiental - Industrias extractivas - Productos chinos	- Polución - (In)seguridad en alimentos
Sociocultural	- Inmigración china - Diferencias culturales	- Crecimiento demográfico

Fuente: adaptado de Amaney A. Jamal, Robert O. Keohane, David Romney y Dustin Tingley: «Anti-Americanism or Anti-Interventionism in Arabic Twitter Discourses» en *Perspectives on Politics* vol. 13 N° 1, 2015.

Una imagen común negativa sobre China es la de un país que no ofrece condiciones adecuadas de bienestar a su población, que está expuesta a la degradación ambiental, a una calidad de alimentos inadecuada y al crecimiento demográfico constante. Estos elementos describen el lado oscuro del milagro económico chino. Ninguno de ellos se percibe como conectado con la ideología. En cambio, las dificultades internas de China son descriptas como conectadas a los problemas que este país provoca en el extranjero. La expansión de China tiene consecuencias políticas y económicas: el daño ambiental y el impacto negativo de la industria extractiva china. El flujo de productos chinos a mercados latinoamericanos también se percibe como una consecuencia negativa. Lo que vuelve más complejo este escenario es el énfasis en las consecuencias socioculturales de la expansión china: la inmigración y los problemas asociados a las diferencias culturales. Estos factores pueden profundizar la brecha, debido a la continuidad de la inmigración desde China y la expansión de la impronta corporativa de ese país en la región.

Mirarse en el espejo chino. Como reflejo de otra dinámica de la relación entre China y América Latina, las noticias relacionadas con el país asiático también

provocaron comentarios acerca de temas internos. En ese sentido, China funciona como un espejo en el que los latinoamericanos pueden ver su propio reflejo, el «otro» que ayuda a definir el «propio ser»¹². Las noticias sobre China y los chinos motivaron casi tantos comentarios sobre América Latina como sobre China.

Está bien documentado que la actividad china ha disparado nuevos debates sobre la cuestión del desarrollo¹³. Nuestro estudio sugiere que la expansión de la presencia de China ha llevado sin duda a mucha gente que hace comen-

La expansión de la presencia de China ha llevado sin duda a mucha gente que hace comentarios online a reflexionar sobre las experiencias de su propia región ■

tarios *online* a reflexionar sobre las experiencias de su propia región y a criticar las elecciones de desarrollo hechas por sus países. Es este fascinante juego de espejos, China se vuelve un reflejo de las propias preocupaciones y contradicciones de América Latina.

En lugar de ver a China simplemente como un reflejo negativo de su región o país, los latinoamericanos piensan en el impacto que su relación con China tendrá en el desarrollo de su propia sociedad. Dos ideas dominan este discurso: la desconfianza frente a la capacidad de los gobiernos latinoamericanos para enfrentar los desafíos del crecimiento y la inquietud por la debilidad del aparato estatal y su falta de habilidad para proteger los intereses nacionales de la influencia «depredadora» de China. En verdad, estas preocupaciones no están alejadas de la realidad, especialmente si consideramos el débil marco legal e institucional de América Latina, sus problemas con la corrupción y sus dificultades de larga data para lograr un desarrollo sustentable. La relación con China se puede ver como un reflejo oscuro de algunos de los peores aspectos de las sociedades latinoamericanas.

■ Conclusión

Explorar las actitudes negativas hacia China nos permite examinar una dimensión de las interacciones entre este país y América Latina que todavía no

12. Yinghong Cheng: «The 'Socialist Other': Cuba in Chinese Ideological Debates since the 1990s» en *The China Quarterly* vol. 209, 2012, pp. 198-216.

13. Ver Osvaldo Rosales et al. (eds.): *The People's Republic of China and Latin America and the Caribbean Dialogue and Cooperation for the New Challenges of the Global Economy*, Cepal, Santiago de Chile, 2012.

ha recibido suficiente atención. Esta dimensión se está volviendo cada vez más importante a medida que se expande la presencia china en la región. En conclusión, se pueden extraer tres ideas principales de los comentarios vertidos *online* por los lectores de diarios analizados por este estudio:

- *El surgimiento de China produce ansiedad debido a su impacto en el medio ambiente, la migración y la demanda de recursos naturales.* Los motores de esta preocupación son político-económicos y socioculturales. La aprensión por el impacto de la política china de «salida al mundo» y por la oleada inmigratoria china llegada a América Latina se combina en un discurso que puede sostener los sentimientos antichinos a largo plazo.

- *El involucramiento de China en la región funciona como un espejo que refleja profundas preocupaciones sobre el propio desarrollo de América Latina.* El papel de China en la región plantea preguntas sobre la sustentabilidad, el respeto por las leyes y el crecimiento económico, entre otros temas. Se observa una preocupación creciente por las formas en que el ascenso de China y su expansión en el extranjero están modelando las opciones de desarrollo para los países latinoamericanos.

- *De la misma manera en que estas opiniones de larga data sobre el Estado y el gobierno en América Latina dan forma a las actitudes públicas hacia China, la presencia de este país en América Latina modela las opiniones sobre el desempeño del gobierno local y la capacidad del Estado.* Las actitudes hacia el gobierno y el Estado, basadas en la experiencia a través del tiempo, no solo influyen en las actitudes públicas hacia China, sino que también son influenciadas por el nuevo papel que ese país tiene en América Latina. El resultado es un discurso complejo y crítico, en el que ambas perspectivas se refuerzan mutuamente. Todavía no sabemos si este proceso va a traer como consecuencia ciudadanos más informados y capaces de una crítica balanceada, o si endurecerá las actitudes antichinas y simultáneamente contribuirá a la erosión del apoyo a las instituciones y los gobiernos en estos países.

Estos comentarios nos ayudan a identificar temas asociados a las actitudes negativas hacia China y los chinos, y a tratarlos antes de que arraiguen y se endurezcan hasta convertirse en un prejuicio. La relación entre las imágenes que prevalecen sobre China y los chinos y la apertura de la gente a aceptar nueva información juegan un rol fundamental en las formas en que la gente evalúa acciones, políticas o resultados, en particular cuando estos no gustan. Si el equilibrio entre las imágenes dominantes y la apertura a la nueva infor-

mación se inclina hacia las primeras, es probable que la gente atribuya las acciones, las políticas o los resultados a características básicas de China y los chinos, en lugar de atribuirlos simplemente a situaciones particulares¹⁴. Esto es problemático para la expansión del poder blando chino en regiones como América Latina.

Nuestras conclusiones indican que, en el caso de China, la interrelación entre las opiniones socioculturales y las político-económicas genera el discurso antichino particular que hemos delineado. Una investigación posterior que trabaje con expresiones autónomas de opinión, como las recolectadas de los perfiles de Facebook de los diarios, Twitter y otras fuentes *online*, puede ofrecer información valiosa sobre la relación entre China y América Latina y su rápida evolución. ☐

14. P.J. Katzenstein y R.O. Keohane: ob. cit., pp. 21-22.