

Artículo de Investigación

China en América Latina: el trabajo mediático ante de los TLC de Nicaragua y Ecuador entre 2022 y 2024

China in Latin America: media work ahead of Nicaragua and Ecuador's FTAs between 2022 and 2024

Diego Ortiz Jaramillo: Universidad Hemisferios, Ecuador.
diegoo@uhemisferios.edu.ec

Fecha de Recepción: 10/09/2024

Fecha de Aceptación: 11/11/2024

Fecha de Publicación: 16/12/2024

Cómo citar el artículo

Ortiz Jaramillo, D. (2024). China en América Latina: el trabajo mediático ante de los TLC de Nicaragua y Ecuador entre 2022 y 2024 [China in Latin America: media work ahead of Nicaragua and Ecuador's FTAs between 2022 and 2024]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-771>

Resumen

Introducción: Los Tratados de Libre Comercio (TLC) son mecanismos de política exterior que tienen implicaciones más allá de lo meramente económico. Estos constituyen una vía efectiva para establecer acciones comunicacionales en el ámbito de la diplomacia pública. **Metodología:** Este trabajo se desarrolló con un enfoque mixto que incluye análisis de contenido en medios de comunicación de dos naciones latinoamericanas en las etapas previas a las firmas de TLC entre China con Ecuador y Nicaragua entre los años 2022 y 2024, además de un estudio de contenido gráfico relacionado con los TLC entre estos países en portales de noticias con cobertura nacional. **Resultados:** En los medios de comunicación estudiados se ha evidenciado que la cobertura mediática sobre los TLC con China se desenvuelve a dos ritmos. Por una parte, en cada país, las comunicaciones sobre China son casi nulas entre enero de 2022 y abril de 2023. La situación cambia desde mayo de 2023 hasta mayo de 2024, época en la cual se desarrollan las actividades entre los negociadores y se intensifica la presencia y apertura de funcionarios chinos en los medios. **Discusión:** El estudio permite conocer la manera en que China trabaja estratégicamente sus comunicaciones con los medios antes y después de las

negociaciones de los TLC. **Conclusiones:** La investigación revela la necesidad de ampliar las discusiones sobre la efectividad de la diplomacia pública cuando se realizan procesos de relaciones comerciales bilaterales.

Palabras clave: Tratado de Libre Comercio; diplomacia; comunicación; China; Ecuador; Nicaragua; periodismo; política exterior.

Abstract

Introduction: Free Trade Agreements (FTAs) are foreign policy mechanisms that have implications beyond the merely economic. They constitute an effective way to establish communicational actions in the field of public diplomacy. **Methodology:** This work was developed with a mixed approach that includes content analysis in the media of two Latin American nations in the stages prior to the signing of FTAs between China and Ecuador and Nicaragua between 2022 and 2024, in addition to a study of graphic content related to the FTAs between these countries in news portals with national coverage. **Results:** In the media studied, it has been shown that media coverage of FTAs with China develops at two rates. On the one hand, in each country, communications on China are almost nil between January 2022 and April 2023. The situation changes from May 2023 to May 2024, when activities between negotiators develop and the presence and openness of Chinese officials in the media intensifies. **Discussions:** The study provides insight into how China strategically works its media communications before and after FTA negotiations. **Conclusions:** The research reveals the need to broaden discussions on the effectiveness of public diplomacy when conducting bilateral trade relations processes.

Keywords: Free Trade Agreement; diplomacy; communication; China; Ecuador; Nicaragua; foreign policy; journalism.

1. Introducción

Además de la naturaleza intrínseca relacionada con los intercambios económicos, los tratados de libre comercio (TLC) pueden ser considerados como una exitosa estrategia para lograr incrementar las relaciones diplomáticas y el aumento de mecanismos de soft power entre las naciones firmantes. Al respecto, investigaciones como las Mastel (2004) y Hundt (2015) señalan que estos tratados son importantes en las dinámicas de los países que quieren aumentar su nivel de influencia por fuera de sus fronteras económicas.

Mastel, por ejemplo, defiende que los “FTAs have never been entirely economic undertakings. They have always been, at least in part, tools of foreign policy aimed at cementing economic ties and building a broader relationship” (2004, p. 46). En la era de la digitalización y la hipermediación de la sociedad, estas relaciones entre los países deben tomar en cuenta factores como los medios de comunicación, las redes sociales y cualquier otra plataforma y espacio que permita ampliar los canales de comunicación entre los países firmantes de tratados de este tipo. Y esto es precisamente uno de los puntos de interés para la diplomacia pública, un campo relativamente nuevo de estudio en el ámbito de las relaciones internacionales y en la cual se inserta el factor Estado-ciudadano en cuanto a las implicaciones que tiene las relaciones entre las naciones. De este modo, el fin de la diplomacia ya no es solamente el establecimiento de canales comunicacionales, culturales y demás entre los funcionarios de los gobiernos, sino también mejorar la imagen de cada nación entre los ciudadanos de los países implicados.

The phrase ‘public diplomacy’ is often used as a euphemism for propaganda. Journalists have portrayed it as a crude mechanism for delivering messages that may or may not reflect the facts. Naomi Klein’s vituperative piece for *The Guardian* is not

untypical: “It’s no coincidence that the political leaders most preoccupied with branding were also allergic to democracy and diversity. Historically, this has been the ugly flipside of politicians striving for consistency of brand: centralised information, state-controlled media, re-education camps, purging of dissidents and much worse.” In fact public diplomacy is about building relationships: understanding the needs of other countries, cultures and peoples; communicating our points of view; correcting misperceptions; looking for areas where we can find common cause. The difference between public and traditional diplomacy is that public diplomacy involves a much broader group of people on both sides, and a broader set of interests that go beyond those of the government of the day. (Leonard, Stead y Smewing, 2002, pp. 8-9)

Uno de los países que ha comprendido la importancia detrás de esta estrategia comunicacional al momento establecer su política exterior enmarcada en la diplomacia pública es China. Desde finales de la década de 1900, este país empezó a trabajar en la estrategia de política exterior Go Out, a través de la cual el gobierno y las empresas chinas tenían como una misión incrementar la presencia de China en el mundo. Autores como Nash (2012) y Wang (2016) señalan que este mirar hacia afuera implicó el establecimiento de una política exterior que partía del hecho de que China era un jugador que podía cambiar las fichas del escenario internacional. Jihua y Ocón (2023), por su parte, indican que esta estrategia ha servido como uno de los pilares para incrementar el interés global en los productos culturales de China.

Tomando en cuenta que toda política exterior requiere de un aparato comunicacional para hacer efectiva la posición del país por fuera de sus fronteras, en el presente trabajo se plantea un estudio exploratorio sobre el impacto mediático de los tratados de libre comercio entre China y América Latina. Específicamente, se estudia las dinámicas comunicacionales entre el gigante asiático, Nicaragua y Ecuador en el período comprendido entre enero del 2022 y mayo del 2024, época en la cual se desarrollaron las negociaciones entre cada una de las partes para la implementación de acuerdos comerciales bilaterales entre China y las naciones sudamericanas. Así, pues, el principal objetivo es analizar la manera en que los medios de comunicación en Nicaragua y Ecuador se convirtieron en instrumentos de diplomacia pública para concretar los TLC con China.

2. Marco teórico

Es imperativo comprender que los modelos de estudio de política exterior son normativos en el sentido de que las decisiones deben conducir a los mejores resultados posibles en materia de los intereses de una nación en sus relaciones con el mundo. Es por ello que el estudio de la política exterior es esencialmente multidisciplinario, utilizando enfoques de la ciencia política, la sociología y la historia. A esto se suma un desafío claramente identificado por Salgado (2023) en su estudio sobre la política exterior de América Latina: el actor de la política exterior se ha diversificado para incluir a actores, grupos y otros sujetos intermedios que están involucrados en este tablero político. Visto de esta manera, la política exterior ya no puede ser definida en un marco teórico tradicional, donde el líder y su forma de gobierno son los únicos que definen la política exterior de una nación. Y en medio de un proceso globalizante atravesado por el papel preponderante del *media*, resulta imperativo comprender cómo se están construyendo nuevos enfoques para abordar a la política exterior desde un enfoque comunicacional estratégico.

2.1. Política exterior y TLC

Los TLC forman parte de los instrumentos de política exterior (Hundt, 2015; Jaramillo y Tonon, 2023). Pero para poder entender su importancia en el escenario de las relaciones entre las

naciones, es necesario definir, en primera instancia, a qué nos referimos como política exterior. Salgado Espinoza la define como “la acción, reacción o inacción de actores con autoridad pública, generalmente Estados u otras entidades colectivas, dirigida a los actores exteriores dentro de un contexto internacional” (2023, p. 3).

En lo que respecta a este estudio, el elemento primordial es el Estado como el tomador de decisiones. A partir de esto es que es necesario analizar, además, sus decisiones por medio del análisis de política exterior (FPA, por sus siglas en inglés), un enfoque que centra su atención en la manera en cómo los Estados toman decisiones sobre política exterior partiendo del examen de los factores internos y externos, así como los actores y procedimientos involucrados (Hudson y Vore, 1995).

El FPA se basa en la dinámica interna de los Estados para comprender las motivaciones y los mecanismos detrás de sus acciones en el escenario internacional, a diferencia de las teorías de relaciones internacionales que se centran en el Estado como un actor unitario. En ese sentido, un TLC puede ser definido como uno de los productos de los procesos de toma de decisiones de un Estado, un mecanismo especialmente y cuando se trata de estudiar las relaciones entre las naciones en el siglo XXI caracterizado por la meta de la globalización.

2.2. Medios de comunicación y política exterior

En los estudios de política exterior no puede pasar desapercibido el hecho de que las acciones de un país en materia comunicacional tienen un efecto en la apreciación de este en la comunidad internacional. Al respecto, Craig (1976) sostiene que las noticias internacionales son sumamente importantes para los gobiernos en sus procesos de relacionamiento con determinadas naciones.

Así, pues, Craig sostiene que los “governments require it for their own decision-making to use it for publicity about their efforts at home and abroad” (1976, p. 320). En la misma línea, Robinson (2017) establece los estudios sobre medios de comunicación y la política exterior deben prestar atención a las actividades de propaganda que realizan los Estados ya que es probable que el entorno mediático aumente la conexión entre el poder del público y los medios para influir en la política exterior. Sobre el tema, Moeller sostiene que

Media are our era’s disruptive force. Both state and non-state actors view media not just as a propaganda arm, but as a battlefield on its own terms. From Russia’s covert human agents and robot computer programs, to ISIS’ calculated information technology (IT) specialists and Macedonia’s teenage hackers, cyber is the new frontier. Banking, power and water grids can be hacked and entire regions can go dark. Personal data can be stolen to siphon off resources. Ads and fake news can be unleashed and microtargeted to foment hate and racial and economic rage among undecided voters in a tight presidential campaign. Media attention can be both the means and the end: Sometimes the incentive is economic gain; on other occasions, media can be manipulated by groups committed to a particular political agenda. Meanwhile, wielding power today entails, at least in part, dominating the global conversation on social media. (Moeller, 2018)

2.3. La presencia mediática de China

El surgimiento de China como una potencia mundial ha traído consigo una amplia presencia del gigante asiático en los medios de comunicación como un mecanismo de política exterior. A través de sus diversas plataformas mediáticas, China tiene como objetivo no solo promover

sus intereses culturales, políticos y económicos, sino también moldear la opinión pública internacional. Yiu (2022) refiere a esto como el músculo mediático chino, concepto que se desprende de una intervención del presidente Xi Jinping en una visita al Ejército Popular de Liberación (diciembre de 2015) en la cual dijo que “dondequiera que estén los lectores, dondequiera que estén los espectadores, ahí es donde deben extenderse los tentáculos de la información propagandística” (Bandurski, 2016).

Este uso estratégico de los medios de comunicación como herramienta de política exterior pone de relieve los esfuerzos concertados de China para ampliar su influencia en el escenario mundial. En el siglo XXI, este país viene ejerciendo una influencia significativa en la narrativa global y la percepción pública por medio de una estrategia que, de cierta manera, responde a por lo menos dos de los cinco principios de coexistencia pacífica, a saber: igualdad y beneficio mutuo y la coexistencia pacífica. En efecto, Acharya (2023) indica que uno de los componentes clave de la estrategia de comunicación del gigante asiático es la explotación de su modelo de desarrollo en el mundo no occidental, lo cual ahonda en un discurso en el cual se presenta como un aliado económico un mundo convulsionado, especialmente tras el impacto de la crisis sanitaria. Es así que al utilizar estratégicamente plataformas como CGTN y la Agencia de Noticias Xinhua, China no solo proyecta sus valores culturales y políticos, sino que también busca desafiar las narrativas existentes que pueden retratarla de manera negativa. A esto se suma su interés de aumentar su presencia positiva en los medios de comunicación internacionales mediante intercambios con periodistas, o bien con la apertura de sus diplomáticos para entablar discursos en espacios mediáticos (prensa, televisión, radio, redes sociales).

A través de iniciativas mediáticas específicas, China no solo busca mejorar su poder blando, sino también promover sus intereses estratégicos, como asegurar el acceso a mercados clave y fomentar los lazos diplomáticos. En este proceso, el país subraya que en el mundo contemporánea existe una naturaleza interconectada entre las necesidades propias de las naciones y las soluciones globales que se puedan dar a estas. De hecho, este aspecto se encuentra ya contenido en su último libro blanco, *Una comunidad global de futuro compartido: propuestas y acciones de China*, presentado en septiembre de 2023 y en el cual recalca que “ya no podemos interpretar la realidad en la que vivimos ni encontrar soluciones satisfactorias a los enigmas a los que nos enfrentamos mediante los enfoques tradicionales de las relaciones internacionales”. Así, pues, conceptos como la hegemonía y la bipolaridad son vistos por ellos como una amenaza a un mundo interdependiente a múltiples escalas. En torno a esto, Schulz y Staiano definen que

La “comunidad de destino compartido para la humanidad”, 人类命运共同体 (Rénlèi mìngyùn gòngtóngtǐ), se presenta como un objetivo clave de las relaciones internacionales de China hacia la creación de un nuevo orden internacional. La visión china sostiene que “el mundo nos pertenece a todos”, y que la construcción de esta comunidad de destino compartido contribuirá al “mejoramiento humano”. En los estatutos del Partido Comunista Chino se afirma que “el impulso de la creación de la comunidad de destino de la humanidad y la construcción de un mundo armonioso caracterizado por la paz duradera y la prosperidad para todos” son objetivos prioritarios para la etapa actual de la humanidad. (Schulz y Staiano, 2022, p. 94)

La región latinoamericana no ha sido ajena a esta situación. En su estudio *La ofensiva del encanto de China en América Latina y el Caribe: Un análisis exhaustivo de la estrategia de comunicación de China en la región*, Baisotti (2024) establece que “la pandemia se utilizó para posicionar a China como modelo de resiliencia y ayuda internacional y para eliminar el hecho de que era el origen del virus”. Es así que en esta región, la estrategia china incluye intercambios académicos y

periodísticos, creación de think tanks, apertura de los diplomáticos a hablar con la prensa, respuestas inmediatas de las representación diplomáticas y de las empresas chinas a comentarios o noticias negativas, entre otros. Estas, a fin de cuentas, pueden ser consideradas como acciones de política exterior que responden a los intereses de una China que intenta abrirse paso en un complejo escenario internacional.

En la actualidad, un ejemplo de esto lo podemos ver en el posicionamiento de la narrativa de las relaciones chino-peruanas sobre del puerto peruano Chancay en medio de las negociaciones del Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC). Esta ha sido el resultado de unas acciones mediáticas de política exterior que han priorizado a este puerto como el resultado de un trabajo con impactos a múltiples escalas y, por medio del cual, se prioriza un enfoque global con resultados globales. En ese sentido, desde noviembre de 2023 a la actualidad, la Cancillería peruana ha establecido mensajes enfocados en los beneficios locales y regionales del inicio de operaciones para este puerto.

Asimismo, y por fuera del comercio regional, se ha establecido un discurso en el que Chancay se convierte en un puente diplomático entre Asia y América Latina. Hasta finales de 2024, como parte de la presidencia del Foro APEC, Perú será la sede de 17 encuentros de alto nivel entre los miembros de los países miembro. Pero, sobre todo esto, la nación sudamericana ha priorizado un elemento en particular: la llegada de Xi Jinping para la cita de más alto nivel de noviembre del 2024. Titulares como ‘Presidente de China llegará al Perú para inauguración de megapuerto de Chancay’ o ‘Perú y China perfilan aumentar sus relaciones bilaterales’ son una muestra de una serie de decisiones de corte (neo)liberal con las que Perú dice al mundo que está dispuesto a jugarse un futuro por fuera del clásico modelo unipolar establecido por varias décadas por hegemonías como Estados Unidos.

Visto desde la propuesta de Hempsom-Jones (2005), la aproximación de Perú a China no solo responde a una necesidad de la nación latinoamericana, sino a un giro importante en la política exterior de China con respecto a la ampliación de sus fronteras por fuera de Asia. Para esto, el gigante asiático apuesta por un neoliberalismo que profundiza la interdependencia de las naciones en un mundo globalizado. Tal es el caso que incluso en el actual impase que tienen en el puerto de Chancay, el cual ha entrado en litigio entre la empresa operadora china y el estado peruano, la nación asiática ha preferido establecer y acordar acuerdos y negociaciones diplomáticas antes que acudir a instancias jurídicas internacionales. Esta acción puede ser observada de dos maneras: como una desconfianza en el sistema jurídico internacional o bien como la apuesta de unas relaciones pacíficas entre las naciones.

Independientemente de esta mirada, Chancay es una de las muestras de una China que sienta las bases de su nueva ruta de la seda que incluye no solo relaciones comerciales entre los países latinoamericanos con el gigante asiático, sino que busca ampliar su eco en los medios posibles (prensa tradicional, redes sociales, etc.).

3. Metodología

Para este trabajo se realiza un estudio descriptivo con enfoque mixto que utiliza el muestreo de casos extremos y de conveniencia cuya riqueza “está en que del análisis de las condiciones inusuales se pueden derivar información útil para comprender aspectos ocultos en las situaciones regulares” (Quintana, 2006) para la realización de un análisis documental y de contenido. Los casos seleccionados ayudarán a clarificar las lógicas que han guiado a las comunicaciones sobre los TLC entre China-Nicaragua y China Ecuador en el ámbito nacional de cada país latinoamericano. El análisis de la información de los medios de comunicación permiten realizar la construcción de un discurso de lo que significa la política exterior para

cada país en medio de la realización de TLC. Tal como lo indica Larsen (2004), lo que se dice en política exterior tiene implicaciones en lo que la sociedad construye en torno al imaginario de un país en sus relaciones con el mundo.

Los contenidos de los medios de comunicación digitales seleccionados fueron publicados en los portales de La Prensa (Nicaragua) y El Universo (Ecuador). La selección de los portales se basó en los criterios: no ser estatal, contar con un portal digital activo en el periodo seleccionado (enero 2022-mayo 2024) y estar en el primer lugar entre los portales de noticias nacionales según el ranking de Semrush. En total fueron seleccionados 52 noticias y artículos (20 de Nicaragua y 32 de Ecuador) sobre los procesos de negociación e implementación de los TLC entre los gobiernos de estos países y China. Para seleccionarlos se utilizaron dos herramientas: el buscador de noticias de Google y los buscadores propios de cada uno de los sitios. En el caso de Google se especificó el tiempo de búsqueda de resultados y el sitio web desde el cual debía extraer los resultados (site: www.laprensani.com; site: www.eluniverso.com). Esto permitió completar el rango de búsqueda ya que una de las limitaciones fue que los propios medios de comunicación no cuenta con herramientas eficientes para filtrar resultados en sus propios portales.

Una vez seleccionada la información, se utilizó la metodología desarrollada por Lozano Ascencio, Sánchez Calero y Morales Corral (2017) en su trabajo sobre el periodismo de riesgos en los medios españoles y aplicada por Ortiz Jaramillo (2022) en su estudio sobre las noticias sobre desastres naturales. Esto implica la aplicación de un banco de preguntas abiertas y cerradas cuyo objetivo es reconocer tanto los temas, así como las palabras, que emergen en el estudio de la diplomacia pública con relación a los TLC en Ecuador y Nicaragua. El análisis de la información incluye sistematizar los datos de palabras clave de los titulares y cuerpos de las notas en cada país que mantengan un relación con los términos en el contexto antes mencionado, es decir: China; TLC; tratado de libre comercio; bilateral; negociación; firma del TLC; diplomacia china; acuerdos; impuestos. Una vez seleccionadas las notas y artículos periodísticos, se realizó un estudio del contenido visual, enfocándose en las imágenes y lo que estas transmiten.

Al igual que en el trabajo de Ortiz Jaramillo (2022), se identificó "el tipo de encuadre que se utiliza en la construcción del contenido periodístico". Para ello, a cada noticia se le aplica un cuestionario a la información clasificada, el cual incluye:

- ¿El artículo se centra en lo económico, lo social, lo ambiental u otros?
- ¿El titular incluye el término TLC o sus sinónimos?
- ¿El titular hace alusión a China?
- ¿El artículo incluye fotos? Si lo hace, estas son: referenciales, de archivo, del medio de comunicación, proporcionadas por el Gobierno de Nicaragua o Ecuador, proporcionadas por el Gobierno chino, otro.
- En cuanto a las imágenes, ¿estas incluyen a funcionarios del gobierno chino, solamente de cada país o de los dos países firmantes?
- ¿El sentimiento de las noticias es: positivo, negativo, no se puede inferir?
- ¿El artículo incluye información antes de la firma del TLC o después de la firma del TLC?

- ¿Cuáles son los términos que más se utilizan en el artículo?
- ¿Cuáles son las asociaciones que establece el autor del artículo con respecto a la firma del TLC?
- ¿El artículo podría clasificarse a favor del TLC, en contra del TLC o no se puede inferir?
- ¿El artículo incluye las voces de: a) expertos; b) ciudadanos; c) gobierno nacional; d) representantes del gobierno chino; d) no incluye?

4. Resultados

2022 se convirtió en un año clave para la presencia China en Nicaragua y Ecuador. En medio de una pandemia que en 2020 redujo el PIB en -7,8% para Ecuador y -18% para Nicaragua, según datos del Banco Mundial, ambas naciones se enfrentaban a un proceso de recuperación económica marcada por la falta de empleos, la crisis del sistema sanitario y la necesidad de encontrar nuevos aliados para el financiamiento y la búsqueda de nuevos mercados internacionales para los productos nacionales. Es en este escenario de incertidumbres políticas, económicas y sociales cuando las relaciones entre China y las dos naciones latinoamericanas toman un giro mediante la aparición de un hecho en particular: el TLC.

Efectivamente, Nicaragua y Ecuador desarrollan sus negociaciones comerciales con China en 2022. Durante casi un año, ambas naciones, cada una por separado, empiezan a trabajar en un acuerdo que facilite el comercio internacional entre China y América Latina. Como resultado de este proceso, en 2024, es decir en menos de dos años de negociaciones, las dos naciones latinoamericanas y China concretaron sus tratados comerciales, los cuales ya se encuentran en vigencia (desde el 1 de enero en Nicaragua y desde el 1 de mayo en Ecuador).

Más allá de las relaciones comerciales entre estas naciones, resulta interesante poder realizar una evaluación de cómo fue el trabajo mediático para llegar a tener estos acuerdos. Durante este período, en Ecuador y Nicaragua el escenario mediático transitó entre dos polos. Por una parte, los medios de comunicación seleccionados de cada uno de los países trabajaron en torno a artículos de investigación y noticias que hacía énfasis en las preocupaciones de los productores locales y especialistas en el ámbito en torno al poder disparado entre la realidad latinoamericana y el músculo productivo asiático. Del otro lado, China, sus representantes y aliados comerciales desarrollaron un amplio espectro de comunicaciones con los medios para hacer énfasis en discursos sobre la protección de los mercados internos, la internacionalización productiva y las alianzas para la innovación, especialmente en las áreas tecnológica y agroproductiva.

Un primer análisis del contenido relacionado con las fases previas a la aprobación del TLC en ambos países revela la escasa representación de la diplomacia china, especialmente en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2022 y el 30 de septiembre de 2023. En este periodo se seleccionaron 22 artículos (7 de Nicaragua; 15 de Ecuador) y es notable que la representación de funcionarios de China es menor al 10% en Ecuador y nula en el caso de Nicaragua, a diferencia de los negociadores nicaragüenses y ecuatorianos, quienes sí tienen espacio para hablar de los procesos técnicos de los TLC.

En esta etapa, los artículos están relacionados con contenidos que usan predominantemente los términos temor, protección, desigual, competencia. Durante estos meses, además, se desarrollaron los primeros acercamientos entre los negociadores y los gremios productivos,

así como la consolidación de varios de los acuerdos de las mesas técnicas. Uno de los obstáculos durante el análisis de los contenidos noticiosos en este período fue la censura que ha sufrido el medio La Prensa, especialmente desde agosto de 2022 cuando el gobierno de Daniel Ortega confiscó sus instalaciones. Esto ralentizó el abordaje del tema en la prensa crítica al gobierno de Nicaragua, lo cual podría haberse derivado también de la falta de un equipo periodístico que cuente con las garantías suficientes para hacer coberturas del tema en espacios oficiales tales como ruedas de prensa. A pesar de ello, el medio mantuvo una línea editorial crítica ante el proceso, tal como se puede apreciar en los siguientes ejemplos:

Figura 1.

Noticia de La Prensa sobre las condiciones del TLC



Managua, Nicaragua. 16/Noviembre/2012. Instalaciones del Matadero Nuevo Carnic, laborando para la exportación de carne vacuna. Oscar Navarrete/ LA PRENSA.

Sector admite que no hay tanta carne para Pekín, tras conocer las reglas que China impuso a la industria

La carne de bovina es el tercer producto de exportación de Nicaragua, detrás del oro y el café. Sector mira con recelo el nuevo mercado chino, aunque admite que hay oportunidades

Fuente: La Prensa. <https://bit.ly/3WEqJG6>

Figura 2.

Noticia de La Prensa sobre la estrategia comunicación de Nicaragua para alcanzar el TLC con China



Dictadura cortea un viaje pagado a China. LA PRENSA

Un viaje pagado a China: La estrategia de la dictadura para crear "cercanía" con el gigante asiático

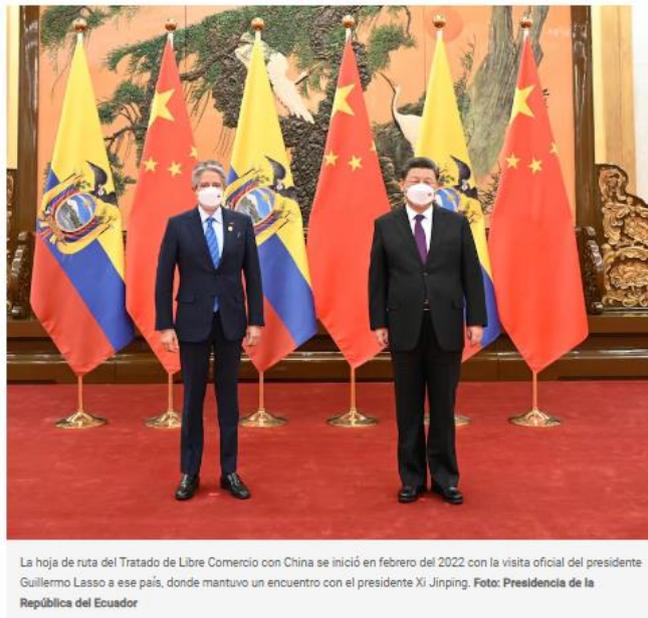
A criterio de expertos, la relación con ese país se debe a una decisión ideológica, política y de conflicto con Estados Unidos

Fuente: La Prensa. <https://bit.ly/3So2rxA>

Por otra parte, en el caso ecuatoriano, el abordaje de las noticias en este periodo contó con una presencia de contenido con la presencia de funcionarios chinos, ya sea por medio de declaraciones, foto oficiales o entrevistas, aunque esto apenas llegó a ser de un 10% del total de los artículos analizados. A pesar de ello, la estrategia en el caso ecuatoriano-chino incluyó el apareamiento de los funcionarios del gobierno chino en reuniones de alto nivel con sus pares ecuatorianos. La mejor muestra de ello fue el encuentro de Guillermo Lasso, expresidente de Ecuador, en el marco de su visita a China y su encuentro con su monólogo, Xi Jinping. A la par, los representantes gubernamentales del Ecuador abren espacios de diálogo directo con los medios para explicar los alcances del gobierno y establecer mecanismos para la defensa de su proyecto de comercio bilateral.

Figura 3.

Artículo de El Universo sobre el encuentro entre Guillermo Lasso, expresidente de Ecuador, y Xi Jinping, presidente de China, en febrero de 2022



Fuente: El Universo. <https://bit.ly/3Sm3Zry>

Figura 4.

Artículo de El Universo que muestra al ex Ministro de Producción, Julio José Prado, hablando a los medios sobre el TLC



Fuente: El Universo. <https://bit.ly/4dgSolP>

Desde el 1 octubre de 2023 hasta el 30 de junio de 2024 la situación cambia. En los 30 artículos seleccionados para este periodo (8 Nicaragua; 22 Ecuador), en promedio el 41% en Nicaragua y el 56% en Ecuador cuentan ya con una mayor presencia de la diplomacia china en cada país, o bien de empresarios que forman parte del círculo de intercambios comerciales entre ambas naciones. Esto incluye discursos ante los medios, artículos de opinión de representantes diplomáticos, entre otros. Asimismo, la imagen de China en cada uno de los países se relaciona ahora con los términos oportunidad, temor, descuento, disminución, aranceles, mercado. Este periodo es particularmente importante ya que en estos meses se desarrolló el proceso de cierre de las negociaciones, así como la entrada en vigencia de los acuerdos comerciales y sus primeras semanas de ejecución. Además, resulta valioso destacar la apertura de la diplomacia china ante de los medios en este periodo, algo que no sucedió en la etapa previa. Esto es claramente en la aparición de los diplomáticos y miembros del cuerpo técnico chino en fotografías distribuidas a los medios, o bien captadas por los equipos noticiosos de los mismos. Esto sucede incluso con La Prensa, medio que a julio de 2024 todavía se mantiene en resistencia ante el gobierno nicaragüense, lo cual implica una menor posibilidad de gestión de la información en eventos oficiales.

Figura 5.

Artículo de La Prensa que recopila información sobre la visita de una delegación china que fue recibida por el hijo del presidente Daniel Ortega, Laureano Ortega



Delegación del partido comunista de China visita abril 2024. Foto de El 19 Digital

Otra delegación del Partido Comunista de China de visita Nicaragua

Es la segunda visita que hace una delegación china al país. Ambas han sido recibidas por el hijo del dictador, Laureano Ortega

Fuente: La Prensa. <https://bit.ly/3yltIPy>

Figura 6.

Artículo de El Universo sobre la expectativa que genera el acuerdo comercial entre Ecuador y China para los importadores de productos desde el gigante asiático

A la espera de precios más bajos desde China, contenedores de importadoras están en camino a Ecuador

Clientes y emprendedores con expectativa de más oferta y mejores precios. Importadores esperan mercadería bajo acuerdo comercial. También hay cuestionamientos.

NOTAS RELACIONADAS

- China es el principal destino de las exportaciones de la CAN ¿cómo le ha ido a Perú donde TLC lleva 14 años?
- Así cayó la venta de vehículos por el alza del IVA



Los clientes de las importadoras que traen sus productos desde China están a la expectativa de la llegada de nuevos productos con mejores precios por el acuerdo comercial que va a cumplir dos semanas en vigencia. Foto: Peter Tava Franco

Fuente: El Universo. <https://bit.ly/3LI56yh>

5. Discusión

El interés de China por establecer una relación más directa con los medios de comunicación tras llegar a obtener resultados positivos en la concreción de acuerdos económicos bilaterales puede ser interpretado como una estrategia de diplomacia pública, ya sea esta por medio de entrevistas, con sus logos, banderas y demás. Sobre esto, Rubio (2014) sostiene que

Hoy vemos como es imposible referirse a un sólo sujeto a la hora de determinar quién desarrolla la comunicación, quién construye con sus palabras y sus hechos, la reputación de un país. De esta manera se abre un nuevo campo en el que la estrategia de comunicación no pasa simplemente por la definición de tiempos y mensajes de una institución (y sus representantes), sino que va más allá y afecta a la elección de distintos actores, la coordinación de los mismos, e incluso el establecimiento de distintas líneas de actuación complementarias (p. 14).

Visto de este modo, las acciones de China, en el marco de las negociaciones, firmas e implementación de estos tratados, responden a una comprensión de un nuevo escenario internacional en el cual comprende que los medios de comunicación son un mecanismo eficaz para hacer llegar a la población un mensaje de globalización y apertura de nuevas rutas comerciales por fuera de los círculos hegemónicos. Así, pues, su estrategia da un giro del modelo de actor silencioso al de emisor de un mensaje con el que busca posicionar a su país en un mundo interdependiente.

Los hallazgos de este estudio también representan una mirada crítica hacia como las tensiones entre la prensa y los regímenes de turno tiene implicaciones en la gestión de la información en el marco de una diplomacia pública efectiva. Así, pues, en el caso nicaragüense se puede apreciar una pérdida de espacios para ampliar la mirada sobre el hecho noticioso del TLC China-Nicaragua, lo cual requiere de un análisis más profundo para comprender cómo ha sido la reacción del ecosistema mediático ante este acuerdo bilateral y descifrar las posibles implicaciones entre la libertad de prensa y la diplomacia pública.

En el caso ecuatoriano, vale la pena recalcar que el abordaje de la historia Ecuador-China tiene matices muy diversos, desde aquellos que incluyen una mirada crítica al proceso, así como los que ven con optimismo este acuerdo. Esto, a su vez, da nuevas luces sobre estudios a futuro sobre cómo la estrategia de diplomacia pública está llegando a una ciudadanía más informada sobre las cuestiones relevantes para el futuro económico de su nación.

5. Conclusiones

En un mundo mediatizado, los estudios en torno a los TLC deben ser abordados de una manera holística en cuanto plantean nuevos escenarios en las relaciones entre los Estados y quienes lo habitan. En ello, un punto a considerar en los actuales procesos internacionales e la diplomacia pública, entendida como una actividad que asume que el Gobierno es una representación del poder ciudadano, por lo cual los acuerdos entre los países no pueden escapar a la dimensión de considerar a este sujeto como uno de los agentes activos para la implementación de políticas intergubernamentales de mercado.

En efecto, desde la antigüedad, el comercio entre los pueblos más distantes se consideró como un mecanismo no solo de intercambio de mercancías, sino como una oportunidad para compartir experiencias. En el actual contexto global, este proceso se acelera gracias a los medios de comunicación, los cuales actúan precisamente como mediadores entre las distintas esferas de poder cuyas decisiones tienen implicaciones para la ciudadanía.

En el caso de China, el país ha adoptado una postura abierta hacia una globalización que la integra en un mercado global. Como se ha visto anteriormente, el *Libro blanco* de 2023 ya establece la necesidad de pensar a un país que forma parte de un todo donde son posibles las relaciones comerciales y que, al mismo tiempo, permite otro tipo de intercambios entre las naciones. Para que este concepto tome forma, el país abre mecanismos de intercambio de información con la ciudadanía a través de los medios. Son estos los cuales, al momento de mostrar una imagen de los funcionarios de China, o bien al hablar de los procesos asociados a la firma de los TLC, los que moldean la opinión pública que puede favorecer o entorpecer la concreción de acuerdos económicos.

6. Referencias

- Acharya, A. (2023). Beijing's global media offensive: China's uneven campaign to influence Asia and the world. *International Affairs*, 99(3), 1357-1359. <https://doi.org/10.1093/IA/IIAD083>
- Baisotti, P. (2024). *La ofensiva del encanto de China en América Latina y el Caribe: Un análisis exhaustivo de la estrategia de comunicación de China en la región [Parte II: Influir en los medios de comunicación]*. Diálogo Américas. <https://bit.ly/3A6FTLa>
- Bandurski, D. (2016). *How Xi Jinping Views the News*. China Media Project. <https://bit.ly/3YnfYcj>
- Craig, A. (1976). The Media and Foreign Policy. *International Journal*, 31(2), 319-336. <https://doi.org/10.2307/40201320>
- Hempson-Jones, J. S. (2005). The Evolution of China's Engagement with International Governmental Organizations: Toward a Liberal Foreign Policy? *Asian Survey*, 45(5), 702-721. <https://doi.org/10.1525/as.2005.45.5.702>
- Hudson, V. M. y Vore, C. S. (1995). Foreign Policy Analysis Yesterday, Today, and Tomorrow. *Mershon International Studies Review*, 39(2), 209-238.
- Hundt, D. (2015). Free Trade Agreements and US Foreign Policy. *Pacific Focus*, 30(2), 151-172. <https://doi.org/10.1111/PAFO.12048>
- Jaramillo, S. y Tonon, L. (2023). Vista de Ventajas y desventajas de la firma de tratados de libre comercio. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, 14, 155-177. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/4120/4154>
- Jihua, Y. y Ocón, D. (2023). Motivations, Policies and Performance: A Review of China's Culture 'Going Out' Strategy. *Journal of Asian Public Policy*. <https://doi.org/10.1080/17516234.2022.2148314>
- Larsen, H. (2004). Discourse analysis in the study of European foreign policy. *Rethinking European Union Foreign Policy*, 62-80. <https://acortar.link/NNAgMn>
- Leonard M., Stead C. y Smewing, C. (2002). *Public Diplomacy*. The Foreign Policy Centre.
- Lozano Ascencio, C., Sánchez Calero, M. y Morales Corral, E. (2017). *Periodismo de riesgo y catástrofes en los telediarios de las principales cadenas de televisión en España*. Madrid: Fragua.

- Mastel, G. (2004) The Rise of the Free Trade Agreement, *Challenge*, 47(4), 41-61.
<http://dx.doi.org/10.1080/05775132.2004.11034258>
- Moeller, S. D. (2018). Media and foreign policy. *Great Decisions*, 47-56.
<https://www.jstor.org/stable/26593696>
- Nash, P. (2012, mayo 10). China's "Going Out" Strategy. *Diplomatic Courier*.
<https://www.diplomaticcourier.com/posts/china-s-going-out-strategy>
- Ortiz Jaramillo, D. (2023). *Informar sobre el riesgo: la inclusión del concepto de cambio climático en la cobertura periodística del aluvión de La Comuna y La Gasca, en 2022* [Tesina]. Departamento de Políticas Públicas, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/19626>
- Quintana, A. (2006). Metodología de Investigación Científica Cualitativa. En *Psicología: Tópicos de actualidad* (pp. 47-84). UNMSM.
- Robinson, P. (2017). The Media and Foreign Policy. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*.
<https://doi.org/10.1093/ACREFORE/9780190228637.013.494>
- Rubio, R. (2014). La diplomacia pública: nuevos actores en un escenario nuevo. En E. Pérez de Agreda, R. Rubio y J. Manfredi (Eds.), *La Diplomacia Pública como reto de la política exterior*.
- Salgado Espinoza, R. (2023). *La política exterior de los Estados latinoamericanos: enfoques, metodologías y casos*. Flacso Ecuador
- Schulz, J. y Staiano, M. (2022). La construcción de una Comunidad de destino compartido para la humanidad: análisis multidimensional de un nuevo paradigma internacional. En: G. E. Merino, L. M. Regueiro Bello y W. T. Iglecias (Coords.). *China y el nuevo mapa del poder mundial*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO. pp. 87-109. Memoria Académica. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5476/pm.5476.pdf>
- Wang, H. (2016, marzo 8). A Deeper Look at China's "Going Out" Policy. *Centre for International Governance Innovation*.
<https://www.cigionline.org/publications/deeper-look-chinas-going-out-policy/>
- Yiu, P. (2022, septiembre 20). China builds global media muscle to amplify its message. *Nikkei Asia*. <https://acortar.link/bDrozD>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Agradecimientos: El presente texto forma parte de las investigaciones desarrolladas por el Media & Innovation Lab de la Universidad Hemisferios.

AUTOR:

Diego Ortiz Jaramillo

Universidad Hemisferios, Ecuador.

Licenciado en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Máster en Periodismo y Comunicación Digital por la Universitat Oberta de Catalunya. Especialista en Liderazgo, Cambio Climático y Ciudades por Flacso-Ecuador. Maestrante de Relaciones Internacionales y Diplomacia, mención Política Exterior, por el Instituto de Altos Estudios Nacionales. Candidato doctoral en Comunicación y Periodismo por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Editor y periodista especializado en cultura, música académica, medioambiente y ciencia. Becario del programa TÚMEP Latin America de la Oficina del Primer Ministro de Turquía. Miembro del Professional Fellows Program del Departamento de Estado de los Estados Unidos. Becario del International Center for Journalists. Miembro de la Red China & América Latina: Enfoques Multidisciplinarios.

diego@uhemisferios.edu.ec

Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0007-3460-5824>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=c2YeD0sAAAAJ&hl=en>