

Desinformación y comunicación estratégica en el contexto de la expansión china en América Latina

Disinformation and Strategic Communication in the Context of Chinese Expansion in Latin America

Recibido: 1 de julio de 2025

Aceptado: 9 de septiembre de 2025

Santiago Carranco, Marcos Falcone, Alonso Illueca

Pedro Isern, Constanza Mazzina, Federico Rabino

Sandra América Rodríguez

RESUMEN

Esta investigación explora la gestión de la comunicación de China, un gobierno totalitario, como herramienta para favorecer la percepción pública e influir en la toma de decisiones en América Latina. Se analizan seis acciones de expansión en la región, examinando la desinformación como propósito de la comunicación en estos procesos. Se identifican narrativas construidas a partir de la articulación de mensajes, canales y momentos específicos. Los resultados revelan que la estrategia de expansión china se apoya en una comunicación gestionada estratégicamente, a menudo con desinformación, que omite información clave sobre los riesgos de dichas acciones. Esto configura una percepción incompleta del impacto real, maximizando los beneficios a corto plazo y minimizando los costos adversos a largo plazo. La investigación destaca la complejidad de la expansión china en América Latina y la importancia de comprender las dinámicas de poder en la región para desarrollar estrategias efectivas contra la desinformación.

PALABRAS CLAVE: Desinformación, Comunicación estratégica, Expansión china, América Latina, Narrativas

ABSTRACT

This research explores China's communication management—as a totalitarian government—as a tool to shape public perception and influence decision-making in Latin America. It analyzes six expansion-related actions in the region, examining disinformation as an intentional feature of communication within these processes. The study identifies narratives built through the articulation of specific messages, channels, and timing. The findings reveal that China's expansion strategy relies on strategically managed communication, often involving disinformation, which omits key information about the risks of such actions. This leads to an incomplete perception of their real impact, maximizing short-term benefits while minimizing long-term adverse costs. The research underscores the complexity of China's presence in Latin America and highlights the importance of understanding regional power dynamics to develop effective strategies against disinformation. [Sugerencia: corregir 'impacte' → 'impact'].

KEYWORDS: Disinformation, Strategic Communication, Chinese Expansion, Latin America, Narratives

Santiago Carranco <https://orcid.org/0000-0002-7752-8175> Universidad Internacional de Ecuador sacarrancopa@uide.edu.ec | Marcos Falcone <https://orcid.org/0009-0008-9729-6616> Universidad del CEMA mfalcone@libertad.org.ar | Alonso Illueca <https://orcid.org/0009-0000-6927-7866> Universidad Católica de Santa María La Antigua alonsoillueca@gmail.com | Pedro Isern <https://orcid.org/0009-0006-0095-0921> Universidad ORT Uruguay pedro.isern@gmail.com | Constanza Mazzina <https://orcid.org/0000-0001-9723-7212> Universidad del CEMA cmazzina@ucema.edu.ar | Federico Rabino <https://orcid.org/0000-0002-7771-2087> Universidad María Auxiliadora federico.rabino@umax.edu.py | Sandra América Rodríguez <https://orcid.org/0009-0002-4396-7329> Universidad Anáhuac México sandra.rodriguezpe@anahuac.mx



INTRODUCCIÓN

La gestión estratégica de la comunicación se ha comprendido en los últimos años como una gestión relevante de las organizaciones, en su búsqueda por la eficiente interacción con los públicos de interés. Esta concepción se extiende también a la aplicación en diferentes ámbitos. En esta investigación, se revisa cómo los gobiernos totalitarios la están utilizando como una herramienta que permite favorecer el ambiente y la percepción pública, con una alta incidencia en la toma de decisiones. Particularmente, se analiza la gestión de la comunicación del gobierno chino en torno a seis acciones específicas de expansión en la región latinoamericana.

En el análisis convergen tres dimensiones de observación: (1) la percepción ciudadana de las acciones de expansión de China en América Latina, (2) la estrategia de comunicación con fines desinformativos que acompaña dichas acciones y (3) la influencia que ejercen tanto la comunicación como la percepción en la toma de decisiones de los actores en los países latinoamericanos.

A partir del entendimiento de la desinformación como un propósito de la gestión de la comunicación que acompaña a las acciones expansivas, se analiza cómo fluyen los elementos fundamentales de la interacción, más allá de los medios de comunicación y las estrategias típicas de desinformación. Es decir, se explora la identificación de narrativas construidas a partir de la articulación de mensajes, canales y momentos específicos de los procesos sustantivos de la expansión.

Los sucesos revisados son la firma del Tratado de Libre Comercio entre China y Ecuador; la invitación a las élites políticas en Latinoamérica para asistir a China; el desplazamiento de Taiwán en el Parlamento Centroamericano (Parlacen); el establecimiento de una base aeroespacial en Neuquén, Argentina; la cooperación autocrática que se observa en el establecimiento de bases militares en China; y el desreconocimiento de Taiwán por parte de Paraguay y Honduras para establecer relaciones diplomáticas con China.

Las acciones de comunicación con propósitos de desinformación que se analizan son memorándums de entendimiento entre Ecuador-China y Perú-China, así como las comunicaciones oficiales de los tres países sobre sus tratados de libre comercio (TLC); la presencia mediática previa y posterior de tres actores políticos invitados pro China para visitar ese país; la presencia de voces nicaragüenses en medios de la región centroamericana que hablan sobre el desplazamiento de Taiwán en el Parlacen y discursos de posicionamientos oficiales; la cobertura mediática sobre el establecimiento de la base aeroespacial en Neuquén, Argentina, y la información difundida en redes sociales, de 2022 a 2024; la difusión de información on line sobre las bases militares chinas en Cuba; y la cobertura mediática en torno al 25 de julio sobre el desreconocimiento de Taiwán por parte de Paraguay y Honduras para establecer relaciones diplomáticas con China.

En forma paralela, se realizaron entrevistas a profundidad con personas vinculadas directa o indirectamente con la toma de decisiones en cada acción, así como especialistas que conocieran a detalle las situaciones. Finalmente, se realizaron encuestas de opinión entre la población objetivo de dichas estrategias, buscando posibles relaciones con el resultado de las acciones expansivas¹.

¹ Este trabajo fue realizado con apoyo y respaldo de la Red Liberal de América Latina, proyecto de la Fundación Friedrich Neumann para la Libertad.

CONTEXTO

La presencia de China en la región latinoamericana desde hace ya varias décadas ha tenido implicaciones políticas, económicas y culturales. Si bien su ingreso a la Organización Mundial de Comercio en 2001 marca el momento en que se reforzó esta presencia (Forcadell, 2022, p. 174), resalta el hecho de que, a partir de la pandemia de COVID-19, se han acelerado las acciones que permiten al gigante asiático incrementar su influencia en los diferentes países de América Latina.

Medios de comunicación, investigadores, políticos y la ciudadanía en general han consolidado una percepción en torno a esta presencia. De esta manera, se encuentran opiniones diferentes respecto a los beneficios o consecuencias negativas que implica para los latinoamericanos. Como se menciona en un artículo de *The Economist*, “si bien Estados Unidos sigue siendo el principal socio comercial de la región en su conjunto, China se ha convertido en el mayor socio en Sudamérica —con Brasil, Chile, Perú y otros países. La presencia del gigante asiático no se limita al ámbito económico: sus embajadores poseen un amplio conocimiento de América Latina y dominan el español y el portugués. Además, su personal diplomático se ha venido expandiendo.” (*The Economist*, 04/07/2024, traducción propia).

Destaca, por ejemplo, el hecho de que las vacunas chinas llegaron primero a esta región que las estadounidenses y europeas, situación que en su momento se entendió como una intención de fortalecer las relaciones con diversos países.

Autores como Méndez y Forcadell (2022), identifican tres motivos principales por los que China se interesa en establecer relaciones con los países de América Latina y el Caribe (ALC): su sed de recursos naturales; su obsesión por la unidad nacional, fomentada al despojar a Taiwán del reconocimiento internacional; y la competencia geopolítica con Estados Unidos.

Esta consideración implica comprender que a partir del 2020, la política exterior de China se motiva principalmente por razones económicas, diplomáticas y culturales, sin olvidar que en 2013, el presidente Xi Jinping inauguró su periodo visitando Trinidad Tobago y México (Méndez y Forcadell, 2022).

En estos años, se han conocido diferentes estrategias país asiático del para incidir o, al menos, ganar terreno en la percepción generalizada, de la ventaja que implica para los países hacer alianzas de diferente índole con ellos. Una de estas es el soft power.

En 2004, Joseph Nye acuñó dicho término para describir la capacidad de un actor político de influir en las acciones y preferencias a través de la atracción y la persuasión, en lugar de la coerción o la fuerza. Para ello, se gana presencia a través de la cultura, los valores políticos y las políticas exteriores.

Además, la norteamericana Fundación Nacional para la Democracia (NED, por sus siglas en inglés), dedicada a la promoción de instituciones democráticas, afirmó en 2017 que el soft power de un gobierno autoritario es en realidad sharp power (o poder incisivo en español), “porque la forma en que se actúa es perforando los entornos políticos y de información en los países objetivo.” (González, 2023, p. IV)

González también plantea dos importantes formas de injerencia de China en América Latina:

Diplomacia entre pueblos (People to people diplomacy) y su potencialidad. Generalmente, esta iniciativa se ejecuta mediante dos tipos de acciones: la cooperación entre instituciones y los intercambios entre personas influyentes en las comunidades locales de la región, como periodistas, académicos, funcionarios públicos, empresarios, emprendedores, jóvenes líderes y hasta estudiantes.

Medios de comunicación y su alcance a comunidades locales. Por un lado, se ha avanzado en acuerdos de amplia cobertura en prensa gráfica, radio, televisión y cine, así como una cooperación activa para promover intercambios, capacitaciones y trabajo periodístico conjunto. China tiene a la China Global Television Network y a la agencia de noticias Xinhua.

La condición sociocultural y política con numerosos rasgos de coincidencia hacen de la región latinoamericana una zona estratégica en la optimización de esfuerzos expansivos, por lo que resulta lógico entender el interés de China por alcanzar la presencia deseada y su consecuente influencia en el menor tiempo posible.

Dado que la mayoría de los países de América Latina son predominantemente hispanohablantes y comparten raíces culturales similares, China puede canalizar más eficientemente sus esfuerzos a través de iniciativas regionales. (Cardenal, 2018, pp. 43-44)

En ese camino, acciones específicas se pueden considerar clave para expansión en todos los ámbitos de interés para China. Tal es el caso del despliegue mostrado como apoyo en la pandemia. Como menciona Roy:

Las empresas estatales chinas son importantes inversionistas en los sectores de energía, infraestructura y aeroespacial de la región, y el país ha superado a Estados Unidos como principal socio comercial de Sudamérica. Pekín también ha ampliado su presencia diplomática, cultural y militar en toda la región. Más recientemente, aprovechó su apoyo durante la pandemia de COVID-19, suministrando a la región equipo médico, préstamos y cientos de millones de dosis de vacunas (Roy, 2023, traducción propia).

Es muy importante no perder de vista el tema económico, pues ha sido una palanca eficiente en las relaciones de China con los diferentes países. La condición financiera y económica comprometida es una constante en la región, razón por la cual el país asiático ha sido cuidadoso de enfocar esfuerzos en ese campo. Campbell et al. dan cuenta de esta situación, explicando que:

Pekín aplica diversos métodos comunes y principios generales en sus esfuerzos por profundizar los vínculos con los países de América Latina y el Caribe (ALC). En los últimos años se ha observado un marcado aumento de estas actividades en toda la región, lo cual, según funcionarios estadounidenses, constituye una clara señal de que la República Popular China está estableciendo una base sólida para una presencia significativa y de largo plazo en el hemisferio occidental. Sin duda, China percibe a ALC en términos de su potencial económico, como lo sugieren varios de sus objetivos estratégicos en la región; sin embargo, también emplea numerosos otros instrumentos de poder estatal. Algunos de los enfoques de la República Popular China parecen, en apariencia, benignos —como ayudar a los gobiernos de ALC a atender sus intereses económicos de corto plazo—, pero al hacerlo suele situarse en una posición que le permite aprovechar las relaciones que construye. La siguiente sección examina algunos de los métodos de China para alcanzar sus objetivos estratégicos en la región (Campbell et al., 2022, p. 30, traducción propia).

En este camino estratégico, ha sido necesario no solo realizar acuerdos comerciales, sino también preparar el campo diplomático y de organismos de representación, de tal forma que pueda China formalizar su avance en América Latina.

Así, las estrategias de China para involucrarse en la región suelen enfocarse en la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). Es indispensable mencionar al respecto que la participación de Pekín en las cumbres de CELAC ha sido especialmente positiva para países que buscan promover acuerdos multilaterales que dejen fuera a Estados Unidos, como es el caso de Venezuela (Campbell et al., 2022, p. 39).

Finalmente, en las acciones expansivas de China resaltan los esfuerzos en la región para promover de manera controlada la imagen de ese país, utilizando para ello medios de comunicación propios y encontrando aliados en los medios de los países de Latinoamérica.

Para ello, el país asiático cuenta con su agencia de noticias Xinhua, considerada como una de las mayores y más influyentes agencias en todo el mundo, pues tiene una amplia red de corresponsales y oficinas de representación a nivel global. La agencia genera y difunde noticias nacionales e internacionales, de corte económico, político y cultural, conformándose como un gran elemento de difusión de la perspectiva china en América Latina y el mundo.

En el caso de la región, Campbell et al. detallan que hay 12 oficinas de Xinhua en 19 países de ALC; asimismo, presta servicios a 200 suscriptores de medios y 200 suscriptores no relacionados con medios, como ministerios gubernamentales regionales. Es imperativo revisar el contenido de la información que esta agencia genera, pues algunas voces afirman que hay una tendencia a enmascarar las verdaderas intenciones del gobierno chino (Campbell et al., 2022). También señalan que:

El análisis del contenido de Xinhua, sin embargo, muestra una tendencia a presentar las iniciativas chinas en términos engañosos. Por ejemplo, los analistas chinos priorizan los beneficios de la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI, por sus siglas en inglés) para los intereses de seguridad nacional de China, el acceso a rutas marítimas vitales de comunicación, la infraestructura de doble uso para operaciones navales chinas y el aumento de la influencia política de Pekín a nivel global. En cambio, los medios estatales en América Latina y el Caribe (ALC) presentan la BRI como una oportunidad económica de beneficio mutuo para los países de la región. Como señaló un funcionario estadounidense, China utiliza el espacio mediático principalmente para mejorar su imagen general y obtener apoyo político y comercial (Campbell et al., 2022, p. 48, traducción propia).

El avance de China a través de acciones específicas que le dan presencia y que son relevantes en los diferentes campos de decisión de América Latina obligan a preguntarnos: ¿de qué manera la desinformación se configura como una herramienta estratégica para la expansión de la influencia china en la región en los ámbitos económico, político, social y tecnológico?

En ese mismo sentido, surgen cuestionamientos en torno a cuáles son los mecanismos que emplea el gobierno chino para comunicar las diferentes acciones concretas de expansión. Se entiende que hay una perspectiva estratégica en la que los canales, los mensajes, los actores o voceros de mayor visibilidad son organizados para lograr un impacto importante en la percepción pública respecto a los beneficios que estas acciones traen a la región.

En el amplio debate público sobre la creciente influencia de China en América Latina, se identifica a la desinformación como herramienta táctica para la expansión. En la medida en que se comprendan mejor las dinámicas de poder en la región, será más efectivo contribuir al desarrollo de estrategias que enfrenten la desinformación y sus implicaciones negativas.

Por otro lado, en las dos últimas décadas, América Latina ha atravesado un ciclo complejo de transformaciones políticas y económicas. Luego de los primeros años del siglo XXI, la región experimentó un periodo de crecimiento económico impulsado por el auge de los commodities, es decir, bienes básicos como petróleo, minerales o granos. Su producción y exportación influyen fuertemente en sus economías, lo que permitió financiar programas sociales y redujo la pobreza en varios países. Sin embargo, la dependencia de las exportaciones primarias y la volatilidad de los precios internacionales evidenciaron la vulnerabilidad estructural de las economías latinoamericanas.

En el plano político, la región vivió la llamada “marea rosa”, que se caracterizó por el ascenso de gobiernos de izquierda con agendas de redistribución y mayor presencia estatal. Posteriormente, se dio un giro hacia gobiernos de corte más liberal o conservador, seguido en los últimos años por un nuevo ciclo de liderazgos progresistas, lo que refleja una marcada inestabilidad y alternancia ideológica.

A lo anterior se suman problemas persistentes como la desigualdad social, la debilidad institucional, la corrupción y la inseguridad, que limitan la consolidación democrática y la confianza ciudadana. La pandemia de COVID-19 profundizó estas brechas y provocó la mayor contracción económica regional en un siglo. Esto aumentó la deuda pública y la vulnerabilidad social.

En este contexto de fragilidad económica y alta polarización política, América Latina se ha convertido en un espacio estratégico para la inserción de potencias extrarregionales, particularmente de China, que ha encontrado el terreno propicio para ampliar su influencia mediante comercio, inversión, financiamiento y estrategias de comunicación política y cultural.

Este es el escenario que se observa al realizar esta investigación. Estos hallazgos tendrán un impacto significativo en diversos sectores de la sociedad latinoamericana, incluyendo gobiernos, academia, organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación, quienes podrán promover, a partir de ellos, una relación más justa y equitativa entre China y América Latina.

En el diseño de la investigación destaca la integración de especialistas de seis países distintos, provenientes de organizaciones no gubernamentales diversas y con experiencia y trayectoria relevantes en la investigación documental sobre China. Es importante comprender que esta no es una compilación de seis esfuerzos diferentes unidos por un eje temático; se trata de una investigación empírica aterrizada en torno a seis acciones de expansión específicas, con una sola perspectiva teórica, metodológica y concluyente.

Revisión bibliográfica

Gestión estratégica de comunicación

Las definiciones de la gestión estratégica de la comunicación nos remiten fundamentalmente al ámbito organizacional. En él se construye un proceso planeado y sistemático que articula las diferentes interacciones de la organización, sea cual sea su índole o tipo, con sus principales públicos de interés, con el fin de alcanzar sus objetivos estratégicos. Este proceso parte de un análisis situacional que permite identificar las necesidades y problemas de comunicación para definir los objetivos. Una vez hecho esto, se diseñan los caminos y las tácticas a realizar en un tiempo determinado, cuyos resultados pueden evaluarse a la luz de los objetivos iniciales. Este plan estratégico debe estar alineado a la misión, visión y valores de las organizaciones, y se encamina a la construcción de una reputación adecuada a sus propósitos.

Autores relevantes como Paul Capriotti destacan la existencia de la planeación, implementación y control, buscando el logro de los objetivos de la propia organización (Capriotti, 2010).

Otros ejemplos de esta concepción de gestión estratégica de la comunicación es la conceptualización de Costa (2024), para quien "la comunicación estratégica es la gestión de la comunicación de una organización con el objetivo de construir y mantener relaciones de confianza con sus públicos clave". Del mismo modo, Xifra (2012) afirma que "la comunicación estratégica se entiende como la planificación de la comunicación de una organización, con el objetivo de alcanzar los objetivos corporativos, y la gestión de las relaciones con los públicos clave".

Al trasladar la concepción de la comunicación estratégica hacia gobiernos y actores políticos, se identifica nuevamente la necesidad de articular los esfuerzos de identificación de públicos clave, canales de comunicación adecuados y evaluación de resultados. Todo ello a partir del cumplimiento de los objetivos de comunicación planteados y de los propios objetivos de gobierno y de la política. Así como las organizaciones se encaminan a la construcción de reputación, en política buscan fortalecer la imagen pública, generar confianza y promover la participación ciudadana en la toma de decisiones.

En el mismo tenor, autores como Castells (2009), McNair (2011) y Strömbäck (2014) permiten comprender cómo se ejerce el poder político a través de la comunicación y de los medios para influir en la opinión pública. Identifican otras acciones adicionales, que coinciden con la diversidad de canales de la comunicación estratégica en las organizaciones.

En términos de Chomsky, hay 'otros medios' que también son utilizados. Él habla de los medios de élite, a veces reconocidos como los que marcan la agenda. Cuentan con grandes recursos y establecen el marco en el que operan los demás medios. Son básicamente administradores políticos, empresariales, académicos o periodísticos que participan en la organización de cómo la gente piensa y percibe las cosas (Chomsky, 1997).

Es decir, la gestión estratégica de la comunicación, tanto en organizaciones como en gobiernos y el ámbito político, tiene una función coadyuvante en el logro de los objetivos sustantivos. Implica propósitos de comunicación estructurados a partir de la elección de canales, emisores y mensajes dirigidos a públicos específicos, los cuales pueden percibir partes diferenciadas y/o similares en sus mensajes, pero siempre estarán dirigidas y alineadas por la

esencia ideológica de quien diseña la estrategia. En el caso de las organizaciones, se conoce a partir de la misión, visión y valores. En el caso de los gobiernos y la política, se distingue en las ideologías partidarias que sustentan a esos gobiernos y políticos.

Es necesario también identificar la concepción de la gestión estratégica de la comunicación en los escenarios expansionistas de gobiernos totalitarios. En ellos se encuentra nuevamente el uso de las herramientas de comunicación, estructuradas a partir de un propósito del gobierno o país en expansión. A partir de los públicos clave o de interés, se diseñan los mensajes, los canales y los momentos en los que debes implementarse.

Esta gestión permitirá también la evaluación de la eficiencia de la estrategia de comunicación a partir del cumplimiento de los objetivos sustantivos del gobierno totalitario. Cabe subrayar que la esencia ideológica en este escenario, corresponde a la cultura, objetivos y perspectiva del país que pretende expandirse.

Esta idea nace en las concepciones ahora tradicionales de autores como Arendt (trad. en 1994), Orwell (1949) y Ellul (1965). Ellos ya hablaban de cómo los regímenes totalitarios utilizan la propaganda y la manipulación de la información para expandir su poder, moldeando la opinión pública e incluso provocando la movilización para el apoyo de sus propósitos.

Vale la pena entonces hacer una actualización del concepto de propaganda y manipulación mediática. La aportación de Jowett y O'Donnell (2015) es clave, pues afirman que un mensaje puede identificarse como propaganda porque sugiere algo negativo y deshonesto. Además, precisan que algunos términos que suelen usarse como sinónimos de propaganda son mentiras, distorsión, engaño, manipulación, control mental, lavado de cerebro o palabrería.

Esta actualización a la que nos referimos no es solo un tema cronológico, sino también conceptual, pues se centra en el proceso de comunicación. De manera más específica, Jowett y O'Donnell (2015) aluden al propósito. Señalan que la propaganda intenta deliberada y sistemáticamente moldear percepciones, manipular cogniciones y dirigir el comportamiento para lograr una respuesta que favorezca la intención deseada del propagandista.

La ética marca una gran diferencia en la gestión estratégica de la comunicación que realizan organizaciones, gobiernos y países en expansión. En los dos primeros casos, las técnicas buscan ser honestas, transparentes y marcadas por la intención de ser relevantes en la vida de los públicos. En el último, el de la comunicación para la expansión, hay una debilidad ética en las tácticas. Se presenta entonces la manipulación, difusión de propaganda, censura y construcción de narrativas falsas. Para ello, utilizan a los medios de comunicación propios y aliados, intentando controlar el discurso público. Su fin es generar ambiente favorable a la toma de decisiones alineadas también a los intereses del país en busca de su expansión, aunque esto implique la violación de los derechos humanos y de normas internacionales.

Y aquí es donde se ubica la desinformación como táctica de la gestión estratégica de la comunicación. Es un fenómeno subyacente que ha sido objeto de estudios desde diferentes perspectivas, principalmente de la forma en que se producen y distribuyen los mensajes.

Si bien se ha definido ya que la desinformación cumple una función táctica importante, es más común encontrar estudios donde la identifican con propósitos de allanamiento y debilitación de la reputación de las instituciones.

No obstante, la creciente presencia de China en el mundo, y particularmente en América Latina, nos hace pensar en la posibilidad de que la desinformación sea utilizada con propósitos tácticos. Estos coadyuvan al cumplimiento y legitimación de las actividades expansionistas de China en la región latinoamericana. Lo logran a través del fomento a la percepción pública favorable en términos de los beneficios que las acciones chinas pueden representar a la región en lo político, económico y social.

En este sentido, la lógica investigadora nos remite a entender cómo los gobiernos pueden emplear tácticas de desinformación para dirigir la opinión pública en favor de sus intereses expansionistas.

La fórmula es simple: hay una acción de expansión que se acompaña con una estrategia de comunicación. Sus fin es la desinformación, que influye en la percepción pública a favor de la acción. Con ello presionan, la mayoría de las veces, la toma de decisiones legitimada a través de la opinión de la ciudadanía.

Las dimensiones obligadas para comprender este proceso inician con la conceptualización de la comunicación estratégica con propósitos de desinformación. Se trata de un fenómeno social multifactorial que ha tenido en las décadas recientes un papel importante en la formación de percepción y opinión pública.

Desinformación como táctica

La desinformación se define generalmente como la difusión intencional de información falsa o engañosa con el objetivo de manipular la percepción pública, influir en decisiones o causar confusión. A diferencia de la información incorrecta, que puede ser el resultado de errores honestos, la desinformación es deliberada y suele tener fines políticos, económicos o sociales.

Respecto al estudio de la desinformación, autores como Wardle y Derakhshan (2017) distinguen entre desinformación (disinformation), información errónea (misinformation) e información maliciosa o malintencionada (malinformation), conceptos que suelen confundirse al hablar de noticias falsas (fake news). Para estos autores, es clave diferenciar entre la información verdadera y la falsa, y entre el contenido creado para causar daño y el que no lo es. Precisan que la desinformación es información falsa creada intencionalmente para causar daño a una persona, grupo, organización o país. Por otro lado, la información errónea también es falsa, pero no se crea con la intención de causar daño. Y finalmente, la información malintencionada se basa en hechos reales, pero se utiliza para causar daño.

En ese sentido, es menester demostrar que la comunicación con fines de desinformación es utilizada por China de manera intencional para manipular percepciones en torno a acciones específicas de expansión, pues como indica Pomerastev:

La desinformación puede ser en su mayor parte, incluso en un 99 por ciento, verdadera. Lo que la convierte en desinformación es la combinación inteligente de lo que es verdad, lo que la gente quiere que sea verdad y lo que es demostrablemente falso pero que muchos no notarán si se presenta de forma inteligente. En consecuencia, lo que define la desinformación no es el porcentaje de verdad o de mentiras que contiene, sino la forma en que se diseña, se lleva a cabo y, en última instancia, se acepta o se rechaza (Pomerastev, 2019, p. 52).

Por su parte, Whitney Phillips acuñó la Teoría de la desinformación deliberada. Esta se enfoca en la creación y difusión intencional de información falsa, con el objetivo de manipular la opinión pública, sembrar discordia o dañar la reputación de individuos e instituciones. Explica que cada vez más, el público se enfrenta a las consecuencias de la desinformación, que incluye la información falsa y engañosa difundida deliberadamente (desinformación), la información falsa y engañosa difundida inadvertidamente (información errónea) y la información basada en la realidad, pero difundida para causar daño (información malintencionada). Desde su perspectiva, el panorama mediático está saturado por el impacto constante de ataques, engaños y manipulaciones, lo que dificulta distinguir lo que es verdadero de lo que no (Phillips & Milner, 2021).

Es importante destacar el peso que le da al panorama mediático, que deja fuera la serie de tácticas y canales que pueden también articularse para desinformar. A menudo, no reconocer todos los elementos que se ponen en juego para comunicar, puede generar una visión parcial del fenómeno. Phillips puntualiza que:

La desinformación es información falsa compartida de manera no intencionada. Es muy diferente de las fake news, que se comparten de manera deliberada. En otras palabras, las personas que diseminan desinformación no están intentando propagar información falsa. Pero, en cualquier caso, ¡la diferencia poco importa! La información falsa se extiende independientemente de ello, y, en el peor de los casos, puede ser interceptada y convertida en un arma por personas que buscan sembrar caos y confusión. Por eso prefiero utilizar el término de “información contaminada” más que intentar analizar las motivaciones. Lo más importante es que la información se extiende y el efecto que tiene en el terreno de la información. La pregunta más importante para mí es: “¿qué provoca esta información y por qué se ha permitido que se extendiera?”. (Phillips, 2020, p. 22)

Esta podría ser la principal explicación teórica disponible para entender cómo funciona la hipótesis que plantea esta investigación: China implementa tácticas de comunicación con fines de desinformación en torno a sus acciones expansionistas. Su intención es influir en la opinión pública para lograr que los públicos objetivos perciban la acción como un beneficio a la región en los ámbitos político, económico y/o social.

En este momento resulta relevante analizar la diferenciación que hace la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) entre desinformación, información errónea y mala información, a partir de la intención y el contexto de cada una. La primera es maliciosa; la segunda es engañosa, pero no necesariamente intencional; y la tercera tiene mala intención, pero es real.

Esta diferenciación de conceptos incluida en el manual Periodismo, ‘noticias falsas’ y desinformación (UNESCO, 2018) ofrece en realidad un marco para comprender y abordar la complejidad del asunto, con el propósito de ofrecer a los periodistas elementos que les ayuden a realizar su ejercicio informativo en forma profesional y con calidad.

Los proveedores de desinformación se aprovechan de la vulnerabilidad o el potencial partidista de los receptores, a quienes esperan reclutar como amplificadores y multiplicadores (Ireton y Posseti, 2020). Este enfoque resalta la intencionalidad detrás de la desinformación y su propósito engañoso.

Algunas definiciones de desinformación destacan el papel de los actores estatales para fines políticos o geopolíticos, como la del Merriam-Webster Dictionary (s.f): “información falsa difundida deliberadamente y, a menudo, de manera encubierta (por ejemplo, mediante la siembra de rumores) con el fin de influir en la opinión pública u oscurecer la verdad” (traducción propia).

En términos generales, se han definido ya algunos tipos de desinformación, tales como:

Noticias falsas (fake news): Artículos o reportajes completamente inventados o distorsionados. Wardle y Derakhshan destacan que el término se ha empleado para describir diversos fenómenos en los últimos 15 años: sátira informativa, parodia de noticias, fabricación, manipulación, publicidad y propaganda (Wardle y Derakhshan, 2017, p. 16).

Teorías de conspiración: Historias que explican eventos o situaciones como resultado de tramas ocultas y que, de acuerdo con Wardle y Derakhshan son efectivas debido a que se basan en narrativas poderosas, que de manera inconsciente, tocan miedos profundamente arraigados (Wardle y Derakhshan, 2017).

Propaganda: Información sesgada o engañosa distribuida para promover una causa política o ideológica. Se trata de ideas, hechos o discusiones difundidas deliberadamente para promover una causa propia o dañar una causa contraria. (Merriam Webster, s.f.)

Sátira Malinterpretada: Contenido satírico tomado literalmente por algunas personas, propagando falsedades sin intención original de engaño.

Contenido Manipulado: Imágenes, videos o documentos alterados para presentar una versión falsa de la realidad.

Al revisar los pronunciamientos sobre desinformación hechos por diferentes organizaciones de cooperación internacional en el mundo, se identifican algunas coincidencias relevantes para el estudio:

- a) Intencionalidad. Es decir, implica la decisión de usar la comunicación deliberadamente y no como un hecho derivado en forma natural de la ocurrencia de hechos.
- b) Propósito de influencia (engañoso o malicioso). La búsqueda de influenciar en un sentido específico a la percepción pública, lo cual implica la manipulación de la audiencia.
- c) Motivación intrínseca y uso gubernamental de la información.
- d) Canales de distribución. Utiliza múltiples medios de comunicación, incluyendo redes sociales, medios tradicionales y plataformas digitales.

Queda claro que la desinformación es una herramienta poderosa que puede ser utilizada por actores estatales, grupos políticos, empresas y otros para lograr objetivos específicos, haciendo crucial la alfabetización mediática y la verificación de hechos para mitigar su impacto.

Expansión y geopolítica

El concepto de expansión de un país implica la convergencia de diferentes campos de conocimiento, como la Economía, la Geografía, la Sociología y la Antropología. En principio, se le llama expansión de un país al hecho de que un Estado o nación amplíe su influencia y control más allá de sus fronteras originales. Para ello, puede valerse de diferentes caminos, como la conquista territorial, la anexión de territorios, e incluso la influencia económica, política y cultural. Los motivos de la expansión pueden ser también diversos, aunque en términos generales, se circunscriben al deseo de poder y prestigio o a la extensión de una ideología. Autores como Tilly (1985), Said (1993) y Gilpin (1981) sustentan estas afirmaciones.

Asimismo, Morgenthau explica cómo los estados persiguen sus intereses nacionales mediante la expansión territorial o influencia. La tendencia de una nación a expandirse, señala al hablar del imperialismo, es un reflejo del deseo de obtener poder adicional frente a la competencia internacional, incluso si esa expansión compromete la paz.

Si una nación no puede o no desea conquistar territorios a los efectos de establecer su dominio, puede lograr el mismo fin ejerciendo su dominio sobre quienes dominan su territorio. Las naciones centroamericanas, para tomar un ejemplo, son soberanas y ejercen esa soberanía. Pero al depender completamente de sus exportaciones a Estados Unidos, ninguno de estos países puede llevar a cabo políticas duraderas, tanto internas como externas, que resulten objetables para Estados Unidos (Morgenthau, 1948, p. 85).

Por otro lado, Edward Luttwak (2012) explica cómo las acciones económicas y la información se emplean estratégicamente en la política internacional, lo cual es particularmente relevante en el caso de la expansión china en América Latina.

Luttwak (2012) afirma que el crecimiento del poder chino inevitablemente lleva a tensiones expansionistas, tanto en su esfera económica como en su proyección militar en la región Asia-Pacífico. Discute cómo la estrategia de China parece reflejar un enfoque gradualista, similar al expansionismo de otras grandes potencias a lo largo de la historia. Considera que a medida que el poder de China crece, también lo hace la percepción de amenaza por parte de otros estados, lo que crea un ambiente donde la expansión y la contención se convierten en dinámicas inevitables.

Por otro lado, Cardenal considera que “entre las medidas clave que mencionan para contrarrestar ‘los esfuerzos malignos de China y otras autocracias para influir y manipular las democracias’, destaca abordar la falta de información sobre China” (Cardenal, 2018, p.19). Esto podría ser una situación tanto provechosa como perjudicial; sin embargo, el gobierno chino ha resuelto esta carencia favorablemente a sus propósitos.

El presente estudio explora las estrategias de comunicación con fines desinformativos en seis casos de expansión, cuya definición conceptual se agrupa en las dimensiones territorial, económica, política y cultural.

Se entiende por expansión territorial aquella que tiene como propósito el control físico de nuevos espacios. En este sentido, Tilly afirma que esta es la forma más básica de las expansiones, y se puede lograr a través de la conquista militar, la anexión formal o la compra de tierras. En este sentido, en esta investigación se analizó la instalación de bases militares chinas en Cuba y la instalación de bases aeroespaciales en Argentina (Tilly, 1985).

Por otro lado, está la dimensión económica de la expansión, que tiene como objetivo el dominio de recursos y mercados. Es quizás una de las dimensiones más visibles actualmente en el tema China-América Latina. Al respecto, Wallerstein (2004) explica cómo esta dimensión puede incluir la expansión del comercio, la inversión extranjera directa, el control de cadenas de suministros globales y la explotación de recursos naturales en otros países. Pero es importante destacar que la expansión económica a menudo se entrelaza con la expansión política: los estados buscan asegurar el acceso a recursos estratégicos y mercados clave. En esta forma de expansión se ubican tres casos específicos de la investigación: la firma de acuerdos comercial de China con Ecuador y el rompimiento de Taiwán en los acuerdos económicos con Honduras, camino que posiblemente siga Paraguay.

La expansión cultural es una forma efectiva y silenciosa que permea hacia diferentes sectores de la sociedad, construyendo una percepción integrada del entorno que incorpora la visión del país que se expande. Así lo explica Nye (2004), quien detalla que esta forma de expansión implica la difusión de valores, normas, ideologías y prácticas culturales a través de diversos medios, como la educación, los medios de comunicación, el entretenimiento y el intercambio cultural. Esta dimensión busca influir en la forma en que otros actores perciben el mundo y se comportan, y puede contribuir a la creación de identidades compartidas y la legitimación de la influencia del actor expensor. En esta dimensión de expansión se ubican las invitaciones de políticos al país asiático.

La dimensión política de la expansión fue descrita por Morgenthau (1948) como la proyección de poder e influencia en la toma de decisiones de otros actores internacionales. Esto puede alcanzarse a través de diplomacia, el establecimiento de alianzas, la imposición de ideologías o la intervención en asuntos internos de otros países. En dicha dimensión se analizó el desconocimiento de Taiwán en el Parlamento Centroamericano Parlacen.

DESARROLLO

Metodología

Este estudio fue desarrollado bajo un enfoque inductivo. Se centró en escenarios locales específicos para identificar patrones y similitudes entre seis casos de expansión estratégicamente orquestados. La investigación fue estructurada desde una perspectiva teórica integral. Se aplicó un diseño metodológico común y estandarizado en cada caso, lo que permitió un análisis comparativo riguroso y coherente.

Asimismo, se adoptó un diseño transversal, no experimental, de enfoque mixto y tipo exploratorio. Se combinaron técnicas cualitativas y cuantitativas de manera complementaria. Para capturar la percepción de los actores involucrados, se realizaron 12 entrevistas semiestructuradas a representantes empresariales, técnicos y funcionarios del sector público y privado, directa o indirectamente relacionados con la toma de decisiones sobre la acción de expansión. Las entrevistas exploraron tanto la implementación de la acción como los esfuerzos de comunicación percibidos y su influencia en la percepción de los públicos.

Al mismo tiempo, se revisaron publicaciones en medios de comunicación, redes sociales, discursos institucionales, videos y noticias locales. Se realizó un análisis descriptivo de contenidos, mediante el cual se desglosaron los componentes de las estrategias de comunicación. Así, se identificaron elementos con posibles fines de desinformación y su relación con la percepción de los públicos.

También se aplicó una encuesta a una muestra de 480 personas, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia y criterio, para evaluar el impacto cuantitativo de estas estrategias. El universo de estudio comprendió habitantes de América Latina, considerados como posibles públicos objetivos de las estrategias de comunicación seleccionadas. Su percepción sobre la acción de expansión podía verse influenciada por dichas estrategias. La encuesta permitió recopilar información sobre aceptación de la acción, optimismo respecto a las oportunidades generadas y percepción de riesgos.

El cuestionario, instrumento estructurado que permitió operacionalizar estas variables, fue administrado vía una encuesta a la muestra definida. De esta manera, la información cuantitativa complementó los hallazgos cualitativos,

integrándose en un análisis global y triangulado que proporcionó una visión completa sobre la implementación de las estrategias de comunicación y su efecto en los públicos.

Resultados y limitaciones

El análisis de las estrategias de comunicación relacionadas con la expansión de China en América Latina permitió identificar patrones y tendencias consistentes en distintos casos: la firma de Tratados de Libre Comercio con Ecuador y Perú, la invitación a élites políticas latinoamericanas a visitar China, el desplazamiento de Taiwán en el Parlamento Centroamericano (Parlacen), la instalación de bases aeroespaciales en Argentina, la cooperación en bases militares y el desreconocimiento de Taiwán por Paraguay y Honduras.

Las entrevistas semiestructuradas con representantes empresariales, técnicos y funcionarios revelaron percepciones diversas sobre la influencia china en la región. Sectores como la agroindustria percibieron oportunidades de expansión y acceso a financiamiento. Pero los actores vinculados a la manufactura o áreas sensibles expresaron preocupación por la competencia de productos de bajo costo, dependencia económica y posibles impactos en la soberanía. Este contraste refleja la complejidad de los efectos de la expansión china según los intereses y experiencias de distintos actores.

Un hallazgo recurrente fue la centralidad de la comunicación y la propaganda en la estrategia de expansión. Los entrevistados identificaron mecanismos como viajes de políticos latinoamericanos a China, mensajes mediáticos selectivos, y cabildeo diplomático, orientados a promover una imagen favorable de China. Sin embargo, mientras los discursos oficiales enfatizan cooperación, desarrollo y no intervención, los entrevistados señalaron la existencia de objetivos estratégicos a largo plazo y efectos potenciales sobre la autonomía regional.

El análisis descriptivo de las estrategias de comunicación permitió identificar cinco componentes de desinformación recurrentes:

Enfoque comunicacional selectivo. Se destacan los beneficios de la acción china mientras se minimizan los riesgos y desafíos.

Construcción de narrativas favorables. Se promueve una imagen idealizada de China, resaltando cooperación y desarrollo, sin profundizar en implicaciones geopolíticas.

Negación y subestimación. Se minimiza o se niega la relevancia de hechos sensibles, como la presencia militar o influencia política.

Manipulación de la información. Se seleccionan fuentes, se interpretan datos de manera sesgada y se difunden mensajes incompletos o engañosos.

Omisión de información crítica. Se evita deliberadamente discutir temas controvertidos que podrían generar una visión negativa.

Estas categorías reflejan los patrones consistentes observados a través de entrevistas y análisis documental. Ofrecen un marco interpretativo sólido sobre la forma en que se construyen y comunican las estrategias de expansión.

Si bien se aplicaron encuestas a 480 participantes, el estudio se centra en la comprensión de patrones de percepción y estrategias de comunicación, más que en la cuantificación estricta de resultados. La interpretación de los datos se realizó de manera integrativa: se triangularon la información de entrevistas, el análisis documental y las encuestas, para identificar tendencias generales, relaciones y componentes recurrentes. Esta óptica permite ofrecer una visión profunda y contextualizada de los efectos de la comunicación china, evitando que cifras individuales aisladas puedan ser malinterpretadas fuera del contexto de la investigación.

Los hallazgos de las encuestas respaldan estas tendencias, mostrando, por ejemplo, la división de opiniones sobre los TLC con China, la limitada influencia de la información sobre viajes de políticos (77,1 % reportó que no alteró su opinión) y la percepción de los medios de comunicación como la fuente más confiable, aunque acompañada de desconfianza generalizada. Los resultados, interpretados en conjunto con la información cualitativa, refuerzan la comprensión de cómo la comunicación y la propaganda influyen en distintos sectores de la población.

Entre las limitaciones del estudio se incluyen posibles sesgos en la selección de participantes, dependencia de la percepción subjetiva y dificultad para medir impactos directos. La combinación de entrevistas, análisis documental y encuestas permitió mitigar estas limitaciones, ofreciendo un panorama más completo y triangulado de la influencia de las estrategias de comunicación chinas en América Latina.

CONCLUSIÓN

La estrategia de expansión de China en América Latina se ha visto facilitada por el acompañamiento de una comunicación gestionada estratégicamente, con la alianza de los gobiernos locales, utilizando la desinformación como táctica. Un aspecto clave es la omisión de información relacionada con los riesgos de las acciones de expansión. Lo anterior configura una percepción incompleta del impacto real. Se enfoca en maximizar los beneficios principalmente económicos a corto plazo y en minimizar los posibles costos adversos a largo plazo.

La influencia de China en la región ha trascendido lo económico, penetrando esferas políticas y sociales. Las inversiones chinas en infraestructura, como parte de la Iniciativa de la Franja y la Ruta, forman parte de una estrategia de largo plazo que va más allá del comercio, consolidando su presencia en la región. Aunque aún no hay un cambio claro en la política exterior de los países latinoamericanos, el aumento de la dependencia económica con China podría generar transformaciones en el futuro.

Queda manifiesto que el enfoque chino de promover el libre mercado sin democracia está ganando terreno en América Latina. Esta política, marcada por el pragmatismo económico y una postura transaccional, ha sido atractiva para algunos gobiernos de la región. Pero es fundamental considerar los costos sociales y políticos que este modelo podría conllevar, incluyendo el debilitamiento de las instituciones democráticas y los derechos civiles.

Las estrategias expansionistas chinas son múltiples y no se ciñen solamente al aumento de vínculos comerciales, sino que también involucran elementos políticos y culturales. El patrón que recorre las investigaciones grupales es uno de desinformación proveniente de la República Popular China a través de la omisión.

Aunque existen ocasiones en las que sí se recurre a información falsa, la estrategia de China en sus relaciones con países de América Latina se basa en el ocultamiento de información que pueda advertir a los interlocutores de que las acciones del país asiático constituyen un peligro.

Esto es válido tanto en la colaboración con partidos políticos como en cláusulas comerciales secretas, por ejemplo.

Debe ser un objetivo de los países latinoamericanos hacer pública toda la información de los vínculos políticos, económicos y culturales con China para que los ciudadanos puedan evaluar su conveniencia e instar a los políticos a actuar al respecto.

En esta investigación, el hallazgo común principal es el ejercicio de la desinformación mediante la omisión o ausencia de información sobre el tema en cuestión. La estrategia de China ha sido sacar del espacio público la discusión sobre el tema o limitar esa discusión a espacios acotados donde pueda realizar un potencial control de daños.

También es relevante la manipulación de la información como recurso posterior. Es decir, en aquellos casos en los que el tema alcanzó cierta visibilidad, el régimen se ocupa de desinformar manipulando la gravedad del acontecimiento.

Otro elemento clave es la presencia de actores locales como instrumentos para una estrategia de desinformación exitosa en el mediano-largo plazo. No hay desinformación exitosa sin la presencia local de un conjunto de personas relevantes que, conscientemente o no, actúan como receptores del mensaje primero y emisores y difusores de ese mensaje en un segundo momento. Como mencionamos, el ejercicio de recepción del mensaje puede representar la omisión de una determinada información y, justamente, la decodificación del mismo reside en la posterior no emisión y difusión de la información que el régimen de Pekín no tiene interés que se divulgue.

Los hallazgos de esta investigación revelan la complejidad y multidimensionalidad de la expansión china en América Latina. Si bien China ofrece oportunidades económicas y de desarrollo, también plantea desafíos en términos de competencia, transparencia, influencia política y potencial impacto en la soberanía regional. Los mecanismos de comunicación y propaganda juegan un papel importante en la promoción de los objetivos chinos, y es fundamental que los países latinoamericanos desarrollen estrategias para abordar estos desafíos y aprovechar las oportunidades de manera efectiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arendt, Hanna (1994), *Los orígenes del totalitarismo* (trad. G. Solana), Barcelona, Planeta-Agostini. (Trabajo original publicado en 1951)

Campbell, Jason H. et al., (2022), *U.S. Resourcing to National Security Interests in Latin America and the Caribbean in the Context of Adversary Activities in the Region*. Rand Corporation. Disponible en https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA847-1.html, consultado el 16 de marzo de 2025.

Capriotti, Paul (2010), “Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa”, en *Revista Comunicación*, núm. 27, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana.

Cardenal, Juan Pablo (2023), “La incierta huella de China en Latinoamérica” en *Diálogo político*. Disponible en <https://dialogopolitico.org/wp-content/uploads/2024/02/Capitulo-8-Juan-Pablo-Cardenal-DP-2023.pdf>, consultado el 23 de septiembre de 2024.

- Cardenal, Juan Pablo (2018), *El «poder incisivo» de China en América Latina y el caso argentino*, Buenos Aires, Centro para el Desarrollo y la Apertura de América Latina (CADAL).
- Castells, Manuel (2009), *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial.
- Chomsky, Noam, (2007), *El control de los medios de comunicación*. Disponible en: <https://www.voltairenet.org/article145977.html>, consultado el 28 de septiembre de 2024.
- Chomsky, Noam (1997), “What makes mainstream media mainstream”, en *Z Magazine*. Disponible en https://chomsky.info/199710__/, consultado el 16 de octubre de 2024.
- Cimini, L. & Morais, L. (2023) *The new Pink Tide in Latin America: Can they move further?* Foundation for European Progressive Studies (FEPS). Disponible en: <https://feps-europe.eu/the-new-pink-tide-in-latin-america-can-they-move-further/>, consultado el 24 agosto 2025.
- Costa, Joan (2004), *Imagen corporativa en el siglo XXI*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.
- Ellul, Jacques (1965), *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Nueva York, Vintage Books
- European Commission, (2022) *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation*. Disponible en <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>, consultado el 20 de agosto de 2024.
- EFE (2022), *Ministros de Medios del G7 alertan de los peligros de la desinformación*. Disponible en <https://www.swissinfo.ch/spa/ministros-de-medios-del-g7-alertan-de-los-peligros-de-la-desinformaci%C3%B3n/47686362>, consultado el 30 de octubre de 2024.
- Festinger, León (1957), *A theory of cognitive dissonance*, California, Stanford University Press.
- Gilpin, Robert (1981), *War and change in world politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Goble, Paul (2014), *Tema candente: mentiras, malditas mentiras y desinformación rusa*. Disponible en <https://jamestown.org/program/hot-issue-lies-damned-lies-and-russian-disinformation/>, consultado el 25 de noviembre de 2024
- González, Ludmila Flavia (2023), *¿Por qué la injerencia de China y Rusia en América Latina es más que poder blando? Mejor hablemos de ‘sharp power’*. Disponible en <https://cescos.org/hablemos-de-sharp-power/>, consultado el 18 de agosto de 2024.
- Hartmann, D., Guevara, M.R., Jara-Figueroa, C., Aristarán, M. & Hidalgo, C.A. (2017) *Linking economic complexity, institutions, and income inequality*. ArXiv. Disponible en: <https://arxiv.org/abs/1701.03770>, consultado el 24 agosto 2025.
- Hedin, Astrid (2019), *Illiberal deliberation: Communist regime travel controls as state capacity in everyday world politics*, en *Cooperation and conflict*, vol. 54, núm. 2, Londres, Sage Publications
- Ireton, Cherilyn y Posetti, Julie (edit.) (2020), *Periodismo, “noticias falsas” & desinformación*. Manual de educación

y capacitación en periodismo, París, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Jowett, Garth & O'Donnell, Victoria (2015), *Propaganda & Persuasion*, Londres, Sage Publications.

Lampter, C. (2023) The Two Pink Tides in Latin America. *Human Affairs*, 33(2), pp. 233–245. doi:10.1515/humaff-2023-0023.

Lippman, Walter (1922), *La opinión pública* (trad. Guinea, B.), España, Cuadernos de Langre.

Luttwak, Edward (2012), *The rise of China vs. the logic of strategy*. Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press.

Mc Combs, Maxwell (2004), *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, (trad. Óscar Fontrodona), Barcelona, Paidós.

McNair, Brian (2011), *An Introduction to Political Communication*, London, Routledge.

Méndez, Álvaro y Forcadell, Francisco Javier (2022), *China y América Latina: Diplomacia, Comercio y Geopolítica en Nueva Revista*. Disponible en <https://www.nuevarevista.net/china-y-america-latina-diplomacia-comercio-y-geopolitica/>, consultado el 28 de julio de 2024.

Merriam Webster (s.f.), *Disinformation* en Merriam Webster Dictionary. Disponible en <https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation>, consultado el 11 de octubre de 2019.

Merriam Webster. (s.f.). *Propaganda*. En Merriam Webster Dictionary. Disponible en <https://www.merriam-webster.com/dictionary/propaganda>, consultado el 11 de octubre de 2019.

Morgenthau, Hans Joachim (1948) *Política entre las naciones. La lucha por el poder y la paz* (trad. H. W. Olivera), Buenos Aires, Grupo Editorial Latinoamericano

Noelle-Neumann, Elizabeth (1995), *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona, Paidós.

Nye, Joseph S. Jr. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Nueva York, Public Affairs.

Organización de Estados Americanos [OEA], Comisión Interamericana de Derechos [CID], (2019), *Guía para garantizar la libertad de expresión frente a la desinformación deliberada en contextos electorales*, Washington, OEA, CID, RELE.

Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2020), *La ONU lanza una iniciativa mundial contra la desinformación relacionada con el coronavirus*. Disponible en <https://news.un.org/es/story/2020/05/1474802>, consultado el 12 de septiembre de 2024.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2018), *Periodismo, 'noticias falsas' y desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo*. Disponible en <https://es.unesco.org/fightfakenews>, consultado el 15 de septiembre de 2024.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] (2023), Directrices para la gobernanza de las plataformas digitales. Disponible en <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387360>, consultado el 12 de septiembre de 2024.

Organización Mundial de la Salud [OMS] (s.f.), Aplanemos la curva de la infodemia. Disponible en <https://www.who.int/es/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>, consultado el 12 de septiembre de 2024.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2024), Hechos frente a falsedades: Fortaleciendo la democracia a través de la integridad de la información. Disponible en <https://doi.org/10.1787/06f8ca41-es>, consultado el 12 de septiembre de 2024.

Orwell, George (1949), 1984, Londres, Secker & Warburg.

Peña, María Alejandra (2015), “El poder blando de China y sus expresiones en América Latina”, en *Jiexi Zhongguo*, núm. 17, Galicia, Observatorio de Política China.

Phillips, Whitney, (2020), “La pandemia de información según Whitney Phillips. Entrevista”, en *Combatir la Desinformación a Través de la Tecnología y la Educación. Selección de lecturas sobre desinformación*, Barcelona, Digital Future Society.

Phillips, Whitney & Milner, Ryan (2021), *You Are Here: A Field Guide for Navigating Polarized Speech, Conspiracy Theories, and Our Polluted Media Landscape*. Massachusetts, The MIT Press.

Pomerastev, E. (2019). *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. New York, Public Affairs.

Povse, Max, (s.f). China: estrategias de influencia en América Latina, en *China y Latinoamérica. Influencia autoritaria y resiliencia democrática*. Disponible en <https://repositorio.4metrica.org/bitstream/handle/001/141/China%20y%20Latinoamerica%20Influencia%20autoritaria%20y%20resiliencia%20democr%C3%A1tica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, consultado el 20 de septiembre de 2024.

Roy, Diana (2023), *China's Growing Influence in Latin America*. Council on foreign relations. Disponible en <https://www.cfr.org/background/china-influence-latin-america-argentina-brazil-venezuela-security-energy-bri>, consultado el 13 de septiembre de 2024.

Roubinsky, Vladimir (2023), *El poder blando de China en América Latina en Diálogo político*, Año XXIX, núm. 1, Montevideo, Fundación Konrad.

Said, Edward W. (1993), *Culture and imperialism*, New York, Vintage Books.

Smeltzer, Mike & Karppi, Alexandra (2024), *A Region Reordered by Autocracy and Democracy*. Disponible en <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2024/region-reordered-autocracy-and-democracy#the-diversity-of-hybrid-regimes>, consultado el 10 de diciembre de 2024.

Strömbäck, Jesper (2014), "Political public relations and communication management", en *The Handbook of Political Communication*, Londres, Routledge.

The Economist (4/07/2024), "China's presence in Latin America has expanded dramatically", Lima, Perú.

Disponible en <https://www.economist.com/the-americas/2024/07/04/chinas-presence-in-latin-america-has-expanded-dramatically>, consultado el 3 de diciembre de 2024.

Tilly, Charles (1985), "War making and state making as organized crime", en Peter D. Evans et al. (eds.), Bringing the state back in, Cambridge, Cambridge University Press.

Toni, A., Paniagua, A. & Órdenes, F. (2024) Chile's economic slowdown and policy transitions. ArXiv.
Disponible en: <https://arxiv.org/abs/2407.02003>, consultado el 24 agosto 2025.

Xifra, Jordi (2012), Relaciones públicas, comunicación corporativa y lobby: Teorías y prácticas. Barcelona, Editorial UOC.

Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein (2017), Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Strasbourg, Council of Europe.

World Economic Forum (2024), The Global Risks Report 2024. 19th edition. Geneva, World Economic Forum.

World Politics Review (2023) The 'Pink Tide' Returns in South America, but It Looks Different This Time.

Disponible en: <https://www.worldpoliticsreview.com/pink-tide-south-america-politics-economy/>, consultado el 24 agosto 2025.

Nota:

El presente artículo es resultado de una investigación internacional e interdisciplinaria desarrollada en el marco del Seminario Permanente de Investigación de la Red Liberal de América Latina (Relial), auspiciada por la Fundación Friedrich Naumann para la Libertad. Cada uno de los siete autores cumple con los criterios de autoría académica al haber contribuido de manera sustantiva en el diseño, la recolección y análisis de datos, así como en la discusión y redacción conjunta. La autoría múltiple es indispensable por las siguientes razones:

1. **Carácter interdisciplinario.** El estudio combina enfoques de comunicación, ciencia política, relaciones internacionales y estudios regionales, lo que exigió la participación de especialistas en cada campo.
2. **Cobertura regional.** Cada autor analizó directamente un caso nacional distinto de expansión china en América Latina, aportando información empírica imposible de replicar sin trabajo de campo local.
3. **Metodología compartida.** A partir de un marco teórico y metodológico común, los investigadores implementaron entrevistas, análisis de discurso y revisión documental en sus países, asegurando comparabilidad y solidez analítica.
4. **Discusión y redacción conjunta.** Todos los autores participaron en la integración de resultados y en la elaboración final del manuscrito, garantizando la coherencia y la originalidad de los hallazgos.

Por estas razones, reducir el número de firmantes implicaría excluir aportes