

CHINA: LA SEDUCCIÓN COMUNICACIONAL PARA “NATURALIZAR” UN RÉGIMEN

Medios globales y propaganda de Beijing
en América Latina y el mundo



ROBERTO H. IGLESIAS



CESCOS
Center for the Study of
Contemporary Open Societies

Montevideo, Uruguay, 2026

CHINA: LA SEDUCCIÓN COMUNICACIONAL PARA “NATURALIZAR” UN RÉGIMEN

*Medios globales y propaganda de Beijing
en América Latina y el mundo*

Roberto H. Iglesias

© Roberto H. Iglesias, Buenos Aires, Argentina, 2026
CC BY-NC-ND 4.0

*Publicado en 2026 por CESCOS, Montevideo, Uruguay
Investigación realizada durante 2025*

Iglesias, Roberto H. (2026). *China: la seducción comunicacional para “naturalizar” un régimen*, Montevideo, Uruguay : Centro para el Estudio de las Sociedades Abiertas (CESCOS).

344 p

1.Comunicación-China-América Latina-Mundo, 2. Medios globales-Propaganda internacional-China, 3. TIC-Internet. 4. Ciencia Política-Política Internacional-China.

I. Iglesias, Roberto H., II. Centro para el Estudio de las Sociedades Abiertas (CESCOS).

Palabras clave: China. comunicación, comunicación internacional, medios globales, propaganda, TIC, ciencia política, política internacional, América Latina, China Radio International, CGTN, Xinhua, Diario del Pueblo, China Daily, China Today, medios étnicos chinos.

Copyright © 2026 Roberto H. Iglesias.

Esta obra se encuentra asimismo sujeta a una licencia

CC BY NC ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

CDD 302.2309510903



Roberto H. Iglesias (Buenos Aires, Argentina) es periodista, investigador en temas de medios, política/s y de las TIC, consultor y Magister en Comunicación en Organizaciones (Universidad Austral, BA), con estudios previos en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Titular de *Canal, Mensaje y Sociedad* y colaborador del Centro para la Convergencia de las Comunicaciones (ConverCom) y Centro para el Estudio de las Sociedades Abiertas (CESCOS). Se desempeñó en el Distrito Tecnológico de la Ciudad de Buenos Aires, la Secretaría TIC del gobierno argentino y el regulador Enacom del mismo país.

Fue periodista en los Estados Unidos en la agencia United Press International, en la entonces versión en español del *Washington Post* y en la agencia española EFE, así como editor para América Latina del sitio de información económica *Zonafinanciera.com*. Publicó notas y artículos en la revista *Apertura* y para el diario digital *iProfesional*, ambas en Buenos Aires y trabajos de investigación sobre Internet para la organización internacional LACNIC, con sede en Montevideo. Escribió cuatro libros sobre comunicación y política en la Argentina, medios y TIC en América, competencia en comunicaciones y un índice de indicadores TIC en América Latina. Reside en la ciudad de Buenos Aires.

ÍNDICE

NOTA SOBRE TERMINOLOGÍA	13
ACRÓNIMOS, SIGLAS Y ABREVIATURAS	15
<u>PALABRAS INICIALES (CESCOS)</u>	<u>21</u>
<u>CAPÍTULO 1 - EL APARATO DE COMUNICACIÓN</u>	<u>23</u>
Los objetivos	23
Enfatizar lo positivo	26
Imagen pasteurizada, realidades represivas	29
El candidato de Manchuria: ¿modelo chino en expansión?	32
<u>CAPÍTULO 2 - LA RADIODIFUSIÓN</u>	<u>37</u>
Radio Internacional de China (CRI): presente con retirada	37
“Camaradas y amigos”: la antigua Radio Pekín	43
Recuerden el 4 de junio de 1989...	47
Gran muralla radial y viejos duelos de propaganda	48
Minorías y potencias	50
China-Taiwán: más duelos de propaganda	52
Buenas y malas ondas	56
El nuevo milenio y la expansión de CRI	59
Pensamiento global con actuación local	62
CRI: traspiés, reconversión y situación actual de las retransmisiones	66
<u>CAPÍTULO 3 - SATÉLITES, EMPRESAS TECNOLÓGICAS Y ‘GRANDES MURALLAS’</u>	<u>73</u>
La TV satelital: el <i>ave Phoenix</i> que devoró el PCCh	73
El gran cambio (大改变) de las comunicaciones	76
La otra <i>Gran Muralla</i> : Internet y la censura	78

“Proteccionismo digital”, aplicaciones locales y control	81
Colaboración electrónica represiva: de Caracas a Addis Abeba	83
Baidu, Tencent y otras empresas tecnológicas chinas en América Latina	84

CAPÍTULO 4 - LA TELEVISIÓN INTERNACIONAL **89**

La TV global china: “ <i>vea la diferencia</i> ”	89
De la CCTV a la televisión global CGTN	93
Centros de producción, distribución y audiencias	94
¿Cómo es CGTN Español?	98
Los programas de CGTN Español: una publicidad continuada de China	100
<i>Noticias CGTN</i> Español: más positividad	104
Lo que no está en TV: aparece la negatividad	108
<i>Hora de Hablar</i> : Jia y Zhou o “Roberto e Isabel”	111
Especiales, podcasts y redes sociales	116
StarTimes: China distribuye en África	118
Hoy en TV: confesiones forzadas	119

CAPÍTULO 5 - AGENCIAS DE NOTICIAS **123**

Xinhua, el PCCh, el manejo de la agenda y su alcance mundial	123
Envíos desde la lejana Beijing	126
China News Service: llegar a los chinos de la diáspora	128
Xinhua en América Latina	130

CAPÍTULO 6 - DIARIOS, REVISTAS Y PORTALES **135**

Dos estilos: el <i>Diario del Pueblo</i> y <i>China Daily</i>	135
<i>China Watch</i> : inserte su propaganda	137
<i>Global Times</i> : el PCCh en modo populista y nacionalista	140
Pasando revista (internacional) y más portales	142
Un portal global: ¿punto de saturación?	145

CAPÍTULO 7 - LAS ESTRATEGIAS ACTUALES

147

China Media Group: centralización	147
2018 a hoy: nuevas estrategias de los medios globales chinos	149
Presupuesto operativo	152

CAPÍTULO 8 - MEDIOS DE LA DIÁSPORA CHINA EN EL MUNDO (Y HONG KONG)

155

El caso especial de Hong Kong	155
Estados Unidos: la más importante industria de contenidos étnicos chinos	164
<i>Epoch Times</i> y Falun Gong	168
Periódicos pro-Taiwán y pro-PCCh en una misma ciudad	170
Canadá: ¿control casi total?	172
Medios de la diáspora en Australia y Nueva Zelandia	174
Diáspora china y medios en Europa	178
Medios domésticos en chino en África	182
Medios domésticos en chino en Asia	185
Televentas y negocios de Dubai a Beijing	190
Medios de la diáspora china en América Latina: Perú, Panamá y Cuba	191
Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina	196
Medios de la diáspora china: México, Ecuador, Chile, Colombia y Venezuela	202
Medios de la diáspora china: Paraguay, Centroamérica y otros	206

CAPÍTULO 9 - ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL E INCLUSIÓN DE CONTENIDOS CHINOS

209

China y la cooperación internacional en medios y periodismo: el contexto de la IFR	209
La Cumbre Mundial de Medios (CMM)	211
“Líderes de medios” China-América Latina	213
Foros de “medios y <i>think tanks</i> ”	214
Profusión de foros e iniciativas en América Latina	217

Conferencias de Internet	218
Periodistas y comunicadores de la Franja y la Ruta	219
La GCMCU: la comunicación de la diáspora china como activo geopolítico	220
La era de la “inclusión” (de los contenidos chinos)	222
Casos seleccionados: Inclusión de contenidos en Africa	224
Casos seleccionados: inclusión de contenidos en Occidente desarrollado y Asia	226
Inversiones chinas en compañías de medios no étnicos	229
Mediapro: chinos, catalanes, fútbol y series en España, Argentina y otros países	231
<u>CAPÍTULO 10 - INCLUSIÓN DE CONTENIDOS CHINOS EN AMÉRICA LATINA</u>	<u>237</u>
Botes prestados: primeros acuerdos de intercambio con América Latina	237
CGTN y Xinhua: cooperación con Venezuela y Cuba	244
Argentina: coproducciones con Macri, Fernández y medios privados	245
Agencias privadas latinoamericanas y Xinhua	248
Una trama china en Argentina: Vila, Manzano, Beijing y otros	251
Brasil: acuerdos públicos y privados	255
Bandeirantes: red privada-comercial con posicionamiento geopolítico	260
Chile: inserciones y producciones	262
México: cercanía colaborativa, inserciones e informaciones	264
Perú: “alianzas estratégicas” con medios estatales y privados	266
<i>La República y el “Puente a China”</i>	270
Colombia, Ecuador y Venezuela: situaciones variadas	272
Uruguay: acuerdos con medios públicos, de izquierda y del interior	275
Bolivia: la afinidad con Evo Morales y con Arce	277
Panamá: colaboración entre diarios generales y étnicos	278
De Centroamérica al Caribe: distintos casos	279
Chino básico y milenario...	284

“Clave China” y otros programas en la radio argentina	286
“Efecto China” en Chile	288
“Mundo China” de Bandeirantes (Brasil)	289
RAE Argentina y su programa chino	290
Princesas, nirvanas, Bruce Lee, lazos familiares y <i>streamings</i> ...	293
CAPÍTULO 11 - A MODO DE CONCLUSIÓN	299
Donde está la comunicación global china hoy	299
Música ambiental y <i>cantos de sirena</i>	300
El “Sueño chino” (中国梦), propaganda y realidades	302
BIBLIOGRAFÍA	305

NOTA SOBRE TERMINOLOGÍA

Cuando se menciona **China** en este trabajo significa la República Popular China, proclamada en 1949 en el territorio continental y controlada por el Partido Comunista Chino (PCCh). **Taiwán** es el territorio situado en la isla del mismo nombre —también llamada Formosa— que en la práctica actúa como un estado independiente y hoy es gobernado por una democracia multipartidaria.

Antes de 1949 integraban la misma nación, pero China hoy no admite que Taiwán se pueda proclamar un país independiente ni Taiwán acepta unificarse con China bajo el gobierno comunista.

El llamado principio de ‘una sola China’ tiene hoy varias interpretaciones. Para **China continental** significa lograr la reunificación mediante la anexión de Taiwán e impedir cualquier avance hacia la independencia, incluso bajo amenaza de invasión.

En **Taiwán** es aceptado por el partido **Guómíndǎng** (Kuomintang) (derecha, centroderecha) si China se transformase en una democracia e incluso propone estrechar los lazos y la cooperación con Beijing. La **Democracia Progresista** (centro liberal y centroizquierda), por su parte, tiende a ver con más simpatía la opción independentista, aunque hasta ahora no haya jugado esa carta para evitar la reacción continental.

Cuando se menciona la palabra “china” o “chino” como **gentilicio** puede incluir a veces a nativos o inmigrantes —indistintamente— de China o Taiwán, así como de los exenclaves coloniales de Hong Kong y Macao.

El “chino” como **idioma** significa en principio el **chino mandarín estándar**, es decir, el que está basado en el dialecto de Beijing y se utiliza como idioma nacional (普通话 *pǔtōnghuà*). Es distinto al **cantonés** (chino cantonés), hablado en el sur (Cantón o *Guangdong* y Hong Kong) y con considerables diferencias con el mandarín, pese a que un buen número de hablantes nativos de cantonés son bilingües, pero no a la inversa.

En este trabajo, sin embargo, en algunos casos que se mencione o se aluda al **idioma “chino”** puede abarcar también al **chino cantonés**, como igualmente al mandarín hablado en Taiwán, sin grandes discrepancias con el continental y llamado *guoyu*.

Pese a tratarse de una lengua diferente al mandarín, podrá incluirse asimismo bajo el rótulo general de “chino” al **hokkien**, conocido históricamente en su estandarización como **amoy**, originario del sur continental (Fujian) y que tiene una versión llamada **hokkien taiwanés** (*minnan*, segundo idioma de la isla). Por otro lado, el **hakka** es un idioma de uso limitado de una etnia del sur continental, Hong Kong y Taiwán, pero se considerará englobado aquí bajo la expresión “idioma chino”.

El “chino”, en cambio, no abarca otros idiomas de minorías que se hablan en partes de China continental como **tibetano**, **uigur**, **kasajo**, **zhuang** y aún el **coreano** o **mongol**.

Los **nombres en chino** se escriben con la nomenclatura oficial del **alfabeto romanizado Pinyin**, establecido en los años 50 y que se generalizó a partir de los 80. Esa nomenclatura es distinta a algunos nombres tradicionales: Beijing es lo que antes se escribía “Pekín” o Mao Zedong era antiguamente “Mao Tsé Tung”. Para no complicar la lectura, solo en pocos casos se indican los **caracteres ideográficos chinos** (escritura han), utilizando el **alfabeto chino simplificado** (de mayor uso en el continente) y no el **alfabeto chino tradicional** (de mayor uso en Taiwán).

ACRÓNIMOS, SIGLAS Y ABREVIATURAS

A24	América 24 (señal de noticias del Grupo América, Argentina, para cable)
aba	“abajo” (en los epígrafes de imágenes)
ABC	American Broadcasting Company (Disney) (Estados Unidos)
ABC	Australian Broadcasting Commission
ABI	Agencia Boliviana de Información
AFP	Agence France Presse (Francia)
AIL	Alianza Informativa Latinoamericana
AIR	All India Radio, también llamada Akashvani (radio pública de India)
AM	radiodifusión en amplitud modulada
ANA	Africa News Agency (Ruanda)
ANA	African News Agency (Independent Media/Sekunjalo) (Sudáfrica)
ANSA	Agenzia Nazionale Stampa Associata (Italia)
ANTENA	Agencia Nacional de Noticias y Temas Nacionales (República Dominicana) (2009-2012)
AP	Associated Press (Estados Unidos)
APS	Agence de Presse Sénégalaise (Senegal)
arr	“arriba” (en los epígrafes de imágenes)
ATV	Asia Television (Hong Kong)
AVN	Agencia Venezolana de Noticias
BBC	British Broadcasting Corporation (Reino Unido)
BCC	Broadcasting Corporation of China (Taiwán)
BdF	Brasil de Fato (portal)
BRICS	asociación, grupo y foro político y económico internacional de “países emergentes” inicialmente compuesto por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica.
BRNN	The Belt and Road News Network, generalmente conocida en español como Plataforma de Periodistas de la Franja y la Ruta
C5N	originalmente Canal 5 Noticias (señal de noticias del Grupo Indalo, Argentina, para cable)
CAMG	CAMG Media Group (asociación entre CRI y Tommy Jiang) (Australia y otros países)
CARI	Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales
CBS	Estación Central de Radiodifusión (programa para China continental de BCC)
CCMI	China Classic Media Internacional (sic), subsidiaria de la radio y TV municipal de la ciudad de Chongqing.
CCTV	China Central Television (Televisión nacional china, estatal)
CCTV-1	canal de CCTV de contenidos generalistas
CCTV-4	canal de CCTV para comunidades chinas en el exterior
CCTV-9	canales de CCTV para servicio internacional en distintos idiomas (2003-2011)
CCTV-13	canal de CCTV de noticias
CEFC	China Energy Company Limited (empresa privada china que terminó en quiebra, la “F” en su nombre aludía originalmente a “Finances”)
CEL	Comisión Ejecutiva Hidroeléctrica del Río Lempa (El Salvador)
cen	“centro” (en los epígrafes de imágenes)
CEPAL	Comisión Económica para América Latina (Naciones Unidas)
CFR	Council on Foreign Relations
CGTN	China Global Television Network (Red de Televisión Global China) (desde 2017)
CIA	Central Intelligence Agency

CICG	China International Communications Group
CIDH	Comisión Interamericana de Derechos Humanos (OEA)
CITVC	China International Television Corporation
CMG	China Media Group (Grupo de Medios de China)
CMM	Cumbre Mundial de Medios (World Media Summit) (China)
CMP	China Media Project
CNBC	originalmente Consumer News and Business Channel (señal de noticias económicas de NBC, Estados Unidos, para cable)
CNDC	Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (Argentina)
CNN	Cable News Network (Estados Unidos)
CNR	China National Radio (Radio Nacional China o Estación Central de Radiodifusión del Pueblo, 中央人民广播电台, estatal)
CNR-1	Radio Nacional China - La Voz de China (programa principal generalista en mandarín)
CNR-5	Radio Nacional China - Cross Strait Radio (1er programa para Taiwán, en mandarín)
CNR-6	Radio Nacional China - La Voz de la Tierra Divina (2do programa para Taiwán, en mandarín con segmentos en hokkien y hakka)
CNR-7	Radio Nacional China - Gran Bahía Radio (para Hong Kong, en cantonés con segmentos en hakka)
CNR-11	Radio Nacional China - servicio tibetano
CNR-13	Radio Nacional China - servicio uigur
CNR-14	Radio Nacional China - La Voz de Hong Kong (para Hong Kong, en mandarín, cantonés y hakka)
CNS	China News Service
CONCACAF	Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol
CONMEBOL	Confederación Sudamericana de Fútbol (acrónimo generado a partir de su antigua dirección para envío y recepción de telegramas)
Cotel	Cooperativa de Telecomunicaciones de La Paz (Bolivia)
COPESA	grupo multimedia de Chile (originalmente Consorcio Periodístico de Chile SA)
CPJ	Committee to Protect Journalists
CRI	China Radio International (nombre y sigla general de la emisora, en inglés; en español es Radio Internacional de China; en portugués, Radio Internacional da China y en francés Radio Chine Internationale)
CRTC	Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (regulador de medios audiovisuales y telecomunicaciones) (Canadá)
CWBC	Chung Hwa Broadcasting Company (Arthur Liu) (Estados Unidos)
DAB	Digital Audio Broadcasting
DCM	Diário do Centro do Mundo (portal) (Brasil)
der	“derecha” (en los epígrafes de imágenes)
DOGE	Department of Government Efficiency (Estados Unidos)
DPA	Deutsche Press Agentur (Alemania)
DPP	Partido Demócrata Progresista (Democracia Progresista) (Taiwán), siglas en inglés
DTH	Direct to Home, servicio de TV satelital directa al hogar –como DirecTV– con un menú cerrado de señales en su grilla, el que es ofrecido por la compañía proveedora a sus suscriptores, normalmente bajo el régimen de TV paga.
DW	Deutsche Welle (Alemania)
EBC	Empresa Brasileira de Comunicação (radio y TV pública a cargo del Estado Federal)
EBC	Eastern Broadcasting Company (Taiwán)
EDI Media	EDI Media, Inc. (James Su) (Estados Unidos)

EFE	agencia española de noticias
EMG	Epoch Media Group (grupo de medios que incluye a la publicación <i>Epoch Times</i> , simpatizante de Falun Gong) (Estados Unidos y otros países)
EPL	Ejército Popular de Liberación (ejército chino, conocido también por el acrónimo en inglés PLA)
ESPN	señal de TV y plataforma de emisiones deportivas (originalmente Entertainment and Sports Programming Network) (Disney) (Estados Unidos)
ETA	Euskadi Ta Askatasuna (grupo terrorista vasco)
FARA	Foreign Agent Registration Act (ley de registro de agentes extranjeros) (Estados Unidos)
FCC	Federal Communications Commission (regulador de medios audiovisuales y telecomunicaciones) (Estados Unidos)
FEBC	Far East Broadcasting Company (Filipinas/Estados Unidos)
FELAP	Federación Latinoamericana de Periodistas
FH	Freedom House
FM	radiodifusión en frecuencia modulada
FT	<i>Financial Times</i>
FTA	Free to Air. Aplicado a la TV satelital, se trata de la modalidad de señales abiertas no codificadas (encriptadas) en cualquier satélite que pueden verse en forma libre con una antena parabólica general y orientable por parte del público en general, sin usar decodificadores ni hacer pagos. El propósito de esas señales suele ser transportarlas a canales o cableoperadores para su reproducción, pero a veces no se las codifica para que puedan ser también accedidas por particulares interesados.
G&E Studio	Global Vision and Eastern Wisdom Studio (asociación entre CRI y James Su) (Estados Unidos)
GBTimes	GBTimes (asociación entre CRI y Zhao Yinong) (Finlandia y otros países)
GCMCU	Global Chinese Media Cooperation Union (Asociación de Cooperación Global de Medios Chinos)
GESE	Grupo Editorial El Siglo y La Estrella (Panamá)
GNA	Ghana News Agency
HBO	Home Box Office (señal de TV paga y plataforma de streaming OTT de Warner Bros. Discovery) (Estados Unidos)
HKCTV	Hong Kong Cable Television
HKET	<i>Hong Kong Economic Times</i> (diario)
HKFP	Hong Kong Free Press (portal)
HKT	HKT Limited (ex Hong Kong Telecom)
HRW	Human Rights Watch
HSBC	Hong Kong and Shanghai Banking Corporation
IFJ	International Federation of Journalists
IFR	Iniciativa de la Franja y la Ruta
IP	Internet Protocol
IPTV	Internet Protocol Television. TV paga que llega al suscriptor a través de una conexión de Internet separada de la conexión normal, con calidad y acceso garantizado
iQIYI	plataforma OTT de videos y películas con sede en Beijing
IRDEB	Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (Brasil)
IRTP	Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (operación de radio y TV públicas)
ISER	Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (Argentina)
IT	Information Technology (tecnología de la información)
izq	“izquierda” (en los epígrafes de imágenes)
KBC	Kenyan Broadcasting Corporation (Kenia)
KBS	Korea Broadcasting System (Corea del Sur)

KGB	siglas en ruso de Comité para la Seguridad del Estado (nombre de la inteligencia soviética hasta 1991)
kHz	kilohertz
KNA	Kenyan News Agency (Kenia)
KMT	Kuomintang (nombre y sigla tradicional del Guómíndǎng —Partido Nacionalista— de Taiwán)
kW	kilowatts (kilovatios)
LCF	La Chine en Français (radioemisora de GBTimes en Francia, 2015-2019)
LCR	Liga Comunista Revolucionaria (España)
MCIL	Media Chinese International Ltd. (Malasia)
MHz	megahertz
MSN	The Microsoft Network (portal) (Estados Unidos)
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra) (Brasil)
NA	Noticias Argentinas (agencia de noticias)
NAN	News Agency of Nigeria
NBC	National Broadcasting Company (NBCUniversal -Comcast-) (Estados Unidos)
NDR	Norddeutscher Rundfunk (ente de radio y TV público con sede en Hamburgo, Alemania)
NED	National Endowment for Democracy (Estados Unidos)
NHK	Nippon Hōsō Kyōkai (Japón)
NTD	New Tang Dynasty TV (señal de TV de EMG) (Estados Unidos)
OHC	Orient Hontai Capital (Hong Kong)
OTT	Over the top. Emisión de audio o video realizada a través de Internet, sin involucramiento de operadores tradicionales de radiodifusión sonora o videasonora -TV- en el control o la distribución del contenido, como Netflix. No incluye a IPTV.
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PCCh	Partido Comunista Chino
PCCW	Pacific Century CyberWorks (empresa de telecomunicaciones) (Hong Kong)
PIB	Producto Interno Bruto
PoP	Punto de presencia, siglas en inglés (usado para redes de comunicaciones)
PPP	Paridad del Poder Adquisitivo, siglas en inglés
PRD	Partido Revolucionario Democrático (Panamá)
PRI	Partido Revolucionario Institucional (México)
PRO	Propuesta Republicana (Argentina) -partido político-
PsyOp	acrónimo de la expresión en inglés <i>Psychological Operations</i> (operaciones psicológicas) que suele ser usada por militares para referirse a la propaganda
PT	Partido dos Trabalhadores (Brasil)
PTI	Press Trust of India (agencia de noticias)
RAE	Radiodifusión Argentina al Exterior
RAI	siglas usadas por la Radiotelevisione Italiana
RFA	Radio Free Asia (Estados Unidos)
RFE/RL	Radio Free Europa/Radio Liberty (Estados Unidos, con sede en Praga)
RFI	Radio France International
RSF	Reporters sans Frontières (Francia) (el nombre oficial en español es Reporteros sin Fronteras y en inglés Reporters without Borders)
RT	televisora global rusa (ex Russia Today)
RTHK	Radio Television Hong Kong
RTVC	Radio Televisión Nacional de Colombia
SA	Sociedad Anónima (en español y también en portugués o francés)
SECAN	Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional (Uruguay)

SBS	Special Broadcasting Services (medios audiovisuales públicos destinados a minorías e inmigrantes) (Australia)
SLBC	Sri Lanka Broadcasting Corporation
STMG	Sing Tao Media Group (asociación entre Sing Tao Daily -Hong Kong- y capitales canadienses) (Canadá)
TBC	Tanzania Broadcasting Corporation
TDT	Televisión Digital Terrestre
TIC	Tecnología de la Información y Comunicación
TPA	Televisión Pública Argentina (nombre del canal de TV pública con sede en Buenos Aires, 2015-2019)
TV	Televisión
TVB	Television Broadcasting Ltd. (Hong Kong)
TVN	Televisora Nacional -privada- (Panamá)
TVP	Televisión Pública (Argentina) (nombre del canal de TV pública con sede en Buenos Aires desde 2019)
TVT	TV dos Trabalhadores (Sao Bernardo do Campo, SP, Brasil)
UC	Universidad de Congreso (Mendoza, Argentina)
UEFA	Union des Associations Européennes de Football
UNI	United News of India (agencia de noticias)
URSS	Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (nombre de Rusia y otras repúblicas que integraban esa entidad política —y que hoy son naciones independientes— entre 1917 y 1991)
USAID	United States Agency for International Development (agencia de cooperación internacional de los Estados Unidos, cerrada en 2025)
UTC	Tiempo Universal Coordinado (abreviatura internacional), correspondiente a la antigua hora del meridiano de Greenwich (GMT).
UTPBA	Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (sindicato argentino)
Xinhua	agencia de noticias Nueva China (usaba la sigla NCNA hasta los años 80)
VOA	Voice of America (Estados Unidos) (cerrada en 2025)
VoD	Video on Demand (video bajo demanda)
VPN	Virtual Private Network (red privada virtual). <i>Software</i> que permite una conexión a Internet cifrada entre el dispositivo de un usuario y un servidor remoto, que oculta la dirección IP y permite transpasar restricciones geográficas y bloqueos de censura.
ZANIS	Zambia News and Information Services

Las **fechas**, cuando se mencionan de manera completa, están indicadas en el formato siguiente de cifras separadas por puntos: **dd.mm.aaaa**, donde “**dd**” es el número de día, “**mm**” el mes y “**aaaa**” el año. (Ejemplo: 04.06.1989 = 4 de junio de 1989). En algunos casos se emplea el formato mm.aaaa, es decir, mes y año (Ejemplo: 03.2020 = marzo de 2020).

Los **valores numéricos** se expresan con cifras en donde la parte entera se separa de la decimal con una coma (,) y en los números enteros que superen el valor de diez mil se utilizan puntos (.) para expresar las centenas. (Excepto en las frecuencias de FM, en las cuales, de acuerdo a la costumbre, se emplea un punto para señalar el decimal.)

Las **marcas comerciales** mencionadas, las reproducciones de **logotipos institucionales**, las **capturas de pantalla** de sitios de Internet, redes sociales o de emisiones de radiodifusión videosonora, así como también los **textos y otro tipo de imágenes** que figuren en este trabajo e integren obras intelectualmente protegidas, son propiedad de sus titulares, en los casos que corresponda. Se incluyen como parte del derecho de cita

(*fair use*), investigación periodística, finalidad educativa y/o por su condición de dominio público, o libres de derechos (o asimilables).

En **epígrafes de imágenes y en la bibliografía**, las jurisdicciones subnacionales de los Estados Unidos, Canadá, Brasil y México —estados o provincias según corresponda— se abrevian de acuerdo a la sigla de dos letras correspondientes al código postal de los tres primeros países (ZIP Code, Canada Post y CEP respectivamente) y al ISO-3166-2 para la última nación. En las mismas instancias el Reino Unido se abrevia como RU. Igualmente en la bibliografía, la abreviatura ed / eds significa “editor o editores”, s/f corresponde a “sin fecha de publicación indicada”, mientras que AA.VV. indica “autores varios”.

Cuando se utiliza el término **dólar** se trata del **dólar estadounidense** (moneda de los Estados Unidos).

Los puntos de vista expresados corresponden exclusivamente al autor y no representan necesariamente ni en todos los casos la opinión de CESCOS ni de cualquier otra institución afiliada con el autor o con el centro de estudios.

PALABRAS INICIALES (CESCOS)

La disputa planetaria entre **autoritarismo y democracia** tiene a **China** como uno de sus contendientes mientras del otro lado **democracias tradicionales establecidas y otras imperfectas** luchan por seguir ofreciendo **libertades, desarrollo económico y oportunidades para todos**. La confrontación entre ambos campos se desarrolla en distintos ámbitos y con extraordinaria virulencia.

La comunicación ha sido y es un ámbito clave de esta competencia existencial. La información, la propaganda disfrazada de análisis y un ejercicio cada día más sofisticado de la desinformación han devenido una **parte central de un conflicto entre dos maneras de ver el mundo y organizar la sociedad**.

China tiene hoy para el estudio de la comunicación global una **condición inédita en la historia de la humanidad**: ningún régimen cerrado o represivo ha contado a lo largo del tiempo con semejante cantidad y calidad de herramientas tecnológicas para difundir un evento o una noticia de manera masiva hacia cada rincón del planeta, quizás con la excepción parcial de **Rusia**.

Si bien los **Estados Unidos y la Unión Europea** poseen también los recursos materiales y humanos para diseminar cualquier acontecimiento, **su comunicación refleja las condiciones de libertad en que ésta se produce** y, por lo tanto, incorpora la riqueza y la pluralidad originada por esas condiciones y por la existencia de “*checks and balances*”.

Más allá de las conocidas características políticas y económicas del régimen de Beijing, la peculiaridad de China es haber diseñado un **muy desarrollado complejo comunicacional** tanto en infraestructura de distribución como en densidad de contenidos.

Pero mientras internamente funciona como uno de los sistemas de medios más **controlados, censurados y carentes de libertad de expresión e información**, su comunicación hacia el exterior ofrece imágenes favorables, armónicas y no controversiales.

Como destaca el autor, ese “brillo” busca **seducir a las audiencias externas** con una narrativa de **positividad, éxitos económicos y tecnológicos, “multilateralismo”, mantenimiento del orden social y declaraciones de amistad**.

Sin embargo, uno de los objetivos de este relato es el de “**vender**” y “**naturalizar**” a China ante la comunidad de naciones como un país “**normal**” (ocultando que se trata de una de las **autocracias más represivas**).

El otro propósito de los mensajes correspondientes es presentarse como una **potencia benigna** abierta a la cooperación y a los intercambios (enmascarando su **agresivo “hard power” negociador** y su vocación de construir un **nuevo orden mundial hegemónico que la tenga como centro**; e impulsando —además— un modelo de gobernanza y geopolítico basado en el **autoritarismo** y un esquema comunicacional **iliberal, unilateral y de versión oficial y única**).

Este trabajo es una combinación poco común de **investigación y análisis**. Roberto H. Iglesias lleva a cabo ambos aspectos con **profundidad y sistematicidad**.

Desarrolla un **abordaje poco común** del complejo global de comunicación, buscando sus continuidades y rupturas en el **tiempo** (partiendo de la toma del poder por parte del Partido Comunista Chino en el territorio continental en 1949 hasta hoy) y en los **distintos lugares del planeta** (desde el Río de la Plata hasta el Río Mekong).

En el área específica del estudio de la historia y el presente de los medios de comunicación, **es difícil encontrar un trabajo que cumpla ambas tareas de manera tan profesional y rigurosa a través de los años**. A lo largo del texto no queda prácticamente un país sin tener al menos una mención.

Así, el trabajo **excede largamente un enfoque regional o del continente americano** y se dedica con una precisión y erudición extraordinaria a trazar metódicamente el **camino y la estrategia articulada por Beijing** para una difusión profesional de sus medios de comunicación en el exterior.

Como sostiene el autor en una parte de su extraordinario trabajo *“...la Gran Muralla de Internet y el sistema de censura interna no está relacionado en forma directa con los medios globales chinos, no obstante que ambos terminan –como casi todo en el país– en el PCCh (...) Pero es importante repasar el funcionamiento de tal sistema y confrontarlo con una gran contradicción: mientras China cierra la comunicación internacional dentro de su propio país, busca al mismo tiempo expandir sus redes mediáticas globales por todo el mundo y reclama que sus contenidos puedan circular libremente”*.

La comunicación es **estratégica en las sociedades abiertas** principalmente para las **personas** y en las **sociedades cerradas** principalmente para los **gobiernos**. Es entre **esos ejes** que se desarrollará una de las **batallas centrales**, como mínimo comunicacionales, de las próximas décadas.

Este trabajo realizado por **Roberto H. Iglesias** y publicado por **CESCOS** se convierte en un **punto de referencia imprescindible** para, por un lado, entender el **proceso impulsado por Beijing** en las últimas décadas y, por otro lado, para comprender la **lógica de la filosofía represiva** en la que descansa una cosmovisión de **mediano-largo plazo**.

Pedro Isern
Director ejecutivo
CESCOS
Montevideo, Uruguay

CAPÍTULO 1

EL APARATO DE COMUNICACIÓN

Los objetivos

El **aparato de comunicación internacional de China**, desarrollado a partir de la toma del poder en el territorio continental en 1949 por el **Partido Comunista Chino (PCCh)**, ha **atravesado distintas fases**. Tales fases, naturalmente, tienen que ver con la **evolución interna del régimen y sus objetivos de política internacional**.

Un análisis de su funcionamiento, como el que se intenta a lo largo de este texto, permite afirmar que tiene en la actualidad **dos objetivos principales**.

El **primero** es el de presentar una **imagen invariablemente positiva o no controversial de China**, eludiendo a la vez cuestiones polémicas o desfavorables para así “naturalizar” ante la comunidad de naciones que es un país “normal” y una **potencia “benigna”**, borrando todo rasgo sobre el **ejercicio autoritario del poder y las extendidas violaciones de derechos humanos**.

El **segundo** objetivo fue expresado en el siguiente análisis de una sinóloga germana, **Mareike Ohlberg**, quien observó que *“los medios [globales] chinos tienen un mandato oficial: mejorar la imagen de China para reconfigurar globalmente las narrativas, e idealmente cambiar los términos del debate a largo plazo. Esa es la misión y ese es el objetivo”* [subrayado propio].

Y aclara: *“no significa que lo vayan a lograr; pero hay que entender que los contenidos que uno recibe [de esos medios] buscan cumplir esa misión”* (Programa ZAPP Medienredaktion, emitido el 26.04.2023 por NDR Norddeutscher Rundfunk, Hamburgo) [subrayado propio].

Los **medios globales chinos**, por su importancia estructural y de producción de contenidos, son hoy quizás los **primeros en el mundo**. Deben sumarse también algunas **expresiones locales** (como diarios o plataformas en el extranjero cercanas al gobierno de Beijing o aun operadas por él, destinados generalmente a la comunidad china del país respectivo -medios étnicos locales-).

Tradicionalmente podían estar situados en **tercer lugar**, después de la primacía que ostentaban los medios globales de **Estados Unidos** —ahora mayormente desactivados por Donald Trump— y de la segunda posición de los **medios rusos**.

Los **medios globales estadounidenses**, además de la puramente estatal y ahora extinguida Voice of America (VOA), incluyeron actividades de **entidades privadas casi totalmente subvencionadas por el gobierno** (como Radio Free Asia o RFE/RL) y que subsisten hoy muy disminuidas. Los vehículos privados-comerciales, como CNN, Bloomberg o CNBC suelen ser excluidos de la definición de medios globales, aunque efectivamente estos medios desarrollen operaciones internacionales.

Los **medios globales rusos**, por su parte, redujeron en gran medida las **actividades radiales multilingües** (las llevadas a cabo por la histórica **Radio Moscú**, hoy **Sputnik**) y se han concentrado en la señal televisiva **RT**. Rusia carece de una red mundial de medios étnicos como la de China, y, por otro lado, sus **operaciones encubiertas online** (trolls, etc.) son difíciles de mensurar.

Es cierto que hasta ahora los medios chinos —por una serie de razones— **han tenido menos llegada que los internacionales estadounidenses y rusos**. En todo caso habrá que ver cómo evoluciona esta situación en el futuro y qué efectos acumulativos pueden evaluarse a este punto.

Los principales de esos **medios globales chinos**, que ofrecen contenidos en idiomas múltiples por Internet y otros soportes, son Radio Internacional de China (China Radio International o CRI), la **televisión global china** CGTN (China Global TV Network, que está absorbiendo gradualmente los servicios de radio) y las agencias de noticias Xinhua y CNS (que cumplen distintas funciones).

Deben igualmente consignarse las ediciones internacionales multilingües del tradicional Diario del Pueblo (*Rénmín Ribào*). También el China Daily, que se inició para la comunidad extranjera local en inglés pero terminó desarrollando ediciones para Asia y para el resto del mundo, incluso en chino.

A estos hay que añadir el Global Times, dirigido solamente a audiencias internacionales (con versiones en inglés y mandarín). Completan el cuadro algunas **revistas o plataformas**, de menor importancia, las que en ciertos países tienen **ediciones o contenidos localmente producidos**.

CRI y la TV nacional (CCTV) transmiten programas (reproducciones y a veces especiales) para la **diáspora china**, es decir, para las **comunidades chinas** de inmigrantes, expatriados y descendientes en los distintos países del mundo.

En buena parte de los casos, tanto los **medios globales chinos y los étnicos en el exterior** —como ocurre con la generalidad de la comunicación en el mundo— tienen **presencia y versiones en Internet**. A la vez, difunden sus notas, “recortes” y otros mensajes a partir de un uso sistemático de **redes sociales** (incluso en Facebook o X, populares en Occidente y otras zonas y bloqueadas en China).

Adicionalmente, China opera una serie de **portales oficiales nativos digitales** con contenidos en varios idiomas y destinados al exterior. Sus contenidos suelen ser repetitivos de los que se vehiculizan por los medios convencionales.

También experimenta con **influencers cooptados o de creación propia** para viralizar **propaganda** externa en redes sociales. Sin embargo, no parece haber desarrollado un sistema **elaborado de trolls encubiertos** para diseminar desinformación o interferir en **procesos internos** de países occidentales y otros, al estilo ruso (salvo para influir en Taiwán o Hong Kong).

Por otra parte, en ciertas naciones existen **medios o espacios locales total o parcialmente operados (en propiedad o por alquiler) a cargo directo de China**. Pueden ser **repetidoras del mensaje global para audiencias generales en sus propios idiomas** (combinado o no con alguna realización doméstica) o bien contenidos en **chino (mandarín y variantes dialectales)** para la **diáspora china** en cada nación.

Asimismo, los medios globales, el mismo gobierno o embajadas chinas **contratan** espacios en **medios generales** —a veces muy importantes— del extranjero para insertar contenidos de información y análisis **elaborados por Beijing**.

Los formatos de esas **inserciones o inclusiones** en sistemas de medios locales abarcan **suplementos** en diarios o portales, espacios con material provisto por agencias

informativas y otros medios chinos y también **programas audiovisuales** (esporádicos o regulares).

Estas realizaciones se incorporan a los contenidos generales de esos medios, que carecen de intervención sobre esos materiales. En la mayoría de los casos —aunque no siempre— **se aclara que es un espacio pagado** o elaborado sin responsabilidad del medio, pero a veces sin la suficiente visibilidad o detalle.

Más allá de esto, se objeta que el medio se preste para incluir la **propaganda** de un país con cuestionamientos o de que los correspondientes pagos puedan **condicionar la cobertura sobre China del resto del medio**.

Lo mismo puede decirse cuando medios locales usan, así sea en forma voluntaria o gratuita, esos mismos y otros contenidos de los medios chinos como **fuerza única o privilegiada** para cubrir acontecimientos del país, sin una elaboración propia.

Por último, existen también algunas **coproducciones** de contenidos entre medios globales chinos y medios nacionales, que pueden estar sujetas a los mismos problemas que los expresados anteriormente.

Al igual que la casi totalidad de los medios audiovisuales internos, los medios globales de radio y TV chinos **son operados por el gobierno, que está sometido al PCCh** (los diarios, en cambio, son propiedad directa del partido). En todos los casos, sus **contenidos están fuertemente controlados**.

Como se verá, la función principal de dichos medios es la de **impulsar una imagen positiva del gobierno-partido como expresión del país y de sus actividades internacionales, construida a través de una muy elaborada propaganda**.

(Existen en China **empresas privadas** en el sector de comunicación en rubros tales como producción audiovisual de ficción —sin operación de emisoras o señales salvo contadísimos y particulares casos—, redes sociales, aplicaciones o plataformas de Internet de comercio electrónico y otros sitios web no periodísticos. Finalmente, hay importantes compañías de tecnología, como **Huawei**).

Tales actividades privadas están sujetas a condicionamientos varios, ya que en cualquiera de estas empresas el gobierno/PCCh puede acceder a su **información** o a sus **mecanismos de decisión y gestión**.

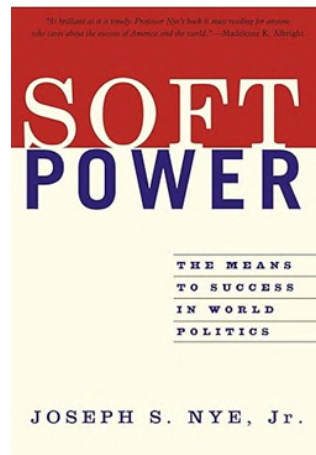
Hong Kong, con una condición territorial especial, cuenta todavía con medios de comunicación privados importantes, la inmensa mayoría domésticos. Si bien muchos se han inclinado hacia posturas **complacientes hacia Beijing** en un marco de libertades crecientemente reducidas, algunos mantienen cierta **independencia periodística**, superior a cualquier margen que se pueda encontrar en el resto del territorio continental.)

Por otro lado, aunque son parte del *soft power*, no consideramos en esta reseña el accionar y actividades **diplomáticas**, ni los programas de **intercambio artístico, educativo y cultural** o la **promoción de negocios** cuando estas actividades se realicen **al margen de los medios de comunicación**.

Tampoco las iniciativas como los **Institutos Confucio** (centros financiados por el gobierno chino que promueven el idioma y la cultura del país y otros estudios) o redes académicas o científicas, cualquiera sea su grado de independencia.

Por último, China puede contar con **figuras políticas o económicas locales** que actúan, al menos a tiempo parcial, como *lobbistas* de opinión pública que por simpatía o intereses defienden la línea de Beijing con mayor o menor discreción y aparecen cuando el debate público lo requiere.

No se los considera aquí parte de la comunicación china global sino otra manifestación del *soft power*.



El destacado politólogo Joseph Nye fue quien delineó el concepto del “soft power” o “poder blando” en 1990 y le dio el toque final en su libro de 2004 con ese mismo título.

Apenas días antes de fallecer en 2025, Nye criticó el silenciamiento de los medios globales estadounidenses por parte del presidente Donald Trump.

Dijo entonces en una entrevista: “recuerden la Guerra Fría: la disuasión nuclear estadounidense y las tropas norteamericanas en Europa fueron cruciales. Pero cuando cayó el Muro de Berlín, no fue por una lluvia de artillería. Fue por martillos y excavadoras manejadas por personas cuyas mentes habían sido influidas por la Voz de América (VOA) y la BBC” (<https://www.youtube.com/shorts/756haNx8w-k>).

Enfatizar lo positivo

Los mensajes chinos dirigidos al mundo destacan siempre el impresionante **desarrollo tecnológico y económico del país** en un **marco ordenado**, así como la milenaria **tradición cultural**. Esta temática se adoptó desde el abandono de la economía planificada a fines de los 70, cuando se convirtió en un **capitalismo mixto** (privado/de Estado), combinado con un sistema de **partido único** y fuertemente represivo.

Todo, desde un posicionamiento no siempre enunciado pero que implícitamente se presenta como **opuesto** o al menos **alternativo** a Occidente.

En esta lógica, los medios globales chinos funcionan como una **maquinaria de relaciones públicas** que enfatiza todo lo **“positivo”** y **tiende a evitar lo negativo** y controversial, sin hacer tampoco muchas **alusiones ideológicas**.

En muchos casos, exponerse a los contenidos de tales medios es como escuchar un *loop* sin fin de un **guía turístico** o leer un extenso folleto de una **oficina de promoción de negocios**, mezcladas con algún tópico cultural, historia de “color” o producción literaria o de ficción audiovisual, casi siempre **estrictamente chinos**.

Dependiendo del medio o programa, se añaden las **actividades oficiales del presidente Xi Jinping** o funcionarios, o bien eventos de **cooperación y “amistad” entre China y un país determinado**, en “partes” o comunicados formateados como si fueran noticias.

Las excepciones parciales a este esquema son la **radio y la TV en inglés**, con un estilo similar a la BBC o la CNN, que intenta **remedar las formas, pero no pueden copiar la sustancia** de los medios occidentales. Las noticias, datos y análisis tienen un objetivo final y único: resaltar la **positividad del estado-gobierno-partido chino**.

Esos medios chinos audiovisuales en inglés —pero poco y nada en otros idiomas— ofrecen **paneles de debates limitados** y controlados sobre temas diversos (internacionales, económicos, medio ambiente) con participantes o expertos chinos o extranjeros en los que predominan los que **coinciden con la posición del PCCh**.

Y es solamente en la radio y TV en inglés (o en las agencias noticiosas en ése y otros idiomas) donde se cubren sistemáticamente las **noticias políticas e internacionales con criterio de actualidad mundial**, aunque muchas veces se busca el involucramiento o ángulo chino.

En los otros idiomas de los medios audiovisuales, la carga noticiosa es menor y menos actualizada, si bien hay más contenidos —muchos de los cuales no aparecen en las transmisiones lineales— en las correspondientes páginas de Internet de esos medios.

Desde hace algún tiempo tales medios ofrecen además —pero en **posiciones secundarias** en la programación o sus sitios web—, **comentarios políticos confrontativos** que responden a las posiciones más duras del PCCh o que pueden bajar una **línea agresiva**, tanto de defensa como de ataque (contra Estados Unidos, Taiwán, naciones desarrolladas occidentales, o críticos de China). Este tipo de mensajes era muy **infrecuente** hasta hace una década.

La agencia **Xinhua** brinda información china y mundial al instante, de índole **política e internacional neutra o “dura”** junto a la de *color*, la económico-tecnológica y la de cooperación que tiene por centro a China.

Entre los “cables” o notas de la agencia hay **comentarios y opiniones** de analistas propios sobre temas nacionales o internacionales. También unas pocas notas firmadas por analistas no chinos que favorecen o coinciden con la línea oficial o bien señalan **problemas en países que no son aliados estrechos o amigos**; esta última clase de contenidos tampoco era tan habitual años atrás.

Las ediciones exteriores de los **diarios del PCCh escapan asimismo a la descripción predominantemente apolítica**, típica de los medios audiovisuales chinos que no transmiten en inglés. No se dirigen tanto al gran público sino a **observadores, expertos, instituciones o audiencias** previamente politizadas o inclinadas a China.

Para este nicho de audiencia, se brinda información más detallada sobre las **actividades y posiciones nacionales e internacionales del gobierno y el partido**. No dejan de mencionarse tampoco los resultados y logros de esas políticas, igualmente dentro de un concepto siempre **positivo**.

No obstante, hasta hace poco los medios globales no habían tratado de **“vender” explícitamente un modelo** como ejemplo para el mundo, algo que tampoco era frecuente en la época del **comunismo de Mao Zedong** (lo que sí hacían entonces, por ejemplo, la URSS o Cuba).

Más bien se mostraba (y se muestra) a China como una “gran nación”, orgullosa de su **cultura y sus logros materiales**, con un discurso que si hubiera que calificar de alguna manera estaría más cerca del **nacionalismo** que de la óptica marxista.

Los medios globales tampoco habían desarrollado una **doctrina explícitamente “china” del mundo**: hablan de generalidades como el “respeto mutuo” entre países, no intervención en asuntos internos o solución pacífica de controversias.

Estos principios, que supuestamente todos los países sostienen, aunque son más invocados por autoprotección por naciones menos poderosas o “no alineadas”, forman parte de una **postura histórica china** que se remonta a los tiempos de Mao.

En esa postura, China se presenta hasta hoy como *un país del tercer mundo* opuesto a todo imperialismo y amigo de países similares, pero que logró acceder al desarrollo por mérito propio. De hecho, Xi Jinping señaló hace poco: **“China ha sido y siempre será miembro de los países en desarrollo”**.

Es además inusual que los medios globales de Beijing **participen en controversias o ataques abiertos** hacia países, personas o instituciones, incluso cuando se trata de fuertes opositores o adversarios.

Aun así, cuando se desarrollan tales controversias o ataques son muchas veces indirectos y de baja intensidad. Y tienen lugar solamente en **algunos espacios de la radio o la TV en inglés**, en los comentarios o análisis de Xinhua y de **los diarios**, así como en **lugares secundarios** de las plataformas (en este caso sin distinción de idiomas).

Otra característica de la narrativa china de las últimas décadas era no haber planteado un **“enemigo identificable”**, a diferencia de gran parte de la época de Mao, cuando se señalaba a los **Estados Unidos** (o al más abstracto “imperialismo”) y en algún momento **también la URSS**.

Tras la apertura al mundo y conversión de China a una **“economía de mercado socialista”** (término acuñado en 1992 por el futuro líder Jiang Zemin), los **Estados Unidos no eran tratados explícitamente como el enemigo**, pese a que el subtexto de las comunicaciones ha apuntado por años en forma **implícita y sutil** a la nación americana o a “sectores occidentales”.

Algunas de estas características de los mensajes de los medios globales chinos, prevalentes entre los años 80 y hasta hace una década, están **empezando a registrar importantes cambios** luego de la consolidación en el poder de Xi Jinping.

Como se verá adelante, ahora sí se están **intensificando contenidos “duros” o agresivos** en cuestiones políticas o de asuntos internacionales, a la vez que se posicionan claramente como parte de un **entorno enfrentado a Occidente y cada vez más a Estados Unidos**.

Mientras tanto, por primera vez la narrativa de China intenta **“vender” su modelo interno** y pondera insólitamente el **libre comercio internacional** (frente a las posturas trumpistas y con un énfasis quizás no visto desde los tiempos del líder británico **William Gladstone** en el siglo XIX). Este principio es invocado ahora **con la misma fuerza** que el multilateralismo o el “respeto mutuo” soberano.

Por lo demás, los mensajes parecen crecientemente “meterse” con propaganda en temas internos de los países y responder ataques de manera “militante”, aunque nada de esto ocupe todavía una posición central en el flujo de contenidos.

En cambio, son muy importantes los esfuerzos orientados a insertar contenidos propios de propaganda directa no mediada en vehículos comunicacionales *mainstream* de distintos países (diarios, radio o TV) o los que buscan cooptar a los medios de comunidades chinas en el extranjero, cosas que antes no se hacían.

Y por último, se comenzó a practicar un culto a la personalidad centrado en Xi Jinping, que es toda una novedad desde hace 50 años en la política interna y la comunicación internacional china.



Algunos títulos sobre China y los medios globales: ‘Global Media and China’ es una revista académica de revisión por pares y con acceso abierto, editada por la Communication University of China (CUC) en Beijing y con una línea enmarcada en el pensamiento oficial del gobierno-partido (extremo izq). ‘China’s Media Go Global’, es una obra de 2017 editada por Daya Kishan Thussu, Hugo de Burgh y Anbin Shu, que reúne una serie de ensayos diversos con posturas más balanceadas (cen der).

Dos trabajos críticos son ‘Beijing’s Global Media Offensive’, un libro de Joshua Kurlantzick (2022) (cen izq), mientras que ‘Hearts & Minds, Votes & Contracts: China State Media in Latin America’ es otro libro del periodista brasileño Igor Patrick (2024) sobre la influencia de Beijing en medios latinoamericanos, publicado por el Wilson Center y el Kissinger Institute de los Estados Unidos (extremo der).

Imagen pasteurizada, realidades represivas

Con todo, la comunicación internacional china es más importante por lo que **no dice** que por lo que dice. Aun cuando parezca por momentos poco relevante, anodina o *inofensiva*, sirve para “naturalizar” y así legitimar al régimen chino ante los ojos del mundo, ofreciendo una imagen amable, positiva y no controvertida.

En esa narrativa, que sirve como telón de fondo a un robusto *hard power* diplomático y comercial, no solo no hay conflictos, abusos ni problemas: apenas hay respuestas, refutaciones o ataques a las fuentes que los denuncian.

Esta imagen general *pasteurizada* de China que —además— no se involucra demasiado en polémicas, es incesantemente reproducida por sus vehículos comunicacionales y puede hacer olvidar a muchos —y este es el objetivo— que se trata de una de las dictaduras mundiales más represivas, aunque también una de las más sofisticadas.

Por supuesto, funciona sin el grotesco de Corea del Norte ni es tampoco una autocracia improvisada o meramente saqueadora, como otras.

“Solo exigen que no los molesten”, llegó a decir el presidente argentino Javier Milei, quien parece haber cedido a esa imagen *pasteurizada* después de cambiar su postura. En una de sus habituales *sutilezas* había afirmado poco antes: *“jamás voy a tener tratos con los [chinos] comunistas”*.

Las declaraciones del mandatario argentino se produjeron, contradictoriamente, para **destrabar el swap de monedas** entre ambas naciones que China había suspendido unilateralmente. Y, además, sin considerar que la presunta exigencia de **“no molestar”** —que incluye silenciar abusos, violaciones a derechos humanos o darle la espalda a la democracia taiwanesa— actúa como **una intimidación en sí misma**.

Más allá de que cualquier país busque comprensiblemente tener una **relación normal con China** o **beneficiarse del comercio bilateral**, eso no borra las características dictatoriales del régimen.

Para 2024, la entidad Freedom House otorga a China uno de los **peores lugares en libertades generales** (190 sobre los 208 países y territorios del mundo) y en **libertades en Internet** (71 sobre 72 países considerados).

Otra entidad, Reporteros sin Fronteras (RSF), describió a Xi Jinping como el *“principal censor y depredador de la libertad de prensa del planeta”*. A fines de 2024, el Committee to Protect Journalists (CPJ) denunció que China tenía nada menos que **50 periodistas en la cárcel** en razón de sus actividades.

La extensión de la influencia china, que hasta ahora se limita mayormente a publicitar **logros más o menos reales del país** —pero eludiendo y silenciando cuestiones problemáticas— y a obtener ventajas políticas o económicas, podría estar **preparándose para una tarea distinta: tratar de moldear el mundo a su imagen y, a su vez, intentar socavar las democracias**.

Esto es lo que opinan varios **expertos occidentales**, entre otros Joshua Kurlantzick, del Council on Foreign Relations (CFR), quien cree que China busca en esta etapa impulsar el **capitalismo autoritario** y un entorno de **censura expresiva y cultural**.

En 2013 Xi había exhortado a *“contar bien la historia de China”* (*jianghao zhongguo gushi*, en el sentido del mensaje y valores) y *“difundir adecuadamente la voz de China”*.

El líder chino ha repetido el concepto varias veces, que se ha transformado en la **pedra de toque de su comunicación internacional**. Dijo además que *“debemos realizar en forma meticulosa y acertada la propaganda externa”*.

Dando un paso más adelante, Xi comenzó explícitamente —como nunca antes se había hecho— a mostrar a **China como modelo para otros estados**. En el XIX Congreso del PCCh de 2017 afirmó que *“el modelo chino presenta un mejor sistema de gobernanza social y ofrece una nueva opción para otros países y naciones”* [subrayado propio].

El actual líder chino, que tomó las riendas del gobierno en 2012-2013 y luego eliminó los límites a la reelección, podrá **permanecer indefinidamente** en el poder.

Lejos de una posible democratización, ha redoblado las características represivas del régimen, **perfeccionó la ya fuerte censura de Internet** e implementó un ubicuo sistema de **vigilancia con bases de datos de ADN**, reconocimientos precisos y cámaras que se

emplean no solo contra delincuentes: también contra **disidentes, minorías y manifestantes**.

Asimismo, en palabras de Kurlantzick, durante el periodo de Xi “*por primera vez desde la época de Mao, Beijing intenta cada vez más intervenir en la política interna, los medios de comunicación, los entornos informativos y las sociedades de otros países*”.

Agrega que “*las campañas actuales de Beijing reflejan un cambio con respecto a la política exterior china, más limitada y defensiva, de finales de la guerra fría*” y hasta los años 90.

La Universidad de Uppsala (Suecia), en un análisis de discurso del *China Daily* realizado en 2018, llegó a una interesante conclusión. Antes de Xi Jinping, China se veía a sí misma como un tipo especial de democracia y destacaba el poder de los votantes.

Pero a partir de la **llegada al poder del nuevo líder**, las notas del diario adquirieron un **tono negativo contra la democracia** en general y se concentraron en resaltar los defectos o “vicios” de las democracias occidentales y en especial la norteamericana, en este último caso mucho antes del segundo mandato de **Donald Trump**.



*Propaganda de 1968, plena ‘Revolución Cultural’:
“El presidente Mao es un sol rojo en nuestros corazones” (Wikipedia Commons).*



Propaganda de 2015, a dos años de la asunción al poder de Xi Jinping, que lo muestra con un traje estilo Mao —que los líderes chinos, incluido Xi, no usaban habitualmente en este milenio— y una exaltación del poder militar, que tampoco es una imagen muy promovida en el exterior. El tema del poster es el “sueño chino” proclamado por Xi (www.Chineseposters.net).

El candidato de Manchuria: ¿modelo chino en expansión?

Desactivados mayormente los **medios globales públicos estadounidenses**, queda apenas **un trío de países occidentales (Gran Bretaña, Alemania y Francia)** que representan estructuras públicas de menores dimensiones de **comunicación y periodismo global**, pero igualmente de inspiración libre y democrática.

El resto de los países no tiene medios globales o son de una eficacia muy limitada, quizás con la excepción de un **actor muy particular** y que demandaría una consideración aparte: el **Vaticano**.

Por eso, las otras dos estructuras importantes de medios globales que quedan corresponden a dos naciones **no democráticas** y geopolíticamente enfrentadas a Occidente: **Rusia y China**.

¿Hay diferencias en los modelos de comunicación global propagandística de cada una?

China es el modelo “positivo”: La narrativa global china propagandiza de manera incesante sus **logros económicos y tecnológicos**, su cultura, las inversiones y el establecimiento de lazos de amistad entre China y otras naciones.

Se busca crear un flujo continuo de **mensajes agradables y optimistas**, en los cuales todo lo negativo con respecto a China es sistemáticamente **silenciado**, minimizado o rechazado. **Ataques, respuestas o controversias** se usan de manera quirúrgica y no hay mayores críticas a naciones que a su vez **no critiquen a Beijing**.

El propósito de esta metodología discursiva es la de diluir el **carácter dictatorial del régimen chino**, promoviendo además un control total de la narrativa sobre el mismo para lograr el **avance de los intereses geopolíticos de China**.

Rusia es el modelo de mensajes “negativos”. Entiende que ya no puede ofrecerse como modelo de nación en términos de instituciones o de logros materiales y tecnológicos. En cambio, busca **socavar las democracias y promover la división**, la desesperanza y una desconfianza generalizada.

Rusia puede tener sus problemas, pero es un país íntegro y soberano. En todo caso, las democracias de Occidente —sigue la línea argumental— son **iguales o peores** y, desde ya, hipócritas porque **no pueden ser ejemplo de nada** ni pueden criticar a otras naciones, dado que allí impera la corrupción, el fraccionalismo político, la insatisfacción y la decadencia.

De esta manera, Rusia **emplea activamente la propaganda para intentar influir en escenarios políticos nacionales**, “embarrando la cancha” y desacreditando actores locales, con el objetivo final, también, de **avanzar sus intereses geopolíticos**.

“Beijing quiere un orden mundial estable, pero en sus términos (...) [mientras] Moscú busca caos que pueda explotar”, dijo James Palmer en un artículo de Foreign Policy de 2018.

El periodista **Hilton Yip**, en la misma revista, señaló que mientras al **canal ruso internacional RT** no le importa *“inclinarse a la extrema derecha o a la extrema izquierda”*, los **medios globales chinos “actúan en un margen muy estrecho y oficialmente aprobado”**.

Un interrogante es si con el tiempo el modelo chino no incorporará algunos elementos del modelo ruso para **acentuar divisiones** en los países. O bien, como la **vieja propaganda soviética** —pero que los rusos ya no pueden ejercer en este punto— para **“exportar”**, como un **sistema deseable**, el esquema político-económico de China.

Es cierto que la **“propaganda positiva”** china, al menos hasta cierto punto, es una tarea que **cualquier país** lleva adelante con su **diplomacia, su oficina de negocios o su agencia de cooperación**.

Pero ninguna nación democrática lo haría en forma directa a través de **medios de comunicación sometidos al partido de gobierno** que funcionan sin un *approach* periodístico y con **exclusión de cualquier otra voz**.

En el caso chino, toda esta operatoria sirve para disipar el **verdadero carácter dictatorial de la fuente, con el objetivo de “naturalizar” el régimen** y, al mismo tiempo, para **privar de voz** a pareceres opuestos o restar legitimidad a asuntos que van desde los casos de **Taiwán** hasta la represión en **Tibet o Xinjiang**.

Los cambios políticos internos y de política internacional a los que antes se hacía referencia tras la asunción de **Xi Jinping** han impactado para que el aparato de comunicación china haya agregado nuevas características y funciones.

Por un lado, la figura de **Xi** comenzó a ser mostrada y elogiada insistentemente en los medios internos y globales. Hasta se inició una sección en la agencia noticiosa Xinhua, así como programas en la radio y TV multilingües tales como **“Frases clásicas citadas por Xi Jinping”**, reproducida en otros medios globales.

Por otro lado, tales medios han comenzado a definir con mayor intensidad **posturas internacionales** —no sólo la “venta” de China al mundo— a través de la cobertura noticiosa, análisis informativos o encuestas online entre sus audiencias.

Muchos de estos posicionamientos encierran críticas a los Estados Unidos o a Occidente, generalmente —aunque no siempre— en relación a China. Así, en los últimos años la señal global multilingüe de TV china, **CGTN**, realizó **encuestas** entre su audiencia con **preguntas de este tenor**:

- *¿Cree que Estados Unidos seguirá dominando el mundo? (08.2022)*
(sólo 6,3% por la afirmativa fue el resultado)
- *¿Considera que Trump ha violado los derechos humanos en su manejo de la inmigración ilegal y que se requiere un trato más justo y razonable? (01.2025)*
- *¿Cree que las políticas arancelarias de EE. UU. obstaculizarían gravemente el desarrollo económico de su país? (04.2025)*
- *Desde que estalló la última ronda del conflicto entre Israel y Palestina, Israel ha lanzado múltiples ataques contra el Líbano, Yemen, Irán y otros lugares, lo que ha provocado una escalada continua de las crisis humanitarias en Oriente Medio. ¿Está de acuerdo? (06.2025)*

Aunque todavía la propaganda **“dura”** no integra una parte mayoritaria ni sustancial de los mensajes de los medios globales chinos —a pesar que ocupa una mayor proporción que hace una década y parece estar en aumento—, **RSF** señala que en la actualidad

promueven la **“hegemonía total sobre la cobertura informativa [relacionada con el país] y la creación de un orden mediático internacional fuertemente influenciado por China”**.

Antes, los medios globales chinos pedían que se **tuvieran en cuenta sus contenidos** en coberturas o análisis de terceros. Pero ahora, en cambio, reclaman que todo lo que se diga o muestre sobre China sean **exclusivamente los datos, la versión y la imagen** que suministre Beijing.

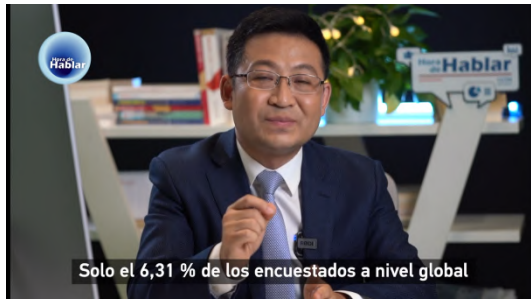
La cuenta de **CGTN Español** en la red social X tiene a fines de 07.2025 unos **570 mil seguidores** y la de **Facebook 16 millones de seguidores**. La desproporcionadamente baja cantidad de interacciones que ambas registran indicaría que tales seguidores no son todos completamente espontáneos.



“El Candidato de Manchuria” fue una película de Hollywood (1962) cuyo argumento giraba en torno a un postulante presidencial norteamericano al que los “chinos comunistas” le “lavaban el cerebro” para que el PCCh pudiera controlar a distancia los Estados Unidos.

La producción, por supuesto, estaba filmada en uno de los periodos más álgidos y tensos de la guerra fría (crisis de los misiles, etc.), pero como ‘thriller’ político sigue siendo excepcionalmente buena. Hubo una ‘remake’ en 2004.

De todas formas, considerando las revelaciones de los últimos años sobre intervenciones rusas en elecciones norteamericanas a través de redes sociales u otras plataformas, así como la red de emisoras manejadas de manera más o menos encubierta por el gobierno chino (es decir, el PCCh) en territorio norteamericano, que se describe y analiza en el presente trabajo, habrá quienes crean que la paranoia de la película, finalmente, no era tan inverosímil... (Afiche de la película, United Artists, Beverly Hills, CA)



Jia Jiabin: comentarista en español de CGTN en su videopodcast 'Hora de hablar'.

Jia aparece apenas en un programa de las transmisiones lineales de CGTN (que siguen mayormente un flujo de mensajes "positivos"), pero tiene una presencia importante en piezas cortas de video en el sitio de la televisora internacional china. En estas piezas, sin el logo de CGTN, y confinadas a la menos visible sección 'Opinión', adopta a veces un rol de "línea dura".



Encuesta de CGTN en X, que cosechó... 10 votos en las 48 horas que estuvo vigente en 2025. La cuenta de CGTN Español en esa red social tiene a fines de 07.2025 unos 570 mil seguidores y la de Facebook 16 millones de seguidores. La anómala baja proporción de interacciones indicaría que tales seguidores no son todos completamente espontáneos.

CAPÍTULO 2

LA RADIODIFUSIÓN

Radio Internacional de China: presente con retirada

El componente histórico del sistema de comunicación global chino ha sido **Radio Internacional de China** (conocida por sus siglas en inglés, **CRI**). Sin embargo, por razones que se irán viendo, este medio está en una etapa de retirada para ser crecientemente reemplazado por la TV global china y otros vehículos.

La emisora se fundó en 1950, un año después de la asunción al poder del PCCh. Esta fecha no considera su etapa irregular y clandestina, que se inició en 1941.

Como sus similares mundiales, CRI comenzó transmitiendo en **onda corta** (banda de radio diferente de AM y FM que permite sintonizar con receptores comunes señales de todo el mundo, hoy en desuso en Occidente y otras zonas).

Desde los años 90, también de acuerdo a las tendencias imperantes, **fue agregando otro tipo de plataformas** (retransmisiones por emisoras locales no propias, repetidoras FM, satélite, Internet). Al día de hoy, no obstante, **mantiene intensivamente la onda corta**, a diferencia de Rusia (que la eliminó por completo) o de las naciones occidentales (que la redujeron sustancialmente).

(El uso de la onda corta ha disminuido notablemente en el mundo y es casi inexistente en Occidente y otras zonas, donde las personas acceden a numerosas **alternativas mediáticas, como Internet, telefonía celular y TV satelital** o por cable. Pese a esto, conserva alguna función en zonas de África, Asia o el Pacífico y hasta internamente para emisiones a áreas alejadas dentro de la propia China.)

Según se ve en el cuadro siguiente, **cada idioma de CRI se emite por radio en onda corta y además cuenta con una página web** (excepto que se indique otra cosa). En varios casos, incluso en español, el sitio de Internet ya no ofrece la transmisión en directo y sólo tiene podcasts:

Para sudeste asiático y Extremo Oriente: inglés —también omnidireccional— (emisiones iniciadas en 1950), japonés (1950), coreano (1950), indonesio (1950), thai (1950), vietnamita (1950), birmano (1950), camboyano -khmer- (1956), laosiano (1956), francés (1956), malayo (1959), esperanto (1964), mongol (1964) y tagalo (filipino) (1965).

(Emisiones en japonés se realizaron desde la radio clandestina del PCCh, que usaba la señal XNCR, entre 1941 y 1945, contra la ocupación y presencia nipona durante la Segunda Guerra Mundial. La misma emisora, pero en otra localización del territorio controlado, transmitió a partir de 1947 en inglés, en medio de la guerra civil con los nacionalistas chinos. En ocasiones llegaron a usarse cavernas como escondites-estudios.)

Para Rusia/Bielorrusia/Ucrania: ruso (1954, transmisiones expandidas notablemente en 1962), ucraniano (2008, sólo web con texto y podcasts), bielorruso (2009, sólo web con texto y podcasts).

Para Australia/Nueva Zelanda: inglés (1956).

Para Europa: inglés (1956), francés (1956), español (1956), turco (1957), alemán (1960), italiano (1960), serbo-croata (1961, desdoblados en 2008), esperanto (1964), checo (1968), polaco (1968), rumano (1968), albanés (tosco/guego) (1969), búlgaro (1974), húngaro (1976), serbio (2008, sólo web con texto y podcasts), croata (2008, sólo web con texto y podcasts) y griego (2009, sólo web con texto y podcasts).

Para Medio Oriente: árabe (1957), farsi (1957), hebreo (2009, sólo web con texto, podcasts y presencia en redes sociales).

Para sur de Asia: hindi (1959), tamil (1963), urdu (1966), bengalí (1969) (desde 1972 para parte de India y Bangladesh), pashto (1973), sinhala (1975), nepalés (1975).

Para América del Norte y del Sur: inglés (1950), español (1957), portugués (1960), quechua/aymara (1975, único idioma que cesó, en 1984), esperanto (1990s).

Para África: inglés (1958), francés (1958), portugués (1960), swahili (1961), hausa (1963).

A partir de 2005-2006 se incluyeron en los sitios web *podcasts* de la emisión diaria, aunque solo en inglés y en unos pocos idiomas se incorporó el *streaming* en tiempo real.



Modelos recientes de receptores Tecsun, con AM y onda corta, fabricados por esta empresa china en el propio territorio continental (catálogo de ventas) (izq) – La mítica Noblex 7 Mares, receptor de AM, FM y onda corta fabricado en Argentina en los años 70 (Bartulario) (der).

Hasta los años 80, CRI careció de representación en **América Latina**, pero en 1981 habilitó su primera oficina en la región, en **Ciudad de México**. En 1988 se abrió un *bureau* en **Buenos Aires** y en 1999 otro en **Rio de Janeiro**, trasladado a **Sao Paulo** una década después. Todas las oficinas (administrativas, no eran estudios) fueron cerradas alrededor de 2018.

Frente a las reducciones del resto del mundo, la **presencia de Radio Internacional de China en onda corta** —con numerosos y potentes transmisores— sigue siendo **notoria**.

Encender una radio en esa banda en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora arroja hoy que **casi la mitad de las señales** sintonizables provienen de esa emisora y de servicios internos de la radio nacional china (CNR).

Lo extraño, sin embargo, es que CRI parece estar desde hace años en un **proceso de cierre que nunca se concreta**. Sólo el servicio en inglés, francés y algunos para Asia emiten hoy una verdadera **programación** con información y asuntos de actualidad nacional y mundial, combinados con otra clase de contenidos más ligeros.

La mayoría de los otros idiomas en los que difunde la emisora —incluso en español— se limita **desde hace unos siete u ocho años** mayormente a repetir continuamente **música china y podcasts** sin mayor actualidad sobre cultura, turismo, historia antigua china, gastronomía y muy poco de economía y tecnología, supuestos fuertes del país.

En estas transmisiones, de tanto en tanto, puede haber una **entrevista** a algún visitante externo, un panel sobre algún tema poco controversial que involucre a China, declaraciones sobre la amistad de los países, etc.

Antes, las transmisiones en cada uno de los idiomas tenían una **emisión bien estructurada con noticieros, análisis** y otras producciones.

Mientras tanto, los sitios de Internet correspondientes a cada uno de los idiomas de CRI conservan **textos y podcasts** (viejos, en los casos de idiomas que se hayan convertido en emisiones de relleno). En redes sociales realizan **posteos de muy distinto estilo y contenido**, que pueden ir desde temas culturales o “livianos” hasta noticias “duras”.

Pero, en general, **todos estos contenidos se están fusionando con el sitio de la TV global china** (aunque no haya emisiones de TV en el idioma en cuestión) donde sí se colocan noticias, textos y videos actualizados.

Es un **proceso algo confuso**, que se desarrolla de distinta manera en cada una de las secciones de idiomas de la emisora y que **también ya lleva varios años**. Más aún, el servicio en lengua castellana de CRI proclamó el 11.05.2023: *“anunciamos oficialmente que Radio Internacional de China en español ya ha cumplido su misión y no existirá como institución (...) Pero seguimos (...) con el nombre Onda China en las redes sociales”*.



En 2023 CRI anunció que “ya había cumplido su misión histórica”, pero en 2025 continúa transmitiendo en español, —y en otros idiomas— sin programación estructurada y con contenidos de “relleno”.

A esa altura, no obstante, la emisora ya hacía un lustro que ofrecía “rellenos” en su transmisión en español, que solo salía por onda corta, sin un *streaming* en tiempo real en su página web. Y **tres años después de informarse su cierre —al momento de redactar este texto—** sigue funcionando de la misma manera. Pese al anuncio, sigue identificándose en español como **Radio Internacional de China**.

De esta manera, pueden escucharse repeticiones constantes desde hace años de los mismos temas musicales chinos, de emisiones de *China hoy* y del radioteatro *Viaje al Oeste - Las Aventuras del Rey Mono* (versión de la obra literaria del siglo XVI del mismo nombre, una especie de **equivalente chino del Quijote**).

La razón de que China recurra desde hace años a estos contenidos de “relleno” (salvo en los servicios en inglés y algunos otros), **en lugar de cancelar estas emisiones radiales** y dejar así de usar la onda corta, es un verdadero misterio sin explicación. El audio *streaming* en el sitio web de CRI desde Beijing sólo está activado para los servicios en inglés y los que no se transformaron en “rellenos”.

Se calcula que la operación de centenares de transmisores de onda corta en unos 50 puntos de China (Beijing, Xian, Lingshi, Urumqi, Jinhua, Kunming-Anning, Kashi, Baoji-Xinjie y otros) desde los que se irradian estos servicios puede demandar unos **15-20 millones de dólares al año**, teniendo solo en cuenta los costos de energía eléctrica. (Muchos de estos transmisores insumen, cada uno, de 240-500 kW por hora.)

Es cierto que se trata de una **suma mínima** si se considera que el presupuesto total de los medios globales chinos (sin contar otras actividades de propaganda internacional) podría elevarse a unos **3000 millones de dólares**.

Sin embargo, mantener ocupado el espectro de onda corta al nivel que lo hace China y además para emitir muchos contenidos de “relleno” **no parece servir a ningún propósito de permanencia ni de reserva**. Salvo casos especiales, la radio de onda corta es una tecnología superada.

De cualquier forma, **se cree que CRI desaparecerá en algún momento para ser reemplazada por la televisión global** con sus respectivas páginas de Internet. Estas últimas incluirán el *streaming* lineal de TV y videos bajo demanda, así como *podcasts* de audio y quizás algún servicio sonoro lineal (como la radio “pura” en inglés).

Las **redes sociales de CRI en español** fueron rebautizadas **Onda China** y desde ellas se siguen posteando contenidos sobre China, generalmente de tipo cultural, turístico, “de color” o anodino, pero a veces pueden **sorprender con algún texto confrontativo o agresivo**. La web de CRI en español ya no existe y es ahora la de CGTN (televisión) con texto, audios y videos de distinto tipo.

En cambio, mientras las transmisiones de radio en **portugués** hace años que solo ofrecen “relleno” (en este caso sólo música), las **redes sociales y la web de CRI en portugués** siguen llamándose **Radio Internacional da China** y están activas con un alto contenido político, **manejadas desde el mismo Brasil**.

Las cuentas de Facebook y otras postean en forma diaria noticias **predominantemente sobre Brasil** y el mundo con una perspectiva china y de izquierda brasileña.

El **sitio web de CRI en portugués** subsiste con **contenidos noticiosos generales**, pero cuenta también con secciones producidas por **grupos locales ideológicamente afines** con

Beijing (y vinculados igualmente con el **partido oficialista PT** del presidente “Lula” da Silva).

Se trata de una peculiaridad del **servicio en portugués** que no se registra en CRI en español y en otros idiomas y que será analizada más adelante.

El **sitio web de la televisión (CGTN)** tiene un **subsitio en portugués** (aun cuando la TV no tiene emisiones lineales en ese idioma como sí las ofrece en español). Varios de sus contenidos son **audios, videos y textos que ya están en la página de CRI** o bien audios antiguos de CRI. Todos estos materiales parecen dirigidos al **mundo lusohablante general**, sin referencia específica hacia Brasil.

Evidenciando la **integración con la televisión global**, las transmisiones de **radio en inglés** y algunas en **francés** se identifican desde 2021 como **CGTN Radio** y ya no como **China Radio International**, ni **Radio Chine Internationale**.

En otros idiomas, aunque las transmisiones de CRI se hayan transformado en *relleno*, las **redes sociales se mantienen posteando contenidos**.

Ese tipo de posteos puede ser **muy variable** (generalmente “cultural” o anodinos pero en otros casos pueden ser muy políticos o confrontativos), según el **idioma o la ocasión**. Puede tratarse de producción propia de CRI o materiales de *Xinhua*, *el Diario del Pueblo* u otros medios chinos.



Logo actual (arr) y edificio de Radio Internacional de China (CRI) en 16A Shijingshan Road, Beijing, 100040 (esta última, Wikimedia Commons, usuario N509FZ).



La diferencia entre los posteos en Facebook de Onda China (ex CRI Español) (arr) y CRI Portugués (aba) (ambos de 08.2025)



El lado B de CRI: China Radio International (Radio Internacional de China) difundió el 10.02.2019 en su cuenta de Twitter (hoy X) un sombrío video de una aparente “confesión forzada” del conocido cantante de la minoría uigur en China, Abdurehim Heyit. (—Sobre las “confesiones forzadas”, ver más adelante el apartado ‘Hoy en TV: confesiones forzadas’—.)

El artista había desaparecido en 2017 y había rumores de su encarcelamiento por imputaciones de “separatismo” a raíz de las letras de sus canciones. Dos años después, el gobierno turco (afín con los uigures) denunció su muerte. Sin embargo, la sección turca de CRI dio a conocer el video, de apenas 25 segundos, para desmentir su fallecimiento. Heyit dice que “es investigado” por “violar las leyes nacionales”, sin más detalles. Agregó que estaba en “buen estado de salud” y que “nunca fue abusado”. (El gobierno chino apenas informó luego que su arresto era por “poner en riesgo la seguridad nacional”).

En 10.2019 se permitió que dos periodistas turcos entrevisten a Heyit en su domicilio —donde estaría bajo arresto domiciliario— pero a partir de entonces su suerte es otra vez desconocida. Seis años después, no se informa de ninguna mención oficial sobre su situación.

**The real truth behind the American shape of democracy**

On December 8th, America has completed a democratic leadership named only. America wants democracy, creating different groups in the world and working with the world to maintain its dominance. But in America, the democratic system is messed up, and in this country, the rift between the rich and the poor is huge, the situation of racial discrimination is severe and the situation of elections is messed up and even the Corona epidemic is not controlled. This goes to show that the American democratic system is not effective in running the country. At the same time, some countries under the leadership of America always meddle in the domestic affairs of other countries and only in the name of building democracy, and these issues have created many tragedies. America itself has many issues of democracy, but still it makes democracy a priority. Such actions of this country seem to be a joke to the world.

[See original](#) · [Rate this translation](#)



Otro lado B de CRI: un raro y confrontativo posteo de Facebook de 2021 contra los Estados Unidos en el servicio en idioma pashto (traducido al inglés) al momento de retirarse de Afganistán tras 20 años y devolverles el poder a los talibanes.

En una línea argumental parecida al modelo ruso de propaganda, usualmente no utilizado por China, CRI señala los problemas norteamericanos, las consecuencias de la intervención de Washington —sin aludir a los talibanes— y dice que las acciones sobre la promoción de la democracia “son un chiste para el mundo”.

Faltaban aún cuatro años para la confrontación generalizada entre China y Donald Trump por cuestiones de aranceles y otros asuntos.

“Camaradas y amigos”: la antigua Radio Pekín

Apenas un año después de la proclamación de la **República Popular China**, es decir, de la instauración de un régimen marxista-leninista liderado por **Mao Zedong** y el **PCCh**, la emisora internacional china, entonces llamada **Radio Pekín**, comenzó a transmitir en 1950 para varias naciones asiáticas en onda corta, en distintos idiomas. Luego incorporó el español para **Europa** (1956) y **América Latina** (1957).

China era un país relativamente subdesarrollado en lo tecnológico y con un sistema doméstico de medios bastante limitado, situación que se extendió hasta los años 80. Pero el sistema **internacional de radio, hacia 1958-60**, ya se había **posicionado tercero en el mundo** por su potencia, las horas de emisión y los idiomas empleados.

Paradójicamente, fue en esos mismos años cuando millones de personas murieron por la **hambruna** que originó la etapa del **Gran Salto Adelante** (industrialización forzada que fracasó). El país, asimismo, se había **cerrado por completo al mundo**; aislamiento que se profundizó cuando **China rompió con la URSS** a principios de los 60 para llevar adelante su **versión maoísta del comunismo**.

El operar a todo trance la costosísima **Radio Pekín** para llegar hasta los rincones más alejados del mundo demuestra lo importante que resultaba para el régimen su **legitimación internacional** —una actitud que continúa hasta hoy— pero también la de difundir su ideología y aumentar la influencia del país.

“Aquí Radio Pekín. Camaradas y amigos, en esta emisión les ofrecemos...”. Así empezaron las transmisiones en español y en todos los idiomas durante casi 30 años, precedidas de la canción **El Oriente es Rojo** (himno comunista chino que reemplazó al nacional). Las emisiones cerraban con **La Internacional**, la conocida marcha comunista (compuesta en Francia en el siglo XIX).

Apodado como **El Gran Timonel**, Mao era una figura presente en todas las emisiones, las cuales eran fuertemente ideologizadas y seguían en lo esencial una **misma versión central**, traducidas casi sin mayores ajustes.

Tampoco se realizaban esfuerzos para adaptarlos culturalmente a las audiencias *target*: había **poca actualidad, pero largas lecturas del Libro Rojo de Mao** (en quechua, esperanto o swahili), ponderaciones de los principios del comunismo maoísta, canciones patrióticas y del “proletariado” chino.

En esta etapa, casi todos los redactores y locutores de la emisora **eran chinos que habían aprendido el correspondiente idioma**. Hubo algunas excepciones: en el servicio en español se desempeñó desde 1967 el periodista peruano Antonio Fernández Arce, quien iniciaría así una larga relación con China.

Las noticias y comentarios ocupaban solo una parte de la emisión; eran bastante centrados en China o sus relaciones exteriores. No faltaban las denuncias contra el **“imperialismo” norteamericano** y, desde los años 60, contra el **“social-imperialismo soviético”** (palabra popularizada en aquellos tiempos por la misma Radio Pekín; según la teoría marxista el “imperialismo” sólo podía ser un fenómeno capitalista).

La **represión y control**, pero también el dogmatismo, eran en la época maoísta totales y absolutas, parecidas a lo que hoy es el régimen de **Corea del Norte**. Esto no podía dejar de reflejarse en los medios internos y externos y se exacerbó aún más en la llamada **Revolución Cultural** (1966-1970s).

En ese entonces, con el pretexto de eliminar los últimos “vestigios de capitalismo”, el régimen se volvió todavía más **sectario, represivo y dogmático**. Mao cerró la incipiente TV por un tiempo por considerarla un **“lujo burgués”**.

En **Radio Pekín** se desarrolló una *caza de brujas* donde se suspendieron redactores y comunicadores acusándolos de **“derechistas” o contrarrevolucionarios** (un irónico revés

de un Trump que denunciaría décadas más tarde a los medios globales norteamericanos por considerarlos “izquierdistas”).

Un redactor del servicio turco fue **acusado de “burgués”** por comer “**demasiados dulces**”, cuenta el académico Çağdaş Üngör.

La emisora, además de incorporar nuevos idiomas, destinos o tiempos de emisión siguió con un formato parecido hasta la **muerte de Mao en 1976**. Ese día Radio Pekín anunció el fallecimiento del dictador chino y cerró su transmisión en español proclamando: “*¡Viva el grande, glorioso y correcto Partido Comunista de China!*”.

Casi en la misma época se agregó el programa en húngaro. **Por más de tres décadas, fue el último idioma incorporado**. En 2008-2009 se añadieron algunas lenguas más —las únicas hasta hoy—, pero solo a través de sitios y audios web.

Tras la defenestración de la ***Banda de los Cuatro*** (la viuda de Mao y otros, a quienes se acusó por la *Revolución Cultural*) y algunos interinatos, el nuevo líder **Deng Xiaoping** proclamó a partir de 1978-79 la política de “**reforma y apertura**”, que definió como un “*socialismo con características chinas*”.

En los hechos, esto significó pasar de un estatismo absoluto a una economía de mercado casi ***manchesteriana*** (aunque tutelada por una ‘mano invisible’ gubernamental) pero manteniendo el **control político total del PCCh**: liberalismo económico con autoritarismo político.

Con todo, el país **se abrió económicamente y aun culturalmente al mundo**, si bien cualquier medida tenía siempre un límite claro: que el **partido no perdiera el poder**.

La transformación, modernización y crecimiento de China, ya muy notable en la primera década de los cambios, **terminó siendo impresionante** tras casi medio siglo.

La radiodifusión al exterior china comenzó igualmente a cambiar: las emisiones ya no se dirigían a “*camaradas y amigos*” ni cerraban con ***La Internacional***. En 1983 **Radio Pekín** modificó su nombre por **Radio Beijing** (nomenclatura del alfabeto oficial chino romanizado o *pīnyīn*). En 1993, la emisora adquirió su nombre actual, **Radio Internacional de China**, abreviada CRI por sus siglas en inglés.

Los programas pasaron a ser más “normales”: noticias, comentarios, análisis, temas de negocios, notas culturales y turísticas. La programación de CRI de 2003, muy representativa de lo que fue la emisora **en todos los idiomas desde los 80 hasta hace unos años**, ofrecía lo siguiente.

En forma diaria: noticias de actualidad de **China y del extranjero**, un **comentario del día**, más los siguientes **programas de rotación semanal**: “*Angulo Económico*”, “*Aula de chino*” luego llamado “*China en chino*” (*curso de idioma*), “*Canción de la semana*”, “*Presencia de cultura china*”, “*Ciencia, educación y salud*” y “*Cocina china*”.

También: “*Encuentro de CRI con sus oyentes*”, “*Por la amistad y el entendimiento*”, “*Mundo deportivo*”, “*Expreso del desarrollo chino*”, “*Viajando por China*”, “*Piezas musicales populares de China*”, “*Revista radial de variedades*” y “*Fin de semana musical*”.

Hacia 2015 se emitían asimismo: “*Carta de Beijing*”, “*Café y Té*”, “*Punto de contacto*” y “*Arte de la palabra*”.

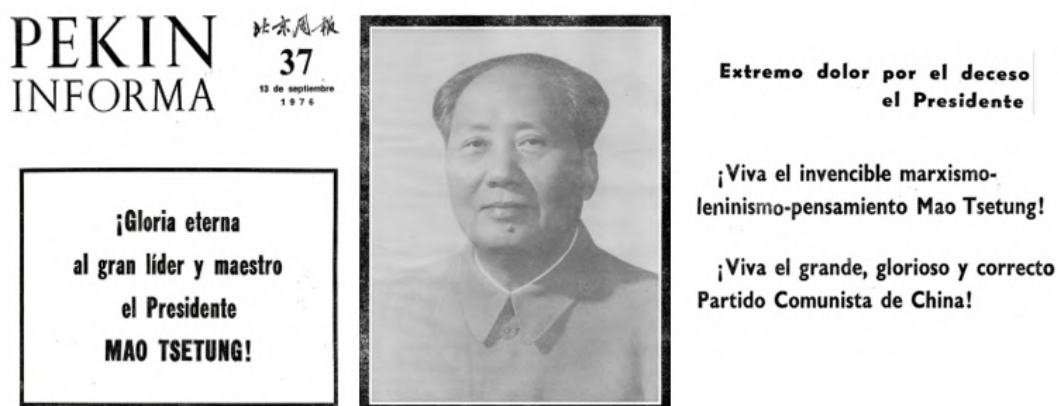
Se aprecia que abundaban notas culturales, de turismo, cocina y “de color”, que eran inexistentes o limitadas antes de los 70. Los contenidos de actualidad política y económica, en cambio, seguían careciendo de un **approach** verdaderamente periodístico.

Si bien ya no eran una propaganda abierta de un gobernante o una ideología, informaban sobre la vida china, las **reformas y sus éxitos** (esencialmente económicos) pero sin alusiones polémicas, críticas o aspectos negativos.

Hasta hoy este concepto de “positividad” en la comunicación **persiste en lo fundamental**, con algunos ajustes que se tratarán más adelante.



Tarjetas de la antigua Radio Pekín (1961 -izq-, 1974 -der-)



‘Pekín informa’: la revista multilingüe que China distribuía en el mundo y cuyos contenidos eran muchas veces similares a los de la emisora internacional Radio Pekín.

Recuerden el 4 de junio de 1989...

Ante el **derrumbe del comunismo** en Europa y la URSS, muchos pensaron que China seguiría ese camino. En el mayo francés de 1968, estudiantes de una sociedad democrática y próspera habían salido a protestar en París con **fotos de Mao** contra **“el capitalismo”**.

Dos décadas después, en 1989 y en la **Plaza Tiananmen de Beijing**, miles de estudiantes de una sociedad también crecientemente afluente, pero sin libertades, **salieron a protestar contra el gobierno** con una imagen de la **estatua de la libertad**, pidiendo **reformas democráticas**.

A las 04:00 UTC, en la frecuencia de 11680 kHz de la onda corta, apareció el 04.06.1989 una insólita transmisión de un locutor presumiblemente chino que hablaba en inglés:

*“Esta es Radio Beijing. Recuerden el 3 de junio de 1989 [el hecho pasó a la historia como el 4] (...) Miles de personas, en su mayoría **civiles inocentes**, fueron **asesinadas por soldados armados** (...) Entre los fallecidos se encuentran nuestros colegas [de la emisora] (...)*

*Radio Beijing lamenta profundamente (...) el trágico incidente y hace un llamado a todos sus oyentes para que se unan a nuestra protesta por la **grave violación de los derechos humanos y la brutal represión contra el pueblo**”.*

Fue una **inesperada insurrección en pleno corazón de una instalación comunicacional gubernamental y del PCCh**, casi el equivalente electrónico al hombre que se paró frente al **tanque** en la Plaza Tiananmen (imagen que al día de hoy, por la censura, es aún desconocida para la mayoría de los chinos continentales).

Igual que lo ocurrido con el hombre de la Plaza, **no hay certezas de quién fue el locutor** de Radio Beijing que dio a conocer semejante contenido, **ni se sabe qué sucedió con él**. Los acontecimientos de Tiananmen derivaron en una **masacre con miles de muertos** por la represión estatal.

Desde entonces, las posibilidades **de cambio quedaron sepultadas**. Muchos pensaban que el **capitalismo económico** traía a la larga la **democracia política** y en el caso chino se **siguió creyendo esto** hasta varios años después de iniciado este milenio.

Pero la **reforma política nunca llegó**. El país, aun en medio de **emprendedores tecnológicos** tornados millonarios, **crecimiento económico** de dos dígitos anuales o compras récord de **autos BMW** o productos **Louis Vuitton**, sigue siendo una **dictadura** en la cual **partido-Estado-gobierno-ejército** (a lo que puede agregarse **medios**) son una misma cosa.

El **régimen autoritario de Beijing** no es un subproducto forzoso de la cultura china. **Taiwán**, una sociedad con las mismas personas, muchísimo más **pequeña en superficie y población** y hasta más **provinciana** en muchos aspectos, logró no solamente tener un nivel de vida superior que **China continental** (medido en PIB per cápita, con paridad de compra PPP).

También evolucionó a una **democracia con amplias libertades generales** (no es Singapur ni Malasia). Y con conquistas tecnológicas importantes: empresas taiwanesas manufacturan el 60% de los **chips para computadoras** (en muchos casos bajo licencia de empresas desarrolladoras occidentales) y el **90% de los de última generación**.



*Una representación artística del incidente del tanque en 1989 en la Plaza Tiananmen (Pixabay).
La mayoría de la población china jamás vio la imagen e ignora lo que simboliza.*

Gran muralla radial y viejos duelos de propaganda

¿Cómo reaccionaba China ante los medios globales o extranjeros que la tenían como destino de sus transmisiones?

Desde 1956 el gobierno chino comenzó actividades de interferencia intencional, práctica denominada **jamming**, para bloquear con ruidos o música distorsionada las emisiones de radio que llegaban desde fuera del territorio, de modo que la población **no pudiera acceder a fuentes de información alternativas**.

En su primera etapa la **cadena de equipos radiales interferentes** era limitada. Solo desde 1989 se creó una **red importante**, aunque no tan densa y sistemática como la que justo en ese año dejaba de operar la URSS (cuyo costo superaba al presupuesto de las radioemisoras a las que Moscú interfería).

De todas maneras, la red china de **jamming** fue un **antecedente de la actual Gran Muralla** que maneja el gobierno para filtrar y censurar Internet.

El **jamming** de radio, por razones relacionadas con la propagación de ondas, nunca es un 100% efectivo, pero también se efectuó en China inicialmente con **alguna inconsistencia**, debido a que no había una necesidad imperiosa de ejecutarlo.

Y es que hasta los años 60 la mayoría accedía a la **“radio por cable”** (que no cubría todo el país y fue implementada por el PCCh precisamente para impedir la sintonización de emisoras extranjeras por aire; los receptores comunes eran usados solo como alternativa).

Las principales emisoras afectadas por el **jamming** eran las emisiones en chino de la norteamericana **Voice of America (VOA)** y la británica **BBC**, así como las de **Deutsche Welle (DW)**, que comenzó a emitir en mandarín en 1965. Según se verá más adelante, Radio Moscú fue igualmente afectada.

Pese a la interferencia de Beijing, debe destacarse que el **target** principal de las transmisiones extranjeras en mandarín y cantonés en esos años eran los **chinos taiwaneses**, los de **Hong Kong** y los de **otras zonas del sudeste de Asia**. En China, no era fácil acceder a una radio con onda corta; además se corría el riesgo de **terminar en la cárcel**.

La radio por cable, limitada y costosa, fue **gradualmente abandonada**, lo que hizo incrementar paulatinamente la disponibilidad personal de receptores comunes y de onda corta. En consecuencia, **aumentó en el continente la escucha de emisoras extranjeras** y, por eso mismo, también el **jamming**.

En 1972 los **Estados Unidos reconocieron a China continental sobre Taiwán** y años después normalizaron sus relaciones. De cualquier manera, Occidente no dejó de apoyar con alguna **discreción**, y a veces vacilaciones, a la Taiwán de entonces, que tampoco era una democracia.

Con lógica de guerra fría, la movida buscaba en realidad **aislar a la URSS** —ya peleada con Mao—, lo que disparó la **guerra radial** entre rusos y chinos maoístas a niveles increíbles.

Para 1969 **ambos países transmitían 24 horas en el idioma del otro (Moscú en chino y Beijing en ruso)**, cuando muchas naciones —incluso China— no tenían aún emisiones internas continuadas. Y no se arrojaban precisamente flores, ni siquiera las *100 flores* de las que hablaba Mao: **el jamming a las transmisiones era recíproco** y la situación se prolongó por casi dos décadas.

Dentro de este marco hostil, hubo un gesto curioso: una de las frecuencias de Radio Pekín, misteriosamente, transmitía cada día el **programa en ruso en una versión grabada al revés**. Esa frecuencia no era interferida y resultaba incomprensible para cualquier oyente común; pero era registrada en cinta por la KGB y revertida a la normalidad para que Moscú supiera, reservadamente, **cuáles eran las posturas chinas**.

Los rusos, siempre hábiles con la desinformación, habían creado también una **falsa radio nacional china** que retransmitía las noticias de la verdadera en frecuencias muy cercanas a esta última, en AM y onda corta.

Oyentes chinos creían sintonizar la emisora legítima, pero la impostora súbitamente insertaba un **virulento comentario contra Mao** o las subsiguientes autoridades chinas. El truco nunca perdió del todo su efecto y se usó hasta **fin de los 80**.

Desde el área de Vladivostok, la URSS había por otra parte montado una emisora clandestina de **propaganda “negra”**, **Radio Bao Yi (1976-1989)** que simulaba ser una emisora disidente interna militar (del **Ejército Popular de Liberación, EPL**) contra Deng Xiaoping y sus reformas.

Al parecer, la **CIA** hizo algo parecido durante la Revolución Cultural: entre 1966 y 1972 emisiones fantasmas llamadas **Huǒhuā** (*Chispa*, de la frase de Mao, “*una sola chispa puede incendiar toda la pradera*”) fingían igualmente provenir de una **radio discola del EPL** con invectivas contra Mao.



La “escucha colectiva” de radio guiada por los dirigentes del partido y bajo el retrato vigilante de Mao, en 1956, el mismo año en que comenzó el ‘jamming’ contra las transmisiones extranjeras (<https://everydaylifeinmaoistchina.org/2016/12/17/villagers-near-beijing-listen-to-the-radio-in-1956>).



Ilustración de la VOA (Voz de América) sobre el jamming chino

Minorías y potencias

Además de chino mandarín y de las emisiones internacionales, el gobierno chino consideró muy importante transmitir en los **idiomas de las minorías para las distantes regiones provinciales**. Este servicio está a cargo de la principal emisora doméstica, la Estación Central de Radiodifusión del Pueblo (中央人民广播电台, *Zhōngyāng rénmin guǎngbò diàntái*), nombre que todavía conserva, aunque también es llamada hoy en inglés **CNR**.

Estos programas para minorías nacionales **emanaban de Beijing**, ya que aparentemente no bastaban los contenidos en tales lenguas que transmitían las propias **emisoras municipales y provinciales**: el PCCh buscaba una fuerte **centralización y control de su propaganda** en ese aspecto.

(China había invadido y anexo **Tibet** en 1950 y años después expulsó al **Dalai Lama**. Asimismo, en la provincia de **Xinjiang**, al extremo oeste del país, es donde tienen lugar persecuciones e internaciones de la etnia **uigur**, con torturas y “campos de reeducación”).

Los servicios para minorías se desarrollaron de la siguiente manera: **tibetano** (iniciado en 1950), **mongol** (interno, 1950), **coreano** (interno, 1956), **uigur** (1956), **zhuang** (1957) y **kasajo** (años 70) (idioma hablado también en Kazajstán, sin relación con los *cosacos* rusos).

Todos se mantienen hasta el día de hoy. Las transmisiones tenían hasta los 90 un par de horas por cada lengua, pero las de **tibetano** y **uigur** han evolucionado a **emisoras dedicadas** de 16 horas diarias, en parte por la competencia que ofrecían en estos idiomas desde el exterior la **VOA** o **Radio Free Asia**, ahora desactivadas.

Pese a ser operaciones internas, difunden no sólo en **AM** y *online* sino también en **onda corta**, para alcanzar a **zonas dispersas y rurales**, pero con **enorme potencia**: tanta que su señal aérea se **esparce por todo el mundo**.

(Por un raro fenómeno de la **direccionalidad de la antena entre Beijing** -transmisor Lingshi- y **Xinjiang**, la señal de **CNR-13**, el **servicio uigur**, llega justo a la zona de Montevideo, Buenos Aires y Temuco -Chile- en las noches, con claridad equivalente a una **emisora local**, pudiéndose sintonizar incluso con un pequeño receptor portátil que tenga onda corta, en 13700 y 15390 kHz.)

Esto evidencia que todavía se les asigna a estos servicios de minorías una **gran importancia propagandística interna**, aun cuando no tienen un equivalente en TV (sin considerar los canales locales).



*Poster del gobierno nacional chino colocado en el Tibet, cuyo texto era transmitido también por **CNR-11** servicio tibetano de la Estación Central de Radiodifusión del Pueblo.*

Dice en tibetano: “Ama la bandera nacional y canta el himno nacional.

Por favor habla el idioma nacional y escribe correctamente los caracteres”.

Tropas de Beijing ocuparon el Tibet en 1950

(Fuente: Blog ‘Döndrup Dorje’, reproducido en el sitio de la ONG Human Rights Watch).

China-Taiwán: más duelos de propaganda

La **guerra radial entre China y Taiwán** comenzó desde el mismo momento en que el país se dividió. Debe tenerse en cuenta que hasta los 90 los viajes e intercambios entre ambas orillas eran casi imposibles.

China consideraba muy importante **llegar a la población de la isla** liderada por el Guómíndǎng (tradicionalmente escrito como Kuomintang y abreviado KMT), el entonces partido nacionalista y que encabezó un **gobierno autoritario anticomunista** hasta los años 80.

Esto quedaba en evidencia cuando se constata que durante muchos años, mientras había apenas **dos emisoras nacionales internas** (más las locales), el gobierno del PCCh ya operaba **tres emisoras para Taiwán**.

Las **transmisiones a Taiwán** comenzaron en 1950 desde Shanghai. En 1954 el servicio se centralizó en Beijing con **dos emisoras**: una dedicada a “**noticias**” (**propaganda**) (La Voz de China, hoy CNR-5 Cross-Strait Radio) y la otra a la **música y dialectos** (La Voz de la Tierra Divina, hoy CNR-6).

Desde la capital continental usaban onda corta, pero en el estrecho de Taiwán se recurría a **repetidoras AM** que con el tiempo alcanzaron potencias exorbitantes (600, 1000 o 1200 kW), que mantienen hoy. (Las emisoras de AM más potentes de América Latina no usan más de 100 kW.)

La **tercera radiodifusora para Taiwán** apareció en 1958: la **Emisora del Frente del EPL en Fuzhou**, capital de la provincia de Fujian, operada por los militares, la cual tenía la propaganda más “dura”. En el futuro se desdoblará en varias programaciones.

Fujian está situada del otro lado del estrecho: tiene **lazos históricos con Taiwán** y de esa provincia provienen **muchos chinos asentados en Latinoamérica**, incluyendo la mayoría de actuales “*chinos supermercadistas*” de Buenos Aires, São Paulo, Panamá y otras zonas.

Taiwán, por su parte, tenía un esquema similar. La principal organización de radio era la **BCC**, una **empresa privada muy vinculada con el KMT y “contratada” por el gobierno** para prestar un servicio nacional. Entre sus obligaciones figuraba operar **dos emisoras para China** (transmisores AM muy potentes y con onda corta). (BCC es hoy una entidad comercial independiente en un entorno desregulado.)

Las radios taiwanesas para China usaban el antiguo nombre que tenía la radio del continente antes de Mao: **Estación Central de Radiodifusión** (sin el aditamento “*del Pueblo*” y abreviada CBS). Todas eran interferidas con *jamming*.

En la isla había también **emisoras policiales y militares** con programas internos y hacia China. Asimismo, la principal empresa radiodifusora privada-comercial de Taiwán (**Cheng Sheng Broadcasting**) tenía entre los 50 y los 80 una emisora que se dirigía al continente: **La Voz de la Rectitud** (正義之聲, Zhèngyì zhī shēng).

Era una peculiar estación que en realidad estaba subvencionada por el KMT, con contenidos que promovían una sincrética mezcla de **taoísmo, budismo, nacionalismo y anticomunismo**.

La propaganda radial entre ambas Chinas tuvo **niveles crudos y panfletarios**, pero sus efectos fueron limitados. Por años las emisoras incitaron a **desobedecer** y cometer **actos de sabotaje** a sus audiencias contra el gobierno del territorio opuesto.

Si bien cada parte consideraba al gobierno de la otra como **ilegítimo**, acordaron a **duras penas** el principio de **“una sola China”**. China se abstenía de invadir Taiwán (respaldada por Occidente) y Taiwán no se declararía formalmente independiente.

Mientras **China** en sus transmisiones oscilaba entre **conminar y persuadir a Taiwán** a reintegrarse a China, en algún momento se los **adoctrinaba** con la versión maoísta del marxismo; en otras ocasiones, se les hablaba amigablemente del continente como la tierra de sus **raíces y ancestros**. Diatribas contra el “imperialismo” y los Estados Unidos, eran frecuentes hasta fines de los 70.

Las radios taiwanesas, por su lado, **promovían rebelarse contra el PCCh** y exaltaban al **“glorioso KMT”**, lo que carecía de sentido para las nuevas generaciones crecidas bajo el régimen. No obstante, suministraban a la vez **noticias desconocidas** para la audiencia que padecía el **bloqueo informativo** del continente.

Pero el gran atractivo de las transmisiones de **Taiwán** era la **música y los radioteatros** censurados en China.

Desde Taipei y otros sitios las emisoras irradiaban sorpresivamente **“mensajes especiales”** (instrucciones numéricas) para **supuestos “agentes”** en el continente. Eran probablemente apócrifos; quizás “acción psicológica” para **causar inquietud** en el PCCh.

Por otra parte, existían las pequeñas islas **Kinmen** del estrecho de Taiwán que estaban controladas por el gobierno de Taipei y desde las cuales solo **había 5 o 6 kilómetros hasta la costa continental**.

El gobierno taiwanés montó en los años 60 unas **enormes torres de altoparlantes** en esas islas que transmitían **música y mensajes anticomunistas** para llegar a la costa continental —no por radio, sino por el aire mismo— a **volúmenes atronadores**.

No se contrató a locutores sino a **cantantes taiwanesas de voz expresiva y aguda** para grabar los mensajes, que se vociferaron hasta los años 70. Los altavoces de Kinmen están inactivos desde entonces; sus estructuras permanecen y hasta pueden funcionar.

El **gobierno chino hizo exactamente lo mismo, pero con mensajes pro maoístas**, desde las costas correspondientes en la provincia de Fujian, a cargo de **batallones del EPL**.

China llegó a tener en los 90 hasta **siete emisoras para Taiwán** (las nacionales, las de Fujian y otras en Shanghai y Nanjing). De manera simétrica, **Taiwán** operaba en esos años igualmente **siete radioemisoras para China** (solo contando las de BCC-CBS), incluso una que emitía en idiomas para las minorías tibetanas, uigures y mongoles.

Desde China o Taiwán, todas las emisoras operaban en AM con enormes potencias, así como también en onda corta. **China** intenta hasta hoy, asimismo, **llegar por FM** a la isla, aprovechando que las frecuencias de esa banda terminan en número par en el continente y en número impar en Taiwán.

A fines de los 80, en Taiwán, el **KMT** renunció a su monopolio del poder. En 1995 la oposición accedió por primera vez al gobierno (DPP, Partido Demócrata Progresista, según sus siglas en inglés). **Desde hace tres décadas la isla es una democracia multipartidaria**

considerada entre las más libres de Asia. El KMT y el DPP siguen siendo las principales fuerzas.

En la actualidad, **Taiwán ha reducido sus transmisiones a China** y sólo cuenta con una programación principal para el continente con un componente periodístico. Muy sintomáticamente, el servicio dejó de ser una división de la radio interna y se ha traspasado a **Radio Taiwán internacional**, la emisora global pública. Otra emisora taiwanesa, **Fu Hsing** (Ministerio de Defensa), tiene desde 1957 emisiones de onda corta para China. Hasta hoy, ambas son **fuertemente bloqueadas con jamming**.

En cambio, **China no ha disminuido sus emisiones** y continúa con más de media docena de estaciones para Taiwán. Desde Beijing, no obstante, la radio nacional ha aligerado bastante los contenidos para la isla.

Pero las emisoras militares de Fujian, operadas por la **Base (PsyOp) 311 del EPL en Fuzhou**, que dirige **La Voz del Estrecho** y la supuestamente privada **China Huayi Broadcasting** (lanzada en 1991) siguen emitiendo **propaganda**. Según el investigador de desinformación estadounidense Clint Watts, “*promueven el escepticismo y la desconfianza*” de la población de la isla hacia su gobierno.

El gobierno taiwanés, que no interfiere las emisiones de China —apenas lo hizo limitadamente en los años 50 y 60— acusó a la **Base 311** de emprender “**operaciones de desinformación** de largo alcance” en Facebook, particularmente para las elecciones de 2016 y 2018 en la isla.

Además, tanto la radio nacional de Beijing como las emisoras militares de Fujian redoblan la propaganda en los momentos de tensión en el estrecho: **los ejercicios militares** que buscan intimidar a Taiwán.

Tales ejercicios y sus correlatos comunicacionales —estos últimos muy variados en tono y mensajes— impulsan la idea de una “reunificación” forzosa, es decir de una **invasión china a Taiwán** y crean situaciones de **alarma** entre la población de la isla.

(Por momentos, dirigentes del DPP han hablado con cierta discreción de declarar formalmente la independencia taiwanesa, posición que no tiene el KMT, que suscribe el principio de ‘una sola China’.)

Los duelos de **propaganda apenas se trasladaron a la TV**. China abrió el canal satelital **Strait TV** en 2005, con sede en Fujian, con programas no solo para **Taiwán** sino también para Hong Kong. En la isla, solo podía ser recibido con parabólicas FTA (abiertas).

Pero, en general, **las señales televisivas de China o Taiwán no pueden verse recíprocamente** en los cables ni en las plataformas comerciales de cada jurisdicción opuesta (salvo, en Taiwán, algunos canales de Hong Kong).

En 2008, una compañía alimenticia taiwanesa —**Want Want**—, con **fuertes negocios con China continental**, adquirió el diario **China Times** y otros medios audiovisuales de Taiwán, que desde ese momento se convirtieron en un **grupo mediático con una postura muy favorable a Beijing** en la propia isla.

El titular de Want Want es **abiertamente prochino** y sus medios usan frecuentemente información de **Xinhua** y apenas cubrieron las protestas prodemocráticas en **Hong Kong**, ávidamente seguidas por los otros medios taiwaneses.

El caso constituye hasta hoy una anomalía en Taiwán, posibilitada por la amplia libertad de expresión en la isla. El conglomerado se ubica como el cuarto grupo taiwanés de medios.

Taiwán mantiene un modesto servicio global de radiodifusión, Radio Taiwán Internacional (ex La Voz de China Libre), inaugurado en los 50. Desde 1976 emite en español, primero por onda corta y hoy a través de audios y textos en la web. Además de chino y variantes de la isla, produce contenidos en inglés, español, francés, alemán, indonesio, japonés, coreano, ruso y thai.

La isla tiene una agencia internacional oficial de noticias, CNA, con noticias en inglés, chino, japonés e indonesio. El servicio en español cerró en 2021, aunque los textos en chino e inglés incluyen noticias sobre Taiwán y América Latina y pueden ser leídos con el traductor de Google.



Los altoparlantes de Kinmen (Taiwán), que transmitían proclamas anticomunistas a volúmenes ensordecedores hacia China en los años 60.

Hoy podrían ser el sueño de algún DJ de música techno-house (Departamento de Turismo de Kinmen).



La agencia de video CCTV+, dependiente de la televisión nacional china, transmite una conferencia de prensa de una vocera del Ministerio de Relaciones Exteriores (25.06.2024) en la que se deja constancia de la posición de Beijing.

La fuente enunciativa tituló el evento de la siguiente manera en YouTube: "las actividades separatistas y el sabotaje externo son los mayores desafíos a la paz en el estrecho [de Taiwán]" (captura de pantalla CCTV+).



El logo de BCC de Taiwán (izq), el servicio internacional Radio Taiwán International (RTI) (cen) o, como se llamaba antes, La Voz de China Libre (años 60) (aba).

Buenas y malas ondas

La actitud hacia los medios globales extranjeros en China **cambió tan pronto como Deng Xiaoping** se consolidó en el poder en **1978**. El nuevo líder chino acabó de inmediato con el *jamming* a la **VOA** y la **BBC**. Los contactos con el exterior y las relaciones con los Estados Unidos ahora se **veían de manera positiva**. Las autoridades recomendaban incluso sintonizar la emisora norteamericana **para aprender inglés**.

La situación continuó así hasta **Tiananmen**. Aun después, las relaciones con Occidente y los Estados Unidos **tuvieron altas y bajas**, con un saldo quizás aceptable por unas dos décadas.

Esto no impidió que los servicios en mandarín y cantonés de la **VOA** y la **BBC** fueran nuevamente **interferidos** desde 1989 (incluyendo al nuevo **programa tibetano** de la VOA lanzado en 1991), esta vez con un sistema de *jamming* más perfeccionado.

El nuevo método era la emisión de “**ruido blanco**”, es decir, el que cubre todas las audiofrecuencias que percibe el ser humano (similar al de una TV sintonizada en un canal vacío). También se usaba la emisión superpuesta de la radio nacional CNR-1.

En cambio, se salvaron del *jamming* la **Deutsche Welle (DW)** y **Radio France Internationale (RFI)**. Esta última había comenzado a transmitir en chino por primera vez en el mismo año de Tiananmen.

Radio Australia, con un popular servicio chino, solo fue interferida por unos meses en 1989, volviendo a ser interceptada en 2013 por cerca de un año. Como siempre, **Beijing siguió bloqueando sin tregua y hasta hoy a emisoras de Taiwán**, aun algunas en AM.

El *jamming* también afectó a **Radio Free Asia (RFA)** desde el primer día de sus emisiones en varios idiomas en 1996, incluyendo chino. La emisora era nominalmente una ONG privada en Washington compuesta mayormente por exiliados, pero subvencionada y supervisada por el gobierno norteamericano. El **Dalai Lama** inauguró el servicio tibetano.

En 2006 se implantó otro **nuevo tipo de jamming**, que fue llamado en Occidente **Firedragon**. Era una repetición continua de 12 temas folklóricos chinos interpretados con instrumentos de **cuerda y percusión estridentes** a través de una **portadora sobremodulada**, que **bloquea la emisión indeseada** o la torna ininteligible con bastante eficacia.

Uno de los temas de la secuencia, que **se mantiene desde sus inicios**, es “*Música del Príncipe de Qin rompiendo el frente enemigo*”, compuesto nada menos que hace 1400 años. El **Firedragon** no reemplazó completamente al uso del “ruido blanco” o la emisión superpuesta de la radio nacional CNR-1, que siguieron en funciones.

A veces, se combinaban los distintos tipos en una misma frecuencia para aumentar la efectividad del bloqueo. Si bien el *Firedragon* se utilizó contra los **targets** habituales del *jamming* chino, al parecer era más frecuentemente ejecutado **contra RFA y la VOA**.

A mediados de la década de 2010, la emisión musical del *Firedragon* **fue detectada en el satélite Chinasat 6B**, en un *transponder* que la radio nacional (CNR) emplea para distribuir sus programas a distintas ciudades, lo que evidencia que los transmisores terrestres de jamming son “alimentados” de la misma forma.

El uso del **Firedragon** ha disminuido desde alrededor de 2020 y, en cambio, se ha vuelto a escuchar otra vez como *jamming*, de forma preferente, la combinación de “**ruido blanco**” y **emisión superpuesta de CNR-1**.

De todas maneras, casi todos los servicios de **radio occidentales en mandarín y lenguas de China fueron suprimidos en los últimos años**. La **BBC** los concluyó en 2011 y fue siempre interferida. **DW** dejó de emitir en 2014 y **RFI** en 2015, pero continuaron “limpias” hasta su fin. **Radio Australia** cesó transmisiones en todos sus idiomas en 2017.

Todas estas emisoras lanzaron en reemplazo **páginas web con noticias** en texto, audios *on demand* y videos cortos en chino que continúan hasta hoy, complementadas por alguna presencia en redes sociales. Ya no había *jamming*, pero **ahora eran los sitios de Internet los que resultaban bloqueados**. Las transmisiones de Moscú cesaron en 2014.

RFA (chino, tibetano, cantonés y uigur, las dos primeras también emitidas en programas cortos de TV satelital) y la **VOA** (chino y tibetano, igualmente con una versión de TV satelital) fueron **interferidas sin interrupciones, pero finalizaron en 2025** con el corte dispuesto por Trump.

Solo quedó una **página mínima de RFA** con noticias de texto en chino y mensajes en redes, actividades desarrolladas en su carácter de ONG.

De esta manera, al día de hoy **el volumen de emisiones de radio y TV lineales en chino originadas fuera de China** y destinadas a China (o a Taiwán) con **contenidos periodísticos** es escaso.

Desde **Occidente** la principal excepción es la de **Radio France Internationale**, con un *streaming* de 24 horas en mandarín en Internet, sin emisión aérea.

También originados en Europa, por onda corta e Internet, están los limitados espacios en chino de **Radio Rumania Internacional** (30 minutos diarios), de **Radio Vaticana** (30 mins diarios y una misa dominical en chino) y de **Radio Exterior de España** (30 mins semanales, programa nuevo, instituido en 09.2025). Ninguna es bloqueada.

Siguen siendo importantes las emisiones de 24 horas en chino de la radio **Sound of Hope**, con lazos con el culto **Falun Gong**; se realizan desde transmisores en Taiwán pero se producen aparentemente en Estados Unidos (—ver, más adelante, el apartado **Epoch Times y Falun Gong**—). Son permanentemente interceptadas con *jamming*.

Otros programas son los de **India (AIR-Akashvani)**, que difunde en mandarín hacia China por onda corta. La señal es **todavía interferida por Beijing**, como lo son las transmisiones que la misma estación estatal de Nueva Delhi efectúa hacia el **Tibet** en el idioma local.

Los servicios internacionales **NHK de Japón** y **KBS de Corea del Sur**, así como los de ciertas **emisoras religiosas evangélicas de filiación norteamericana**, continúan con programas en chino en onda corta o Internet. No son afectadas por *jamming* ni bloqueos.

Hay un muy modesto servicio en chino de **Radiodifusión Argentina al Exterior** (—ver, más adelante, el apartado **RAE Argentina y su programa chino**—.)

Por otra parte, se siguen transmitiendo por satélite desde varios lugares de Asia **señales de TV paga de entretenimiento** en chino destinadas a cableoperadores del **sudeste asiático o Taiwán**. En ningún caso estas emisiones son interferidas por Beijing.

Por último, existen **radios y señales de TV étnicas** locales en chino para las comunidades de la **diáspora** en América del Norte, Europa, Australia y otros países. Muchas de estas emisoras, sorprendentemente, **trabajan en forma estrecha con Beijing**.



El último día del servicio tibetano de TV de la Voice of America (VOA) de Washington, antes del cierre de la emisora por Donald Trump y Elon Musk. La audiencia tibetana podía captarla a través de Internet o por satélite FTA, si conseguía eludir el bloqueo electrónico realizado en Beijing, Lhasa y otros lugares (captura de pantalla).

El nuevo milenio y la expansión de CRI

Durante medio siglo, **Radio Internacional de China (CRI)** llegó a sus audiencias casi exclusivamente a través de la onda corta, con la cual no todo el público estaba familiarizado.

A partir de fines de los 80 usó una estación retransmisora propia en **Malí** que le facilitó cubrir zonas de África, pero seguía siendo la misma tecnología, es decir, onda corta.

Al iniciarse el nuevo milenio, mientras la TV global de Beijing estaba aún en pañales, CRI comenzó además a usar **emisoras locales de AM o FM** en países que lo permitían. Esto le daba una mayor llegada a las zonas de destino de sus idiomas y programas.

Estas retransmisiones se realizaban por **terceras emisoras con espacios alquilados**, pero también por **repetidoras o emisoras *ad hoc* parcial o totalmente de CRI**.

Como hecho aislado, la emisora de AM **WUST** de Fairfax, un suburbio de **Washington DC** (1120 kHz), difundía desde 1993 **una hora de CRI en inglés**. Inaugurada en ese año como emprendimiento privado comercial (antes era un medio evangélico), **New World Radio** fue la primera estación multiétnica de la capital norteamericana.

Tenía programas para distintos sectores en etíope, vietnamita, coreano y *créole* haitiano —entre otros— y espacios de Radio France Internationale. La retransmisión de CRI no era un **programa para la comunidad china** sino que buscaba ofrecer la visión del gobierno de Beijing en la zona de Washington DC.

A diferencia de lo que ocurrirá más adelante, la inclusión de CRI en WUST parece haber sido una **iniciativa espontánea de la radiodifusora étnica** y no parte de un plan diseñado desde Beijing, como el que se desarrollará en la misma zona de Washington y a través de **otra emisora alquilada** —de la misma compañía—, años más tarde.

En **Panamá**, desde 1996 **China Visión** era un programa en chino en radios AM. En 2001 se convirtió en una **emisora autónoma** (AM 1180). Si bien de capitales locales, **CRI** compró tiempo en el medio para retransmitir programas en chino y español.

Por entonces **Radio Internacional de China** inició una **extensa presencia en Europa** en la radio AM, tomando en alquiler, con fondos propios, transmisores superpotentes (generalmente de 500-1000 kW) que **se oían por todo el continente**.

Las emisoras nacionales y comerciales europeas prefirieron concentrarse a partir de este milenio en la **FM** o en la nueva radio digital aérea (**DAB**) que surgía en algunos países (sin equivalente aún hoy en América Latina ni en Estados Unidos).

CRI arrendó espacios en **Radio Luxemburgo** (grupo germano Bertelsmann, AM 1440) (2002-2015) (inglés, francés y alemán) y dos transmisores de **Radio Nacional de Albania** (AM 1215 y 1458) (2003-2015) (inglés, albanés, esperanto, rumano, serbio, búlgaro, italiano, húngaro, polaco y checo).

Estos últimos eran los mismos equipos que había instalado China en 1969 para el ultracerrado régimen comunista albanés de **Enver Hoxha**, que se peleó con la URSS y luego también con China, quedándose solo en el mundo: ahora Beijing volvía acceder a ellos ya en democracia.

Otras emisoras alquiladas eran **Baltic Waves International** de Lituania (privada comercial, AM 1386) (2003-2009) (ruso, polaco, inglés y chino) y **Radio Monte Carlo** (RMC, grupo Alain Weill, AM 703, en Mónaco) (2007-2015) (francés e italiano). Adicionalmente, se tomó en arriendo un transmisor en Finlandia que había abandonado la radio pública (2008-2018) a través de la compañía **GBTimes**, de la que se hablará más adelante.

Con esta red **CRI cubría ahora casi toda Europa en la banda de AM**: cualquier oyente con una **radio común** podía acceder a sus señales.

Por otro lado, CRI estableció una serie de **repetidoras propias en FM en varios países** (sin programación elaborada localmente), **en especial de África y Asia**.

La primera de África se inauguró en **Nairobi** (FM 91.9) (2006) —y luego otra en Mombasa— y reproducían los programas en inglés, swahili y chino para Kenia. Esta repetidora había sido precedida en 2002 por la colocación de programas de CRI en la radio estatal de la nación africana, en swahili e inglés.

En Níger, CRI inauguró en 2007 otra repetidora en su capital, **Niamey** (FM 106), que en este caso retransmitía los servicios en francés y hausa. Asimismo, habilitó una repetidora más en **Monrovia**, Liberia (FM 104.7) (2008) (inglés) en el marco de un proyecto chino de asistencia para reequipar la radio nacional de ese país.

Poco después se instaló una red de repetidoras, más extensa, en el resto de naciones francófonas africanas: varias ciudades adicionales de Níger (2010); **Nouakchott**, Mauritania (FM 95.7) (2010); **Dakar** y otras localidades en Senegal (FM 102.9) (2010).

También en **Bangui**, República Centroafricana (FM 97.6) (2011) —18 horas diarias solo en francés—; **Brazzaville**, Congo (FM 90.1) (2011) —que llega a la ciudad vecina de **Kinshasa**, en el otro Congo—, **Bujumbura**, Burundi (FM 89.2) (2011), **Moroni**, islas Comoro (FM 94.9) (2011) y **Djibutí** (FM 99.8) (2011). En este último lugar, el EPL inauguró en 2017 la primera base militar china en el extranjero.

En Asia la primera repetidora de CRI se instaló en Laos en 2006, en su capital **Vientiane** (FM 93), con la presencia del presidente local y el de China, entonces **Hu Hintao**, que visitaba el país. Las emisiones eran por 12 horas en inglés, laosiano y chino. La segunda se habilitó en **Darhan**, Mongolia (FM 103.7) en ese mismo año (mongol, ruso, chino e inglés).

Un caso atípico fue la asociación en 2008 con la radio nacional de Camboya. En **Phnom Penh** se abrió la **China-Cambodia Friendship Radio** (FM 96.5) que retransmite las emisiones de CRI en khmer (camboyano), inglés y chino y —desde 2011— realiza programas propios desde un estudio local por unas ocho horas diarias.

No se descartaba tampoco la **compra de espacios en emisoras establecidas**. Desde 2007 el programa de CRI desde Beijing en el idioma de Nepal era retransmitido en **Katmandú**, 3-6 horas por día, por la emisora **Maitri FM** (99.4).

Para 2010 CRI salía un par de horas en tamil en **Colombo**, Sri Lanka por la señal de la **SLBC** (radio nacional) (FM 102.1), pero luego tuvo una **repetidora propia** y a tiempo completo en FM 97.9.

El servicio en inglés de CRI se había potenciado en 2007 con la iniciación de **tres streaming de audio** en tiempo real para **América** (Washington), **Europa** (Londres) y **Oceanía-Pacífico** (Sydney), que reproducían la señal global de onda corta y a los que se

agregaban algunos programas locales insertados, también producidos por CRI. Estos sitios fueron luego **fusionados y finalmente integrados** en el de **CGTN Radio**.

El mismo año, la transmisión en inglés llegaba a un microestado del Pacífico, con una repetidora local a tiempo completo en **Vanuatu** (FM 103.7).

En **Sudamérica**, a partir de 2009 **Súper Radio FM, Brasilia** (FM 89.9) y **Radio Guaíba, Porto Alegre** (AM 720 kHz), ambas en **Brasil**, comenzaron a transmitir un boletín de noticias de 5 minutos elaborado por CRI en portugués. Se trataba de dos emisoras vinculadas a cultos religiosos.

La primera es del grupo **Legião da Boa Vontade**, una ONG de beneficencia con perspectiva “religiosa ecuménica”.

Guaíba, una histórica radiodifusora comercial riograndense generalista y de “buena música” pero con problemas económicos, había sido adquirida en 2007 por el Grupo Record, de la **Igreja Universal do Reino de Deus**, los famosos “telepastores”. Sin embargo, se le mantuvo un formato laico.

Era la primera vez que este tipo de retransmisión por emisoras locales se hacía en **Brasil** y las segundas en **América Latina** después de las realizadas en Panamá. Tampoco resulta claro si en el caso brasileño eran **espacios contratados por China** o decisiones de programación de las emisoras, pero alrededor de mediados de la década ya **habían cesado**.

Como se verá más adelante, para retransmisiones de CRI en portugués más prolongadas se utilizaron a partir de 2016 otras emisoras en **Rio de Janeiro** y **São Paulo** (Radio Manchete y Radio Mundial), aunque solo por un par de años. Asimismo, entre 2010 y 2018 se alquilaron espacios para retransmitir programas de CRI en español en Tijuana y la capital mexicana.



Radio Monte Carlo —la de Mónaco— y Radio Luxemburgo, arquetipos históricos de emisoras comerciales de proyección regional en Europa: fueron alquiladas por Radio Internacional de China para ubicar sus programas.

Pensamiento global con actuación local

Después de los Juegos Olímpicos de 2008 —que reavivaron las críticas internacionales sobre el Tíbet o los derechos humanos—, Beijing pareció tomar la decisión política de desarrollar una **red global de radio basada en emisoras locales** en distintos países (no ya simples repetidoras) y que pudiera **controlar en forma propietaria**.

Esto tuvo lugar en la misma **Europa, América del Norte y Oceanía**; con un *approach* algo diferenciado en **África y Asia**.

Por alguna razón, esa estrategia apenas se siguió en **América Latina**, pese a que es una zona del mundo con multitud de pequeñas o medianas emisoras radiales privadas a las que es fácil acceder. **China Visión (Panamá)** y un par de **operaciones muy limitadas en México y Brasil** quedaron como casos aislados, si bien eran alquileres.

En cuanto a las redes de emisoras en el **mundo occidental desarrollado**, éstas tendrían como cabeza visible a algún **empresario local** (generalmente de origen chino) pero una **participación mayoritaria de CRI, más o menos encubierta**.

La finalidad de tales emisoras pasaba por difundir contenidos (programas, *podcasts* o textos en la web) pro Beijing en el **idioma local** o, en menos casos, también para la **comunidad china local**. En este esquema, al mismo tiempo, se continuarían las **retransmisiones de CRI**.

El mensaje, más allá de ajustes o variantes en cada país, medio o circunstancia, seguiría siendo **mostrar lo positivo de China**: negocios, cultura o tecnología. A la vez, **silenciar, eludir** o en casos extremos **responder** los temas polémicos: represión, censura o tensiones con Taiwán.

Fue una investigación de **Reuters** de 2015, con **repercusión mundial**, la que puso en el tapete estos casos de **penetración encubierta** o no publicitada de CRI a través de la propiedad de estas redes de radio.

En **Europa**, **Zhao Yinong**, un chino residente en Finlandia, fundó la empresa **GBTimes** pero en la cual **CRI participaba en un 60%**. En 2008 tomó en alquiler el **único transmisor potente de AM del país**, que la radio nacional finesa había dejado de usar, y comenzó a retransmitir programas de CRI desde Beijing en ruso, polaco, checo y alemán; después en inglés y francés.

Como novedad inició en 2009 la **producción local de programas**, con el nombre de **Radio 86**, con contenido chino, en **finés, estonio y lituano**; luego en **noruego, danés, islandés y holandés**: todos estos eran idiomas en los que CRI no emitía.

Además, entre 2009-2011 **GBTimes** alquiló la operación de varias emisoras, en las **que colocaba programas de CRI** en los idiomas nacionales correspondientes a la vez que se producía **contenido local** favorable a China.

Tales emisoras eran **Radio Globale** (Roma y Milán) (FM 89.8/89.5), **Radio Tananana** (Bucarest) (FM 92.7), **Radyo Mega** (Estambul) (FM 101.8), **Radio Tri** (Belgrado) (FM 95.8), **Urban Fm** (Skopje, **Macedonia del Norte**) (FM 90.8), **Jako FM** (Tbilisi, **Georgia**) (FM 96.3) y **Klasszik Radio** (Budapest) (FM 92.1).

La emisora húngara siguió con su formato de música clásica, pero ahora alternando con **programas de CRI**; el periodista Szabolcs Panyi recuerda que en una ocasión interrumpió

sorpresivamente un **tema de Bach** para colocar **música china** y comentarios en húngaro con acento asiático. Lo que ocurrió es que querían “mostrarle” a un funcionario chino, de visita en el país, que **China tenía programación en Budapest**.

En **Londres**, la emisora de **AM Spectrum 558** —usada para producciones étnicas independientes en idiomas— fue alquilada por algunas horas a partir de 2008 por **GBTimes** para retransmitir **programas de CRI desde Beijing**, en inglés y chino.

Pero además la empresa chinofinesa se asociaría con la emisora multilingüe británica para lanzar en 2016, en el sistema DAB (radio digital), otra estación separada: **Sino Spectrum**, con emisiones localmente producidas en inglés destinadas a “*acercar China a Londres*”, siempre con imágenes positivas.

En **París**, **GBTimes** lanzó en 2015 la emisora **LCF (La Chine en Français)** (DAB 204.640 MHz), con su extenso slogan inicial: “*l'unique radio qui s'adresse aux francophones pour leur parler de la Chine et des relations franco-chinoises*” (la única emisora de radio que habla a los francófonos sobre China y las relaciones franco-chinas).

LCF tenía **programas locales en francés y retransmisiones de CRI** en ese idioma. Previamente, desde 2012 había logrado colocar algunos programas en la importante emisora **BFM Business** (del grupo RMC).

La gran expansión de **GBTimes** tuvo su **primer freno en 2013**. Desde el año anterior alquilaba tiempo en la red radial **Nova, de Dinamarca** (FM 91.4) y producía programación pro china en danés sin especificar su origen. El regulador local prohibió la continuación de los programas por no advertirse que se trataba de **espacios pagados**.

Un caso especial estuvo dado por la emisora **Radio Iris de Lisboa** (FM 91.4) —no rastreada en el informe de Reuters—, que fue alquilada por **GBTimes**, pero desde 2013 adquirida en parte y dos años después completamente por Zhang Liang, propietario del diario chino de Portugal **Pu Hua Bao** (fundado en 1999).

Zhang creó una compañía llamada **Iberia Universal Ltda.** que también alquiló espacio en dos emisoras de **Brasil** a partir de 2016 para retransmitir CRI en portugués por dos horas: **Radio Manchete, Rio de Janeiro** (AM 760) y **Radio Mundial, Sao Paulo** (AM 660), dos emisoras de segunda línea con problemas económicos.

Fuera de las actividades de **GBTimes** y las de Zhang, en 2011 se realizó un acuerdo con la privada **Radio Impuls** (FM 106.5), de Jerevan, **Armenia** por el cual se comenzó a producir localmente programas pro chinos en el idioma del país (CRI no emitía en armenio desde Beijing).

La estación armenia era la **única radio periodística en el país y alquilaba espacios para otras emisoras internacionales**, como la BBC, Radio Canadá Internacional y Radio Mayak (Rusia), pero en esos casos se trataba solo de **retransmisiones**. Los programas de CRI en armenio elaborados en los estudios de la emisora **parecen haber cesado hacia 2020**.

Por otro lado, China habilitó en 2013 en **Albania**, una estación propia y en FM, que producía localmente sus programas, **Radio Ejani**, en Tirana (FM 106), y dejó de emplear los imponentes, pero obsoletos equipos de alta potencia de AM del país donados por Mao.

En **Madrid**, CRI pudo ser escuchada en español en FM 92.9, en retransmisiones de un par de horas diarias (2014-2018) por **Radio Internacional de España**, un emprendimiento de

un ciudadano chino que posteriormente abrirá una radioemisora para la diáspora local solamente con contenidos en mandarín.

En los **Estados Unidos**, el organizador de la red de CRI fue el empresario **James Su**, originario de China continental y que se mudó a la costa oeste norteamericana en 1989.

Creció en el negocio inmobiliario y en 1996 adquirió la emisora **KWRM** de Los Angeles (AM 1370), que comenzó a transmitir programación en mandarín y otros idiomas, en ese momento sin involucramiento de China, con contenidos que se dirigían tanto a **chinos como taiwaneses** expatriados.

KWRM fue el primer eslabón de un grupo de medios chinos de **Su**, nucleados en el holding **EDI Media, Inc.**

En 2009, **Su y CRI (con un 60%)** crearon la empresa **G&E Studio**, que desde entonces alquiló espacios en **las propias emisoras de Su (EDI Media)** o en otras de Estados Unidos para difundir gran parte del tiempo **CRI**. KWRM redujo sus programas locales y comenzó a retransmitir CRI en inglés y en chino.

La red de G&E estaba integrada también por la nueva emisora **WCRW** (AM 1190, ex WAGE) cerca de **Washington** —de la misma compañía que operaba la antes mencionada radio WUST—, la cual salió al aire con la máxima potencia permitida en AM en los Estados Unidos: 50 kW.

Desde 2011 **WCRW** emitía todo el día los programas de CRI en inglés y chino a pocas millas de la Casa Blanca. **G&E** hizo lo propio en una emisora igualmente vinculada con WUST: **WNWR** de **Filadelfia**.

A lo largo de 2010-2013, **G&E** sumó a esta red varias emisoras: **KCFJ/KCNO** (Alturas, norte de California) (AM 570/FM 94.5), **WJTP Atlanta** (AM 890), **KULF/KYND Houston** (AM 1090/1520), **KTXV Dallas** (AM 890), **KGBC Galveston** (Texas) (AM 1540), **KSFN San Francisco** (AM 1510), **WILD Boston** (AM 1090), **KADD Las Vegas** (FM 93.5), **KXPB Portland** (AM 1040), **KDYL Salt Lake City** (AM 1060), **KUPA Honolulu** (Hawaii) (AM 1370), así como **CHMB**, una estación de **Vancouver, Canadá** (AM 1320).

Además, **G&E** realizó al menos un programa de TV en inglés, como *East to West*. El espacio, de carácter periodístico, se transmitía por la señal **iCityTV**, de propiedad de Su (EDI Media), inaugurada en 2013, en plena asociación con CRI.

Sin que los televidentes supieran, era el mismo gobierno chino tras bambalinas que en este programa proponía (o convalidaba) temas tales como “la relación entre China y Estados Unidos”, “aprendamos de la Guerra de Iraq” o “derechos humanos”, así como los correspondientes entrevistados.

En **Australia**, mientras tanto, el empresario **Tommy Jiang** (Zhao Quing Jiang), exmiembro de la juventud comunista china y emigrado en los 90, formaba la empresa **CAMG Media Group** (como en los casos anteriores de GBTimes y G&E, con un 60% de capital de CRI).

Jiang había prosperado en algunos negocios y desde 1999 adquirió la emisora **3CW** (AM 1341 y a la que luego sumó la FM 97.4) en **Melbourne** y que pasó a transmitir en chino programación para inmigrantes locales. En ese momento, aparentemente, la operación no tenía involucramiento de Beijing.

A partir de 2007 Jian comenzó a adquirir o tomar en alquiler emisoras para **retransmitir durante la mayor parte del tiempo CRI** o emitir programas locales pro Beijing. Ese año se lanzaron las dos primeras frecuencias en **Perth**: 104.9 (CRI en chino) y 90.5 (CRI en inglés).

En 2009, se habilitó **FM 88 de Canberra**, donde llegó a concurrir el titular de CRI y el embajador chino. En 2011 la emisora de **Melbourne 3CW** comenzó a sumarle a los programas locales los contenidos en chino de CRI.

En ambas ciudades **CAMG** habilitó en ese año **dos nuevas frecuencias de AM de baja potencia** para reproducir la transmisión de CRI en inglés: 1647 kHz en la **capital australiana** y 1620 kHz en **Melbourne**. A la vez, CRI anunció que había inaugurado un **estudio propio** en esa última ciudad.

La red comprendía también dos radios en **Auckland (Nueva Zelanda)**: FM 90.6 y 104.2, las que emitían programas en chino e inglés de CRI.

Fuera de Australia, **CAMG** incursionó en varios lugares de **Asia**: **Bangkok, Tailandia** (desde 2012 asociada con Like FM 103), **Katmandú, Nepal** (se asoció en 2012 con la emisora local Capital FM 92.4 y cesó la relación con otra emisora), **Ulan Bator, Mongolia** (asociada a partir de 2015 con Evseg Mongolia, FM 91.7)

En todos los casos asiáticos anteriores, se producía **programación local con temática china** y se retransmitían los programas de CRI en los idiomas nacionales correspondientes. En **Nepal CRI abrió incluso un estudio propio**.

Una incursión separada en **América** tuvo lugar cuando en 2010 la propia CRI alquiló en forma directa el segmento nocturno (18 a 6 horas) de **XERCN Radio Hispana (AM 1470)** de **Tijuana, México**, de la cadena **RASA**, para emitir su programación en español desde Beijing para el norte de México y el sur de California.

En 2014 e igualmente en forma directa, CRI arrendó tiempo para colocar además dos horas diarias de su programa en español a través de **XEOC Radio Chapultepec (AM 560)**, una estación independiente pequeña de **Ciudad de México** que tercerizaba sus espacios.

Esta retransmisión de CRI se trasladó en 2016 a otra emisora de la capital azteca, que en este caso era también de **RASA**, **XENK Radio 6-20**.



Las empresas controladas mayoritariamente por CRI en alianza con empresarios locales de herencia o nacionalidad china en Europa, Australia y Estados Unidos, respectivamente: GBTimes (cuenta de LinkedIn). CAMG (X), G&E (YouTube). Todas las cuentas dejaron de estar activas hacia 2018.



En los Estados Unidos, G&E producía además desde 2016 el programa periodístico en inglés ‘From East to West’, conducido por Jack Zhao, a través de la señal iCity TV. Dejó de transmitirse en 2020, poco después de las revelaciones de la alianza de James Su con CRI, aunque el empresario chino estadounidense siguió operando iCityTV y sus otros medios a través de su empresa preexistente EDI Media.

Sin que los televidentes supieran, era el mismo gobierno chino tras bambalinas que en este programa proponía (o convalidaba) temas tales como “la relación entre China y Estados Unidos”, “aprendamos de la Guerra de Iraq” o “derechos humanos”, así como los correspondientes entrevistados.

CRI: traspiés, reconversión y situación actual de las retransmisiones

Las repetidoras de CRI y redes locales de radio de China armadas al principio de este milenio en todo el mundo registraron un proceso de reconversión.

En algunos casos por razones de **desactualización de tecnología**: casi todos los transmisores de AM superpotentes usados en Europa fueron cerrados para 2016 (excepto el lituano, que siguió con otros contenidos, y el finés, que cesó en 2018).

Pero en otros casos, Beijing no **sopesó adecuadamente la reacción** que en **Europa, Estados Unidos o Australia** iba a provocar una red de emisoras locales en sus **propios territorios**, operada en forma casi directa por el mismo **gobierno chino**, cuyo carácter se mantenía en forma relativamente encubierta y que además emitía programas con criterio de **propaganda** elaborados en Beijing,

Denuncias periodísticas e investigaciones de gobiernos sobre estas emisoras comenzaron a multiplicarse, con la consiguiente **repercusión pública**. En Finlandia **Zhao Yinong** dijo que “*no sabía por qué*” Beijing se retiró de sus inversiones en el país y en **Europa** y dejó de pagarle sus servicios. La compañía que había formado con CRI, **GBTimes**, fue disuelta. Todas las actividades de **Radio 86** y de CRI desde Finlandia cesaron en 2018.

Las emisoras que **GBTimes** manejaba en el resto del continente fueron **cerradas, vendidas** o bien regresaron a sus **dueños y formatos originales**, ya sin relación con China, alrededor de 2018-2019, excepto en un par de casos.

LCF en París, por ejemplo, con programas locales y retransmisiones de CRI, cesó en 2019, pero sus **redes sociales estuvieron activas hasta 2023**, posteando videos de **Mandarin TV**. En **Turquía**, en cambio, tras el retiro de GBTimes se abrió una radio local prochina aparentemente operada todavía en forma directa por la propia CRI.

Zhao fue condenado en 2023 en Finlandia a **dos años de prisión** por “**fraude fiscal agravado**”.

A **Tommy Jiang** no le fue mucho mejor en **Australia**. También comenzó a deshacerse de emisoras hacia 2018. Ya un año antes el *Sydney Morning Herald* lo llamaba “el principal

propagandista de China” y alertaba que estaba procurando “**docenas**” de nuevas **licencias** de radio. En este caso, Jiang quizás se expandió a un grado insustentable y que no fue secundado por Beijing.

Al igual que en los Estados Unidos, había en Australia **varias emisoras chinas locales independientes** que buscaban atender a sus audiencias y no bajar línea política pro Beijing; por esta razón Jiang **tampoco era bien visto** por sus colegas radiodifusores.

Lo peor es que Jiang comenzó a ser **investigado por sus aportes políticos**: no sin razón se los veía como una suerte de intervención china. Sus donaciones eran al principio a los dos partidos principales, pero al final se identificó como adherente del Partido Liberal (centroderecha). Esto no lo salvó de **multas millonarias** por irregularidades en 2021

Su pequeño imperio mediático étnico de **ocho emisoras de radio en chino e inglés**, 11 periódicos chinos y canales de televisión en línea **quebró en 2021**, jaqueado por reclamos de acreedores. El procurador general informó que ese mismo año CRI había “terminado su involucramiento” con **CAMG Media**, la firma en sociedad con Jiang.

Todas las emisoras asiáticas de CAMG fueron igualmente cerradas o vendidas en 2019 a otros propietarios. Por ejemplo, la frecuencia de **Like FM** (103 MHz), en Bangkok, pasó ser ocupada por la emisora del Ejército Real Tailandés **JS2**.

James Su, en los Estados Unidos también comenzó a tener problemas. Debido a la ley FARA que regula los *lobbies* extranjeros, tanto los medios globales chinos como la empresa **comenzaron ser investigados**.

A partir de 2016 puso en venta algunas de sus emisoras o discontinuó los arrendamientos. Dos años después, todas estas operaciones se habían vendido o cerrado —como había ocurrido en Europa o Australia— y Su quedó operando solamente **KWRN**, que volvió a su programación local en chino, así como un par de otras emisoras radiales y la señal **iCitiTV** (—ver, más adelante, el apartado **Estados Unidos: la más importante industria de contenidos étnicos chinos**—).

WCRW, la emisora que la compañía de Su y CRI tomaba en alquiler en el área de Washington, así como WUST, fueron **vendidas a principios de 2019** a una nueva empresa: Potomac Radio Group, que ya contaba con otras estaciones en la zona.

WCRW continuó retransmitiendo CRI hasta 2021 y luego fue vendida a otro grupo. Solamente en los últimos tres años de administración de Potomac, según debió revelar la compañía por aplicación de la ley FARA, CRI había pagado la abultada suma de 4 millones de dólares para realizar tales retransmisiones.

En Portugal, el grupo relacionado con la empresa **Iberia Universal Ltda.**, posiblemente por el **cese de pagos de Beijing** de acuerdo a la nueva estrategia de los medios globales, vendió en 2019 la emisora portuguesa. Al año siguiente finalizaron las retransmisiones de CRI en las **dos radios de Brasil**. Desde entonces, CRI solo pasó a emitir en portugués por onda corta desde China “**rellenos**” de música.

Hubo algunas excepciones al retiro generalizado del viejo continente. En **Estambul**, la parte europea de Turquía, del alquiler de **Radio Mega** se pasó en 2019 a una emisora específica de 24 horas con programación local prochina en turco, con el nombre CRI Turk y luego **CGTN Turk** (FM 101.4).

Aún hoy es dirigida por el anterior administrador de GBTimes en Turquía, el locutor y académico **Michael Kuyucu**. La transmisión de onda corta desde Beijing reproduce en parte la señal de esta emisora.

Hay otros casos inusuales en Europa. En **Albania**, China sigue controlando en la actualidad **Radio Ejani** (retransmitida por CRI), mientras en la **República Checa** se recurrió a una metodología muy particular, documentada por la investigadora Ivana Karásková.

En **Radio Hey**, una red comercial de alcance nacional con formato de rock y en **Radio Color**, que se presentaba como “*una de las últimas emisoras independientes*” se difundió desde 2019 un programa de 30 minutos de lunes a sábado llamado **Barevný svět** (Mundo colorido).

Como otros espacios, se buscaba llegar a los oyentes con la **cultura, historia y el idioma chino** sin incursionar en temas políticos. Pero se mencionaba en forma incidental la “**misión civilizadora**” de China en el Tibet o la condición de Taiwán como “parte de China”.

El programa estaba preparado con un **guión** y los locutores locales debían luchar para corregir **errores gramaticales**. Las radiodifusoras checas en ningún momento comunicaban que se trataba de espacios **coproducidos con CRI** y cuando se las consultó al respecto **lo negaron enfáticamente**.

Sin embargo, en el sitio de Internet y en la transmisión en checo por onda corta de CRI había **grabaciones del espacio que efectivamente lo presentaban como “una coproducción”** de CRI con Radio Hey y con otra compañía local (de un sinólogo con previos lazos con CRI). El programa dejó de ser emitido en 2023.

Para esta época podía haber otros casos en Europa Central/Oriental, ya que el analista Stefan Vladisavleji dijo en 2023 que **programas similares de CRI** se transmitían en **Serbia** en la estación local **Radio WTF (Welcome to Fun)** de Belgrado, la que como su nombre lo indica es una emisora irreverente **destinada a la juventud**.

Señalaba el analista que tales programas siempre “*mantienen un tono positivo hacia China*”. Dado que consisten mayormente en música *pop dance-electrónica*, el **contenido hablado prochino** acentúa lo **extemporáneo de la transmisión**.

En **México**, las retransmisiones en español de CRI a través de XERCN, Tijuana, terminaron en 2017. Al año siguiente fueron sustituidas por programación china étnica dirigida al sur de California desde la emisora XEWW de la misma zona, alquilada por la compañía hongkonesa **Phoenix** (—ver, más adelante, el apartado **La TV satelital: el ave Phoenix que devoró el PCCh—**).

Las retransmisiones de AM en la capital mexicana a través de XENK Radio 6-20 **dejaron de hacerse en 2018**.

En el **mundo desarrollado y en América Latina**, la estrategia pasaba a ser el impulso de **señales propias de la TV global multilingüe** (generada en Beijing pero con segmentos producidos localmente por China en Estados Unidos o Europa) o bien la “**colocación**” y **coproducciones de contenidos** —textos o audiovisuales— en medios generales de cada país y en ocasiones con cierto nivel de producción local, en la mayoría de los casos mediando **importantes pagos**.

A esta estrategia se sumó el impulso, cooptación y a veces la compra de **medios locales de la diáspora china**, aunque la tarea estuvo mayormente a cargo de la agencia CNS y rara vez se llevó a cargo de los medios audiovisuales globales.

Estos dos andariveles estratégicos se siguen igualmente en el resto del mundo, pero en África y Asia, donde no hubo mayores **denuncias o reclamos al estilo de las naciones desarrolladas**, CRI y otros medios globales chinos continuaron expandiéndose con una metodología diferenciada.

Las **repetidoras** locales de propiedad de CRI en África evolucionaron en la mayoría de los casos a **emisoras con programación propia**.

Desde 2012, en coincidencia con la apertura de un importante centro de producción china en **Nairobi**, las emisiones de **CRI en inglés que emanan de Beijing** incluyeron segmentos preparados desde esa ciudad con temas africanos.

A su vez, la señal en Kenia, tanto en **inglés como swahili**, es **localmente producida** a partir de ese año, ahora con la denominación **CGTN Radio**. Los espacios en **inglés** siguen emitiéndose en Liberia. A todas las señales se accede desde entonces, además de FM, a través de un *streaming* por Internet.

También desde esa época y hasta hoy, la transmisión de **CRI en francés** se origina en parte desde un estudio en **París** (usado asimismo para la TV) y en parte desde **Beijing**, pero en varias de las naciones africanas francófonas con repetidoras (Dakar, Bangui, Niamey) esta señal es mezclada con **programación localmente producida**.

No se han instalado nuevas emisoras o repetidoras de FM desde 2012 para el servicio africano inglés o francés (o ningún otro idioma empleado en el continente) si bien todas las habilitadas hasta ese año **continúan operando**.

En Nigeria no hay repetidoras de CRI, pero el servicio en **inglés y hausa** es muy popular y se accede a él por onda corta o Internet. CRI ha comenzado a brindar contenidos en **yoruba** e **igbo** para ese país.

A diferencia del África subsahariana, en la región que conforman el **mundo árabe e Irán**, CRI no ha tenido mucho éxito en penetrar, por una combinación de factores. Entre otros, **sistemas de radiodifusión muy controlados o limitada influencia china**.

Sin embargo, algunos estados árabes del **Golfo Pérsico** han desarrollado cierta afinidad con China por su orientación común a los negocios.

En simultáneo a la visita de Xi Jinping en 2018 se lanzó la emisora digital en chino **Dubai Dragon** (*Dībài lóng zhī shēng*), una asociación entre Arabian Radio Network (ARN), el principal grupo radial privado de los **Emiratos Árabes**, una promotora inmobiliaria y el gobierno local, sin precisarse hasta qué punto hay participación de China.

En Asia, incluyendo el Medio Oriente, se siguió usando el sistema de repetidoras, pero se desarrollaron varias **emisoras locales** en asociación con entes audiovisuales públicos y a veces con radio privadas.

En Sri Lanka, desde 2015 CRI posee una repetidora de tiempo completo en **Colombo** (97.9) cuya torre de transmisión está en el sitio de la radio estatal y que continúa hasta hoy reproduciendo las emisiones en sinhala, tamil e inglés. En Bangladesh se instaló otra

repetidora de CRI en su capital **Dhaka** (FM 102), que retransmite hasta la actualidad el servicio en bengalí e inglés.

En **Pakistán** se lanzó en 2016 la emisora **Channel Dosti** (FM 98) en Islamabad, Karachi y Lahore, la cual produce algunos programas locales y retransmite el servicio de CRI en urdu desde Beijing; también subsiste hasta la actualidad. La radio estatal del país es un asociado minoritario.

Todas estas **naciones surasiáticas** han desarrollado una excelente relación con **China** en parte para compensar la influencia de la vecina **India**. La relación entre **Beijing y Nueva Delhi**, en cambio, ha estado sujeta a desconfianzas por varios asuntos (Tibet, problemas limítrofes, rivalidad regional y apoyo chino a grupos separatistas).

En la **India** no hay retransmisiones de CRI, pero sí se reciben sus programas en onda corta y, a la vez, por intermedio de poderosos equipos transmisores limítrofes de AM que funcionan desde China.

Informaciones de la agencia PTI de 2013 daban cuenta que CRI estaba en conversaciones con **estaciones locales de FM en la ciudad de Chennai** (sur de la India) para realizar retransmisiones de su servicio en tamil, que es muy popular en esa parte del país. Al parecer, no se llegó a nada concreto.

En **Nepal** CRI hizo inversiones cuantiosas, de acuerdo al centro de estudios CESIF, para equipar la emisora **Capital FM** y le permitió lanzar un **canal de TV abierta** con contenidos pro Beijing. El país es una democracia en la cual un **partido comunista maoísta** ha estado en el gobierno y es una importante fuerza política. Tiene una **buena relación con China**, aunque procura mantenerla al mismo tiempo con **India**.

El titular de Capital FM, un **radiodifusor local con fuertes lazos con China**, se retiró del medio y fundó en 2022 un nuevo grupo (**Ray Media**) con **TV y portales online**. Ambos grupos subsistieron y continuaron emitiendo contenido en la línea de Beijing.

El último gobierno maoísta de Nepal trató de **restringir el uso de redes sociales** en el país (mayormente occidentales) —una política ya seguida en China— y se enfrentó en 2025 con las llamadas protestas Gen Z (“generación Z” o *centennials*, nativos digitales).

Las manifestaciones, que también denunciaban la corrupción estatal, **tomaron un cariz violento** y terminaron con la renuncia del gobierno. Los medios globales chinos intentaron con su narrativa **sostener** a las autoridades, pero muy pronto variaron a un discurso de exhortar a “todas las partes” a “resolver sus problemas” y “restaurar la estabilidad” en Nepal.

En **Mongolia**, la emisora de la universidad tecnológica de Ulan Bator pasó a retransmitir las dos horas diarias de servicio mongol de CRI.

En **Indonesia**, **Radio Elshinta**, emisora periodística privada de FM y con una red en todo el archipiélago, retransmite el programa de CRI en *bahasa indonesia* desde 2010, en horarios que inicialmente eran de una hora y hoy llegan a tres horas. Reproduce además a NHK de Japón y hasta 2022 lo hacía con las noticias de la BBC en idioma local. Es posible que la retransmisión de CRI **sea retribuida**.

El “país de las 17 mil islas” registra igualmente el caso de una emisora **clausurada por presión directa china**. En 2005, en la ciudad de **Batam**, frente a la península de Malasia,

comenzó a emitir **Radio Era Baru** (FM 106.5), con programas en chino e indonesio que al mismo tiempo llegaban a Singapur y Malasia.

En sus programas, la estación denunciaba **violaciones de los derechos humanos** en China, incluidas las que afectaban a uigures, tibetanos y miembros de **Falun Gong**. Al parecer, la radio tenía alguna conexión con este movimiento prohibido en China.

En 2007 la embajada china envió una nota “amenazadora” —según la radio— al gobierno indonesio demandando el silenciamiento de la emisora “*por influir negativamente a la población china dentro de su área de cobertura*”.

Radio Era Baru fue **clausurada y decomisada en 2011** por argumentarse que funcionaba sin licencia y su titular condenado a seis meses de prisión. El proceso de adjudicación legal no había sido completado por el gobierno. Lo cierto es que **numerosas estaciones en Indonesia carecen de licencia** —incluso algunas policiales— sin estar expuestas a sanciones.

La **Corte Suprema** revirtió las medidas y proclamó el derecho de la emisora a seguir en el aire, pero ya no volvió a salir por problemas de organización. Su frecuencia fue asignada a otra estación.



XERCN Radio Hispana de Tijuana, BC (llamada desde 2012 Uniradio Tijuana), al norte de México, retransmitía a la noche programas en español de CRI para esa zona y el sur de California, hasta que ese segmento fue cedido en alquiler por la estación mexicana a un grupo religioso en 2017 (arr izq).

En Albania, los antiguos transmisores superpotentes de AM donados por China en épocas de Mao fueron desmantelados. Pese a que las relaciones entre China y Albania no son particularmente cercanas hoy CRI opera directamente una FM local, Radio Ejan, con programas prochinos en idioma albanés (arr der).

Radio Era Baru, la emisora de indonesia que transmitía en chino —con algunos contenidos favorables a Falun Gong—, que podía escucharse en Singapur, Malasia y que fue cerrada en 2011 por el gobierno indonesio, afirman sus responsables, por presión de Beijing (aba izq).

Dubai Dragon, por su parte, es la emisora china en los Emiratos Árabes (aba der).

CAPÍTULO 3

SATÉLITES, EMPRESAS TECNOLÓGICAS Y 'GRANDES MURALLAS'

La TV satelital: el *ave Phoenix* que devoró el PCCh

Al mismo tiempo que China recomenzó desde los hechos de Tiananmen, en 1989, su “gran muralla” de interferencias a la radiodifusión terrestre extranjera por medio del *jamming*, una nueva tecnología se asomaba: **las antenas satelitales individuales**.

Las primeras en China estuvieron en manos de militares y funcionarios: eran **parabólicas “grandes”** y caras, las **FTA** (*free to air*), que no recibían una grilla cerrada y por abono (como las futuras de DirecTV), sino que sintonizaban gratuitamente señales sin codificar de cualquier satélite.

Los usuarios de estas antenas buscaban mejorar la **recepción de canales** existentes o **acceder a una mayor oferta**, generalmente con fines de entretenimiento. Pero la **VOA** intentó durante 1989 una emisión de TV en chino con noticias y comentarios dirigida a un presunto sector “liberal” de militares o integrantes del PCCh: **nada surgió de esto**.

En 1994 la VOA probó otra transmisión de TV satelital de una hora con **noticias y debates generales**, la cual permaneció varios años en el aire con una **audiencia incierta** (las de radio continuaban normalmente). Más tarde, estas emisiones de TV satelital serán realizadas también por **Radio Free Asia**.

Las parabólicas individuales habían sido en la práctica prohibidas en 1993, aunque dependiendo de las autoridades locales podían ser selectivamente autorizadas o bien ser toleradas a veces al margen de la ley.

La medida era una respuesta contra **Star TV**, una empresa de **Hong Kong** —aún territorio británico—, que en 1991 inició un **paquete gratis** (abierto y no encriptado) de **canales satelitales** en chino e inglés para toda la región. Las señales se dirigían a las antenas FTA del sur, sudeste y este de Asia y se mantenían con **publicidad**.

A la vez, la prohibición representaba una reacción general de Beijing contra **cualquier amenaza comunicacional potencial**: aún luego de Tiananmen aparecían a veces signos de liberalización política —además de la muy exitosa apertura económica—, pero el PCCh no abrió el juego.

Entre las señales de Star TV estaba el nuevo **canal de noticias mundial de la BBC**, similar a CNN. Transmitía en inglés, pero tenía un subcanal de audio de traducción al chino. Star TV agregó después canales de entretenimiento específicos para India.

Los canales eran inmensamente populares en gran parte de Asia, incluso en China. Mientras casi todos los países cubiertos por las emisiones satelitales aceptaron una política de “**cielos abiertos**” satelitales (Taiwán o India), China se mantuvo irreductible.

Rupert Murdoch, el titular de la cadena estadounidense **Fox**, compró Star TV en 1993 y no perdía las esperanzas de que fuera legalmente autorizada en China (donde los medios estatales ya comenzaban a vender publicidad).

Para congraciarse con las autoridades, Murdoch eliminó del haz satelital para China **el canal de noticias de la BBC**, que era solo en inglés pero con traducción. La emisión radial en mandarín/cantonés de onda corta ya era interferida por el gobierno del PCCh.

Pese a este gesto, las restricciones satelitales no fueron levantadas. Por el contrario, el gobierno de Beijing **estimuló un crecimiento explosivo de los sistemas de TV cable** que en poco tiempo llegaron a casi todo el país con una oferta de señales casi exclusivamente chinas, **pero muy abundante**.

Simultáneamente, la **TV nacional estatal china creó numerosos canales**. Y por otra parte, gracias al uso interno del satélite, **televisoras provinciales y municipales** lograron ser incluidas en los sistemas de cable y así acceder a una **audiencia nacional**.

También aparecieron algunas señales con capital minoritario privado que difundían **coproducciones con contenidos internacionales** no controversiales.

Esta avalancha de canales **desalentó al extremo el uso privado de parabólicas satelitales FTA**, no obstante que podían ser **toleradas** (o permitidas como excepción en zonas aisladas o para algunos privados). Hoteles y centros de extranjeros tenían tales antenas y eran los únicos lugares donde podía verse la **BBC o CNN en inglés**.

El cable —aun cuando se alimentaba del satélite— permitía **controlar las señales disponibles para el público**, entre la cuales casi no había extranjeras y mucho menos informativas.

En 1996 **Star TV se dividió en dos empresas**: la de **Murdoch** continuó ofreciendo contenidos de todo tipo a Hong Kong, Taiwán y otros países. Las señales en el haz satelital que llegaba a China fueron adquiridas por **Liu Changle**, exoficial del EPL y experiodista de la radio nacional china que venía acumulando una **creciente fortuna** con sus negocios.

La señal principal y las que surgieron posteriormente fueron rebautizadas por **Changle** como **Phoenix Television**. Se colocaron en los cableoperadores de toda China y su transmisión satelital quedó limitada solo para posibilitar su distribución a tales sistemas; ya no para su recepción publica directa.

Con sede en la ahora “*región administrativa especial*” china de **Hong Kong**, **Phoenix se convirtió en la única TV privada de China**, aunque dirigida por un millonario muy cercano al PCCh. Tenía posturas ligeramente **más liberales y audaces** que el resto de los medios oficiales y exhibía populares **series y películas norteamericanas**.

En 1998 surgió en Taiwán la **primera plataforma satelital paga DTH de la región, C-Sky-Net** equivalente a DirecTV. No había nada parecido en China. Todo el mundo, incluso en el continente, quería acceder a la multitud de señales que brindaba el sistema: más que nada las películas, deportes o espectáculos; también estaban los canales de **Phoenix**.

Los **decodificadores clandestinos** —a veces con la *vista gorda* y aun estímulo por parte de autoridades locales— pulularon en todo el territorio continental. Pese a que se tomaron medidas desde Taiwán, la extensión del cable y la creación de una plataforma oficial satelital en China, con infinidad de canales creados **ad hoc**, logró detener la piratería.

No dejó de ser una rareza que en 2001 Phoenix —una compañía privada— inaugurara la **primera señal de TV de 24 horas de noticias en China** (si bien con sede en **Hong Kong**), el **Phoenix Infonews Channel**, lo que forzó a la TV oficial a lanzar un canal informativo dos años después desde Beijing (**CCTV-13**).

En 2021, al mismo tiempo que entraban en vigor las fuertes restricciones a la autonomía de **Hong Kong** por parte de Beijing —que desataron nuevas protestas masivas en la zona— **Phoenix TV fue adquirida mayoritariamente por una empresa estatal china.**

Desde ese momento, corresponde clasificar a **Phoenix como uno más de los medios chinos globales a cargo del gobierno.** Su cobertura y reportes sobre la aplicación hongkonesa de la Ley de Seguridad Nacional reflejaron absolutamente la línea del PCCh.

Taiwán le retiró en 2022 la autorización a Phoenix para ser reproducida por los cableoperadores de la isla, considerándola ahora una empresa controlada por el gobierno de Beijing. Por supuesto, **continuó en China.** Y también en los Estados Unidos y Europa, donde había lanzado canales satelitales paralelos en 1999 y 2001 para los chinos de la diáspora, con algunos programas locales.

Debe señalarse que la audiencia china ve la TV principalmente por **cable**, por sistemas locales estilo **DirecTV** o bien por plataformas **web de IPTV.** En todas ellas se accede **casi exclusivamente** a señales de TV originadas en **territorio chino** (nacionales y subnacionales; básicas y premium) o de **Hong Kong**, como **Phoenix.**

Asimismo, hay una red de **TV digital aérea terrestre (abierta)** con una norma de emisión específica para China (DTMB, solo usada allí y en Vietnam, Pakistán y Cuba) en la cual se emiten los **canales abiertos** nacionales (CCTV), provinciales y municipales.

Por otro lado, en 2010 se lanzó una señal china íntegramente en inglés, **Blue Ocean Network (BON TV)** que **sólo emitía para Estados Unidos y Gran Bretaña** (en plataformas satelitales nacionales de esas naciones).

Se presentaba como “la primera cadena de televisión **comercial china de propiedad privada**”, sin considerar a **Phoenix**, probablemente por estar basada en Hong Kong y contar aquella todavía con un pequeño porcentaje de capital norteamericano.

BON TV se definía como un **canal de noticias**, pero la mayoría de sus contenidos eran programas sobre turismo, gastronomía, artes y tópicos no polémicos. Supuestamente, obtenía parte de sus ingresos a partir de infomerciales del gobierno nacional o los gobiernos provinciales de China.

En sus propias palabras, BON TV ofrecía “*programas completos y objetivos producidos exclusivamente desde y sobre China*”. Finalmente cerró en 2015.

Por lo demás, **Phoenix** alquiló brevemente (2018-2020) una **radio con llegada al sur de California (XEWV)** con transmisor en Rosarito, BC, cerca de **Tijuana**, México, y un estudio en Irwindale, en aquel estado norteamericano). Previamente había funcionado como estación noticiosa y deportiva en inglés (X-TRA) a cargo de empresas de Estados Unidos.

La emisora de Phoenix se identificaba como **URadio**, en una frecuencia despejada (AM 690) y con una buena potencia (77 kW). Cubría amplias zonas con programas **solo en chino** para la colectividad de ese origen en California y la de Mexicali, BC.

Un tecnicismo legal del regulador norteamericano FCC le impidió en 2020 seguir usando el **enlace del estudio con territorio mexicano, citando el vínculo de la emisora “no revelado” con el PCCh**, y dejó de operar. No obstante, continuó emitiendo música desde suelo azteca hasta que se convirtió en 2023 en la estación comercial general en español **La Gigante 690**, operada por el exgobernador de Baja California Jaime Bonilla Valdez.



Identificación de Phoenix TV, la televisora privada de Hong Kong que permaneció relativamente independiente luego de la incorporación del territorio a China continental (con un estatus especial de preservación de libertades e instituciones que se ha deteriorado por el accionar de Beijing).

Sus programas ofrecieron en su momento ciertas audacias temáticas e informativas que el gobierno central no toleró por mucho tiempo, pese a que su fundador y titular inicial era un periodista-empresario chino continental que había trabajado en los medios estatales del régimen.

En 2021, la mayoría accionaria de Phoenix fue adquirida por una empresa estatal china.

El gran cambio (大改变) de las comunicaciones

La aparición de Internet en China —como en el resto del planeta— dio lugar a un **gran cambio** (大改变) del sector TIC, pero también del **panorama mediático**, con su consiguiente repercusión en la comunicación internacional.

Por un lado, un **trío de grandes prestadoras de telecomunicaciones** permite hasta hoy una competencia eficaz, aunque insólita: todas son de **propiedad estatal** (con porciones accionarias que cotizan en bolsa o tenencias minúsculas de compañías extranjeras, incluso occidentales).

China Telecom es la heredera del sistema telefónico histórico y que posee la mayor parte de la red terrestre fija y **troncal de fibra óptica**; desde 2008 ingresó en el mercado celular pero en ese segmento no es la líder.

Otra empresa es China Mobile. Escindida de la anterior en los 90 para operar celulares se posicionó desde hace años primera en este segmento. Es la única compañía TIC del mundo que para 2025 había **superado los mil millones de abonados**: ese es su número solo en China, que representa el 13% de la población mundial. Asimismo, ofrece banda ancha fija.

China Unicom comenzó vendiendo *beepers* (*paggers*); luego pasó al servicio celular —también al fijo— y se ubicó segunda en el sector móvil por mucho tiempo. Fue superada hace poco por China Telecom y quedó relegada al **tercer lugar**.

La compañía no solo cotiza sus acciones en bolsa sino que además ha hecho **intercambios de acciones con Telefónica SA (España)**, que desde 2011 llegó a tener casi un 10% de

acciones en su subsidiaria de Hong Kong (reducidas a 1% luego de 2016). La empresa china, igualmente a partir de 2011, pasó a tener el 1,4% de la española.

Para 2025, entre las pocas **entidades occidentales con acciones en China Unicom** hay algunos fondos de inversión occidentales con participaciones mínimas: **BlackRock** (5%) **Vanguard** (cerca de 3%) y **Capital Group** (cerca de 4%).

Por otro lado, dos compañías son las **principales fabricantes de equipos, software e infraestructura TIC** de punta: la conocida **Huawei** (privada y que ha desarrollado varias innovaciones) y **ZTE** (estatal). **Ren Zhengfei**, fundador y CEO de la primera, es ingeniero y fue oficial del EPL.

Ambas son competidoras dentro y fuera del país, pero **Huawei** es una **verdadera e importante empresa global**, responsable —entre otras cosas— de implementar **sistemas celulares 5G completos y propios con menores costos**, aunque no fue la pionera absoluta de esta tecnología (papel que le correspondió a la sueca **Ericsson**).

Huawei y ZTE han sido acusadas de representar **riesgos de seguridad nacional** para países occidentales en las redes de telecomunicaciones. Esta visión no solo es de **Washington** sino también de la **Unión Europea**. Es verdad que solamente en el caso de **ZTE** se detectaron vulnerabilidades de equipos que podrían servir para el espionaje.

Sin embargo, la preocupación para algunos sectores es la creación de una **dependencia tecnológico-económica con efectos geopolíticos** en países democráticos y que rechazan el modelo de sociedad del PCCh.

En China, el impulso de todas las compañías mencionadas y el peculiar entorno “capitalista” interno posibilitaron una **enorme extensión del acceso a Internet** para toda la población, con **servicios de calidad y a bajos precios**.

Como en el resto del mundo, el uso de **medios tradicionales** (radio, TV, periódicos) **disminuyó**. En China esto incluía al mismo tiempo a los **medios extranjeros** (en especial las emisiones radiales de onda corta y la TV satelital FTA) y que eran los que traían **otra perspectiva o información no censurada** a las audiencias.

En los primeros años del nuevo milenio habría noticias sobre cómo el **gobierno-partido chino** lidiaría con el **inmenso flujo de información** de todas las fuentes y procedencias que posibilitaba el uso cada vez más difundido de Internet o los celulares.

Los que creyeron que sería una **ola imparable de contenidos** que abriría paso a una liberalización —superando los mensajes no censurados externos que acercaban la radio o el satélite— **se equivocaron**.



中国移动
China Mobile



La otra Gran Muralla: Internet y la censura

A fines de los años 90, **Internet** ya ofrecía un potencial global para que esos **medios extranjeros** siguieran desempeñando su función, **pero ahora a través de la web**, la que comenzaba a ser utilizada en **forma masiva**. A esto se sumaba la posibilidad de comunicación interactiva de los usuarios entre sí para intercambiar información. Ambas cosas **preocuparon de sobremanera al PCCh**.

De la misma manera que existía un sistema de medios mayormente estatal sujeto a la censura y se había montado una red de *jamming* (**interferencia intencional** para bloquear emisiones de radio y TV externas) se creó otro mecanismo: la **Gran Muralla de Internet**.

Se trata de un complejo **firewall** informático que abarca toda la red de Internet con sus conexiones internacionales y eventualmente internas, el cual permite **controlar (bloquear sitios, búsquedas o flujos de tráfico y el uso de la red) y vigilar** las actividades *online* de cada usuario.

Aunque hay varios países que bloquean **Internet**, la extensión y arquitectura topológica de la *Gran Muralla de Internet* china, sus potencialidades efectivas, así como los recursos humanos y económicos que demanda su operación, **lo transforman en un dispositivo único en el mundo**.

El sistema comenzó a diseñarse a partir de 1998; en 2003 conoció su primera versión elaborada y entre 2009-2013 entró en funcionamiento pleno. Su nombre oficial es **Proyecto Escudo Dorado**. Desde el último año indicado, está a cargo de la Administración del Ciberespacio de China (CAC).

Para tener una idea de la extensión de este sistema y del grado de afectación de la libertad de expresión —y corresponde subrayar que el acceso a la información es un **derecho humano universal**— en los párrafos siguientes se indican **algunos de los sitios bloqueados** a los que no puede acceder la audiencia china, de acuerdo a datos extraídos de distintas fuentes.

Al día de hoy —salvo indicación en contrario— China bloquea en Internet a **Radio Free Asia** (presumiblemente desde alrededor de 1998), **The Epoch Times**, el diario simpatizante de Falun Gong (en inglés desde 1999; su edición en chino desde sus inicios en 2003), la **BBC** (brevemente en 1998, 2001 y 2008, después desde 2011, a veces pueden verse algunas páginas en inglés, pero no las de chino) y la **VOA** (brevemente en 2001 y 2004 y permanente desde 2008 hasta el cierre de la estación en 2025).

También a la **CNN** (brevemente en 2001 y después a partir de 2011), **Deutsche Welle (DW)** (2004 y 2010 brevemente y luego desde 2014), **Radio France Internationale** (brevemente 2001 y 2009, después desde 2014).

El International Herald Tribune fue bloqueado desde 2001 hasta su cese de edición en 2013. Otros casos: **New York Times** (2001 brevemente y después a partir de 2012), el **Washington Post** (por un tiempo en 2001 y permanente en 2019), **Amnesty International** (2001), **Reporteros sin Fronteras** (2003), **The Wall Street Journal** (brevemente 2004 y después desde 2015).

Sufren igualmente bloqueos permanentes: **You Tube** (2009), **Facebook** (2009), **Google** (2010) -incluso internamente Gmail- (Google cerró su versión de buscador para China tras censura de términos y redirigió a la de Hong Kong), **Vimeo** (2009), **Blogspot** (2009), **Twitter/X** (2011). **Archive.org** (2011), **Yahoo** (versión Hong Kong y Taiwán) (2011),

Pornhub, X Videos y otros sitios porno (2012), Instagram (2014), DuckDuckGo (2014). LinkedIn se retiró del país en 2021-23 por rechazar la censura (fue bloqueada en 2011).

Algunas ironías sobre medios franceses: el diario progresista *Le Monde* y el aún más izquierdista *Libération* están bloqueados (2014), pero no el conservador *Le Figaro* (que tenía un acuerdo para imprimir el estatal *China Daily* en francés).

Otros bloqueos: Telegram (2015), Reuters (2015), *The Economist* (2015), *Time* (2016), WhatsApp (2017), HBO (2018), NBC News (2019), *Der Spiegel* (2018), Radio Australia (2018, bloqueada luego de que en 2014 se la autorizara a alojarse en un sitio web en la misma China).

Siguieron *The Guardian* (2019), Freedom House (2019), Wikipedia (en todos los idiomas, desde 2019), *ABC España* (2021 por un reportaje sobre Xi Jinping y desaparecidos), LinkedIn (2021, solo permite versión para China), Truth Social (2022) y ChatGPT (2023), entre muchos otros sitios y apps.

Los bloqueos no rigen, en general, para Hong Kong y Macao, aunque desde 2021 y, más aún, a partir de 2024, se han reportado para otra clase de sitios (como el que contenía la canción que conmemoraba las protestas de 2019).

Al contrario, están vedados para China continental el sitio *Hong Kong Free Press* (desde 2016, un año después de su aparición) y el *South Morning Post* (2016, versiones chinas y en inglés; es el medio comprado ese año por Alibaba, entonces de Jack Ma). Como puede suponerse, también están obliteradas numerosas páginas de Taiwán.

Las decisiones de bloqueo se deciden de manera **legalmente opaca** y **sin dar cuenta** a los afectados ni con posibilidad real de apelación.

En muchos casos, aunque no siempre, los bloqueos pueden ser **eludidos con aplicaciones VPN** (que permiten cifrar el tráfico y ocultar la dirección de IP), pero no todos los usuarios chinos manejan esta posibilidad. Al mismo tiempo, sitios de descarga VPN **pueden estar idénticamente bloqueados**.

La censura se extiende a **términos o frases en los motores de búsqueda**. El estudio *Missing Links* (2023), de la Universidad de Toronto, determinó que ocho buscadores accesibles desde China (entre otros Weibo, Baidu, Microsoft Bing y Douyin) arrojaron “**más de 60.000 reglas de censura únicas utilizadas para eliminar parcial o totalmente los resultados**”.

Los bloqueos de las búsquedas incluyen, aún 36 años después, al “**hombre del tanque**” de Tiananmen, así como la referencia al oso de peluche ficcional *Winnie-the-Pooh*, sobrenombre burlón popularmente usado contra Xi Jinping.

Existe asimismo no solo censura **online** sino una fuerte **represión offline** por actividades desarrolladas **online**.

Por citar tan solo un caso reciente, la discusión en las redes acerca de la muerte del activista y periodista digital Sun Lin fue completamente censurada. Sun, a su vez, falleció en 2023 tras una golpiza policial en aparente **represalia por sus posteos sobre Xi**, según informó la International Federation of Journalists (IFJ).

La *Gran Muralla de Internet* y el sistema de censura interna no está relacionado en forma directa con los medios globales chinos, no obstante que ambos terminan —como casi todo en el país— en el PCCh.

Pero es importante repasar el funcionamiento de tal sistema y confrontarlo con una gran contradicción: mientras China cierra la comunicación internacional dentro de su propio país, busca al mismo tiempo expandir sus redes mediáticas globales por todo el mundo y reclama que sus contenidos puedan circular libremente.

En otro plano, la situación de Internet —y de las libertades públicas y privadas en general— es muy distinta en Taiwán.

Es cierto que TikTok, Douyin y otras (desde 2022), así como la aplicación de inteligencia artificial DeepSeek (2025) —sospechadas de usar datos de sus usuarios en favor del gobierno de Beijing— están prohibidas en los dispositivos de gobierno taiwanés. Su uso privado, en cambio, continúa permitido.

Taiwán ha sido calificada desde hace años como uno de los lugares con mayores libertades políticas, civiles y económicas en toda Asia. Esto incluye la comunicación e Internet: al contrario de China, no hay sitios, aplicaciones o redes sociales bloqueadas para el público en general, ni siquiera las plataformas más cuestionadas de la llamada *mainland*, es decir, del territorio continental.



Algunos de los sitios, aplicaciones y redes sociales bloqueadas por la censura de la 'Gran Muralla de internet' (Gran Cortafuegos) en China (VPN Central).



El modelo de control de Internet de China según Freedom House (Infografía de Freedom House, 2018)

“Proteccionismo digital”, aplicaciones locales y control

Beijing ha adoptado un sorprendente giro al presentarse últimamente como **abanderada del libre comercio mundial**. El desarrollo de este *relato*, en realidad, viene desde antes de la guerra proteccionista desatada por Donald Trump.

China sostiene hasta hoy que los señalamientos sobre tecnología o sus medios globales en Occidente invocándose temas de “**seguridad nacional**” buscan encubrir que gobiernos, empresas o medios occidentales quieren en verdad **excluirlos del mercado mundial usando trucos “sucios”**.

No obstante, un repaso del *modus operandi* del sistema tecnológico, de censura y de comunicación interna y global chino —como el que ensayamos en este texto— muestra que **esos señalamientos de Occidente no son infundados**.

Más allá de eso, es China quien en realidad ha implantado un “**proteccionismo digital**” con efectos económicos (y que ninguna nación democrática aplica hasta ahora). Es una de las consecuencias de la *Gran Muralla* de Internet, que además de censurar contenidos establece verdaderas **barreras anticompetitivas** de ingreso.

Así, muchas compañías web chinas que nacen en este entorno lo hacen en **doble detrimento de la libertad de información y de comercio**, no importa cuán eficaces o enormes terminen siendo.

Pueden citarse **cinco empresas privadas chinas importantes de Internet**: Baidu (buscador, del empresario Robert Li), Alibaba (una suerte de Amazon chino, fundado por Jack Ma), Tencent (redes sociales), ByteDance -TikTok- (redes sociales) y SINA Corporation -Weibo- (buscador y red social).

Todas se han beneficiado del **bloqueo total o parcial de sus competidores** decretado por el gobierno de Beijing. Por supuesto, esto incluye el **retiro del mercado chino** de algunos de esos competidores por no aceptar las draconianas normas restrictivas.

La gran mayoría de estas compañías chinas ofrecen en su país **muchos productos adicionales** al punto que no lo hacen sus equivalentes occidentales: desde videojuegos en línea y servicios en la nube hasta aplicaciones como **Uber o billetera electrónica**. Todo, en el concepto de *one stop shop* o “kiosco” único.

Por ejemplo, **Baidu** opera también **iQIYI**, un **equivalente chino de Netflix** que ha sido lanzado en 2025 en **Argentina y otros países latinoamericanos** para llegar a audiencias generales (no chinas). **Tencent** tiene una plataforma similar: **Tencent Video**.

(Netflix no puede actuar en China puesto que se la considera un “medio de comunicación”, como una emisora de radio o TV abierta, para los cuales no se aceptan capitales extranjeros.)

Lamentablemente, las empresas tecnológicas mencionadas **colaboran activamente** con (y son parte de) la **censura, vigilancia y control chino**, tanto por imperativos legales como por solicitudes y presiones. Si lo hacen **forzadas** y por obligación (porque deben mantener su negocio) o si se pliegan a la tarea en forma **voluntaria** —y aun entusiasta— (porque comparten los objetivos del sistema) es una cuestión **irrelevante**.

Las redes sociales de **Tencent** y de **ByteDance** tienen versiones para China, denominadas respectivamente **Wēixìn** (similar a WhatsApp) y **Dǒuyīn**. Para el resto del mundo se llaman, respectivamente, **WeChat** y —por supuesto— la conocida **TikTok**.

La paradoja es que esas últimas **versiones globales están bloqueadas en China**, ya que no se someten a las normas restrictivas chinas. Pero las versiones chinas generalmente no están bloqueadas en el resto del mundo.

Las comunidades chinas en el exterior (o usuarios occidentales o de otros lugares que interactúen con ellas) usan intensivamente buscadores como **Baidu** o las redes sociales **Wēixìn**, **Dǒuyīn** y **Wēibo**, que están específicamente optimizadas para caracteres y contenidos chinos.

Sin embargo, los usuarios respectivos en cualquier lugar del mundo (Montevideo, El Cairo o Kiribati) **quedan automática y extraterritorialmente sometidos al sistema de censura y vigilancia chino**.

Wēixìn/WeChat es en realidad más que una red social. En China es casi un **organizador de la vida y contactos diarios** de las personas por sus múltiples funciones y se considera que está **estrechamente vinculada** con el gobierno-PCCh.

Esa red ha “suspendido” a usuarios *“por propagar rumores maliciosos”* y luego les exigió un **reconocimiento facial y tomas de voz** para rehabilitarlos (un caso, relatado por la BBC, ocurrió cuando un corresponsal británico en China publicó en esa red fotos sin texto y muy poco reconocibles sobre un recordatorio sobre Tiananmen).

Problemas similares han ocurrido también con **chinos residentes en el exterior** que emplean esta red. En un ranking elaborado por Amnistía Internacional en 2016, las redes sociales de **Tencent** quedaron **últimas en el mundo (cero sobre 100) en términos de privacidad**.

“No solo no cumplió adecuadamente ninguno de los criterios, sino que fue la única empresa que no quiso declarar (...) que no da curso a las solicitudes gubernamentales para acceder a mensajes cifrados mediante la creación de una ‘puerta trasera’ [espionaje de datos]”, señaló el informe.

Un aspecto interesante de **Tencent** es que la empresa de medios sudafricana **Naspers** compró en 2001 una participación del **46,5%**. Esta tenencia bajó al **26,2%** en 2023 (a través del fondo **Prosus**, propiedad mayoritaria de la sudafricana).

Con sede en **Ciudad del Cabo**, Naspers se inició en la **prensa gráfica** a principios del siglo pasado y evolucionó a un conglomerado de **diarios, revistas, libros, plataformas digitales de contenidos y de e-commerce y empresas tecnológicas**.

Hasta 2025 operaba **Multichoice**, el proveedor TV paga de Sudáfrica que compite en todo el continente con StarTimes, igualmente de capitales chinos.

A través de su subsidiaria Media24, **Naspers** es el **principal grupo privado de medios de Sudáfrica**, donde compite con la cadena de diarios de Iqbal Survé (fondo Sekunjalo, que a su vez, es un 20% de **propiedad china**) (—ver, más adelante, el apartado **Inversiones chinas en compañías de medios no étnicos**—).

(**Prosus** compró en 2010 la compañía de clasificados *online* OLX, cofundada por el argentino **Alejandro Oxenford** en 2006, quien permaneció como CEO en ella hasta 2014.

Oxford lanzó luego varios fondos para invertir en compañías tecnológicas y en 2025 fue designado embajador en los **Estados Unidos** por el presidente argentino **Javier Milei.**)



Captura en video de un informe de BBC World News (hoy BBC News -International-) sobre los sistemas de vigilancia en China, con una traducción al español en BBC Mundo.

Colaboración represiva electrónica: de Caracas a Addis Abeba

El gobierno chino **colabora tecnológicamente** con la **represión y vigilancia** en distintos países.

Existen denuncias acerca de la ayuda que se prestaría a **Venezuela, Cuba y Nicaragua** en el **bloqueo de sitios de Internet** o la **intercepción indebida de comunicaciones**.

En **Venezuela**, una investigación de Reuters apuntó particularmente a la compañía **ZTE**, que diseñó y proporcionó la tecnología para el llamado **Carnet de la Patria** (una tarjeta con QR personalizado que rastrea y monitorea conductas de sus usuarios).

En ese país, como en **Cuba**, de acuerdo a Freedom House, personal chino colabora con los **bloqueos o rastreos online** que se realizan por **razones de represión política**.

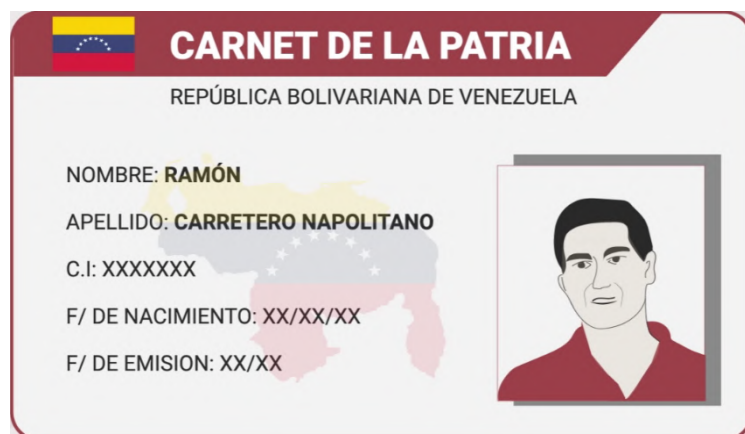
Si bien estas tareas no pueden imputarse a la actividad de **los medios globales chinos** en sí mismos, tanto unas como otras corresponden a los distintos brazos de un mismo **gobierno-partido**.

China considera **aliados** a estas dictaduras de izquierda latinoamericanas, pero con alguna ambivalencia, **no se suma a sus extravagancias** en política internacional ni **deja de buscar buenas relaciones con cualquier otro país**, con la única condición que se abstenga de criticar (y a veces de no permitir críticas de terceros) a Beijing.

En otro ejemplo, **China** fue señalada por suministrar al gobierno de **Etiopía** equipos de **jamming** para **onda corta** (2005) y **satélite** (2011), así como servidores para el **bloqueo de Internet**, convirtiéndose en el **único país africano subsahariano** que recurre extensivamente a estas prácticas durante el presente siglo. La imputación fue realizada por la asociación de periodistas etíopes EFJA.

Los equipos se usan para interferir o bloquear **emisoras o sitios web occidentales y de oposición** e incluso por un tiempo los de su vecina **Eritrea**. Las perturbaciones se suspendieron en 2018 tras un cambio de gobierno, pero volvieron a activarse **poco antes de la guerra civil** entre facciones entre 2020 y 2022.

Los medios estatales etíopes de **Addis Abeba** y de algunas capitales provinciales usan **abundantes contenidos de Xinhua** y hasta la TV pública lanzó “La Hora China” donde se presentan documentales y ficciones.



El ‘Carnet de la Patria’, parte de un sistema que ayudó a implementar la empresa china ZTE (imagen de Armando.info).

Baidu, Tencent y otras empresas tecnológicas chinas en América Latina

En 2013 la compañía privada **Baidu**, el Google chino, comenzó una operación en **São Paulo** que esperaba que fuera el **punto inicial de su expansión en América Latina**. Lanzó una versión de su buscador para **Brasil** (para texto, imágenes y videos), así como una plataforma de **publicidad móvil**.

En 2014 compró el sitio de comercio electrónico **Peixe Urbano** (que vendió en 2017 a GroupOn).

La compañía se había comprometido a abrir un centro de **I+D en tres años**, lo que no se efectivizó. Al mismo tiempo, anunció la creación de un fondo de **inversión en tecnología** que fue discontinuado en menos de dos años sin apoyar ningún proyecto.

En **2018 Baidu cerró sus actividades** en el país del carnaval y se retiró para manejar su base de usuarios brasileños desde China.

La compañía, dice el medio **BNAméricas**, **no tuvo una buena fama** por su navegador, antivirus u otras **aplicaciones, consideradas intrusivas y difíciles de remover**. Varias de estas aplicaciones, asimismo, no funcionaban bien en *smartphones*.

Tencent, por su parte, habilitó su primer **data center** (con capacidad alquilada a terceros) también en **São Paulo** en 2021. La compañía se concentra en servicios de alta capacidad como **medios en la nube, video en vivo, creación y alojamiento de sitios web**, así como soluciones de juego y educación en línea.

Aunque ninguna es parte de los medios globales chinos, **Baidu y Tencent** son los únicos casos hasta ahora —uno frustrado y otro exitoso— de empresas chinas tecnológicas relacionadas con **contenidos de Internet** que han efectuado inversiones directas en América Latina.

En cuanto a operadores TIC, **China Telecom** ofrece desde 2012 conectividad en Brasil a su red mundial —formada por fibra óptica submarina propia y alquilada de terceros— a grandes empresas. Tiene puntos de presencia (PoP) que permiten conexiones directas a dicha red en los estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná y Rio Grande do Sul.

El servicio principal es el acceso general IP a la red pero desde 2023 brinda además servicio de “nube” a partir de alquiler de capacidad en *data centers* en Sao Paulo y Rio de Janeiro de una tercera empresa: nada menos que la estadounidense Equinix (que a su vez opera en China, a través de socios locales).

La compañía dice que planea extender esta red a otros puntos de la región latinoamericana, con PoP en Buenos Aires, Santiago, Lima, Panamá y México, lo que no había concretado en 2025.

Por su parte, **China Unicom** también actúa en la región solo en Brasil, empleando igualmente capacidad alquilada de *data centers* en São Paulo y PoP en Rio de Janeiro y Fortaleza (donde conecta con el cable submarino SAIL de fibra óptica de la propia compañía china hacia Africa y cuya propiedad comparte con el operador estatal de comunicaciones de Camerún).

Cabe destacar que estos servicios son extremadamente competitivos: trayectos nacionales e internacionales paralelos de fibra similares, con sus correspondientes PoP, son operados por numerosas compañías mundiales, a veces en el orden de las decenas.

Mientras, los *data centers* comerciales en las principales metrópolis latinoamericanas pueden oscilar entre 20 a 70, con muchas empresas tomando en arriendo facilidades de terceros y centenares de usuarios finales.

(Tanto China Telecom como China Unicom —así como China Mobile— fueron sancionadas en los Estados Unidos en 2021 con el retiro de sus licencias para operar servicios de comunicaciones, por ser consideradas “amenazas a la seguridad nacional” del país debido a la “influencia y control del gobierno chino”.

Al igual que en Brasil, ambas empresas no operaban servicios minoristas a clientes particulares, sino que prestaban servicios mayoristas a empresas y otros operadores.)

El hasta ahora único operador TIC de capitales chinos en América Latina con servicios al público general, Xinwei (CooTel), funcionó solamente en Nicaragua a partir de 2016. Prestaba algunos servicios inalámbricos móviles y fijos. Obtuvo un pequeño *share* de mercado (5-10%), pero en 2024 solicitó su quiebra y dejó de prestar servicio.

La compañía era del empresario Wang Jing, quien pretendió construir un canal interoceánico en Nicaragua, proyecto que idénticamente entró en bancarrota.

No obstante, el gobierno de Managua anunció en 2025 nuevos acuerdos con China que, según indicó, favorecerían la adopción del 5G en el país.

Por otra parte, los principales fabricantes electrónicos de China como **Xiaomi**, **Lenovo** (con la marca móvil Motorola) y **TCL** ofrecen en toda Latinoamérica dispositivos para el

consumidor (los dos primeros celulares, notebooks, televisores LED, servidores, y la última televisores, pantallas y otros artefactos) o **para terceras empresas**.

Huawei es conocida por su importante rol mundial —que naturalmente abarca la región— en la provisión de **infraestructura de comunicaciones a empresas y operadores TIC**, en particular soluciones completas de tecnología móvil **5G** y otras (igualmente lo hace la estatal **ZTE**).

También fabrica **PC, notebooks y tablets**, así como **dispositivos de audio**, equipos **WiFi, routers, smartphones** y servidores.

A través de su subsidiaria plena sin fábrica **HiSilicon**, Huawei realiza I+D sobre **semiconductores** cuya elaboración encarga a una red de compañías de manufactura de tales *microchips*.

Si bien todas las compañías tecnológicas mencionadas desarrollan **gran parte de su producción en China**, poseen algunos **centros de fabricación, ensamblaje o de I+D propios** en otros países. En América Latina **Huawei**, asociado con BGH Argentina, desarrolla ensamblajes en ese país, mientras que en **Brasil** posee centros de manufactura.

Las otras tecnológicas chinas, más orientadas al consumidor, además de **importar**, pueden licenciar a terceros su marca para **ensamblar componentes** y ofrecer productos terminados.

Esto se hace en algunos casos también en **Brasil** y en **Argentina**, aprovechando **regímenes domésticos de protección industrial** en zonas como **Manaus** o **Tierra del Fuego**. Los productos están destinados casi exclusivamente al **consumo interno**, aunque esas versiones locales no siempre son populares entre los usuarios en razón del **encarecimiento de los productos así elaborados**.

Huawei tiene adicionalmente varios **data centers en la nube** (con infraestructura arrendada a *data centers* plenos), que en 2025 en América Latina están distribuidos entre **Chile (4), Brasil (3), México (2), Perú (2) y Argentina (1)**, todos en las correspondientes capitales (excepto en Brasil, en São Paulo).

Al mismo tiempo, la entonces subsidiaria **Huawei Marine** (desde 2020 denominada HMN Tech y que pasó a ser propiedad mayoritaria del fabricante chino de cables y fibras Hengtong, con participación minoritaria de la británica Global Marine) ha construido y tendido —no operado— **tres cables submarinos de fibra óptica en América Latina** (existen unos 80 en la región) para distintos prestadores.

Estos cables son la columna vertebral actual de las comunicaciones internacionales: conducen las señales de Internet y telefonía.

Uno de esos tres cables es el ya mencionado **South Atlantic Inter Link (SAIL)**, que desde 2018 vincula **Fortaleza, Brasil** con **Kribi, Camerún**, siendo uno de los pocos que conecta Sudamérica con África. En este caso los operadores del cable son CAMTEL (la empresa pública de comunicaciones de Camerún) y **China Unicom** (que brinda algunos servicios de comunicaciones mayoristas en Brasil).

Otro es el tramo de 250 km en **México** que une Sinaloa y Baja California Sur (Topolabambo-La Paz) bajo las aguas del Golfo de California, de la compañía **Megacable**, inaugurado en 2019.

El tercer cable es la **Fibra Óptica Austral (FOA)** que desde 2020 conecta por debajo del océano el extremo sur de **Chile** —región del Aysén, Punta Arenas y Puerto Williams— con el resto del país.

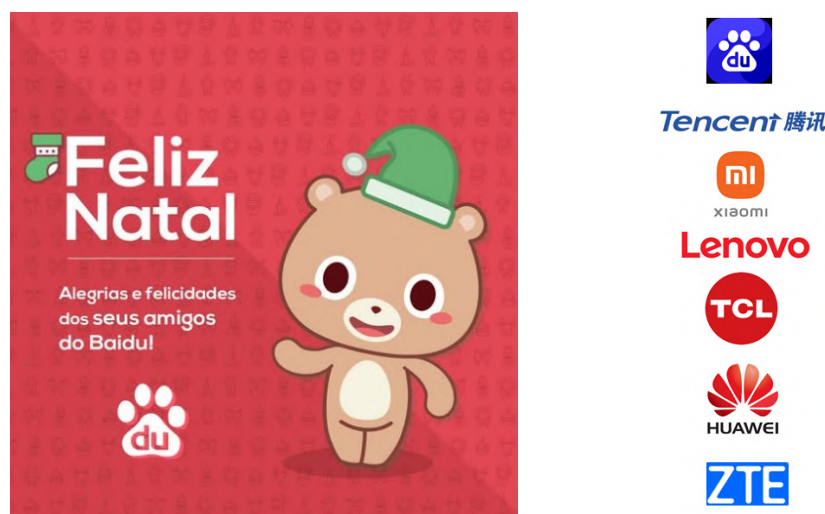
La **FOA** está operada por la gubernamental **Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)** y fue encargada como iniciativa público-privada a las empresas **CTR** (chilena) y **Silica Networks/Datco** (Argentina), que a su vez recurrieron a Huawei Marine para el suministro y tendido de la fibra submarina.

Debe señalarse que en 2019 el gobierno estadounidense **incluyó a Huawei en una lista de entidades por razones de seguridad nacional**. Por esta razón, prohibió a empresas norteamericanas venderle **tecnología y software**.

Las restricciones abarcaban desde el sistema operativo Windows hasta tecnologías Google. Los dispositivos de Huawei se quedaron sin los servicios de Google y cuentan ahora con un sistema 100% propio, **HarmonyOS**.

Estas sanciones no abarcaban a otras empresas TIC chinas ni situaciones en el exterior. Por esta razón, como se indicó anteriormente, **en Brasil operadoras chinas usan data centers de empresas estadounidenses**.

Posteriormente, **Washington** dispuso en 2022 la prohibición de la **importación y venta de equipos y servicios de telecomunicaciones** de media docena de empresas de China, entre ellas **Huawei y ZTE**. También fueron afectadas **Hikvision y Dahua** (sistemas de videovigilancia) al igual que **Hytera** (equipos de radio).



El buscador chino Baidu deseando feliz Navidad a sus usuarios de Brasil durante el breve tiempo que operó en esa nación (Facebook Baidu Brasil Produtos, el 24.12.2015; la cuenta fue abandonada en 2017) (izq) – Los logos de las empresas tecnológicas importantes que tienen actividades en América Latina (der).

CAPÍTULO 4

LA TELEVISIÓN INTERNACIONAL

La TV global china: “*vea la diferencia*”

CGTN son las siglas en inglés de **red de televisión global china**, que es precisamente el nombre propio que tiene el sistema de TV internacional operado por el gobierno del país asiático. “*See the difference*”, dice su slogan en inglés, distinto que el utilizado en otros idiomas.

Se divide en una serie de canales de 24 horas: en **inglés**, con una versión general y tres adicionales para América, África y Europa, más los canales **francés, español, árabe y ruso**. Existe, además, una señal de **documentales** (cultural y artística), en inglés.

De la misma manera que ocurre con los medios globales de otros países, **la TV internacional emplea menos idiomas que la radio**. La principal razón es económica, en razón de los altos costos de la producción televisiva.

Hay también un **canal internacional en chino (CCTV-4)**, pero no integra el sistema CGTN sino que es parte de los canales de la televisión nacional (CCTV). Esta señal es una **compilación de programas nacionales emitida para el extranjero**, tanto para el sudeste asiático como para las comunidades chinas mundiales de la diáspora.

La emisión de todos los canales **se origina en Beijing**, excepto parte de las versiones en **inglés** que cuentan con varias horas diarias de programas relevantes producidas en capitales occidentales y africanas para distintas regiones del mundo.



Placa identificatoria de CGTN (señal en inglés) (captura de pantalla)

CGTN se ubica como el instrumento más importante del sistema de medios internacionales y multilingües de China, junto con sus sitios web —igualmente en distintos idiomas— y redes sociales.

Este conjunto TV/Internet/redes está **reemplazando gradualmente a la radio, CRI**, cuyas emisiones en un buen número de lenguas se convierten en contenidos de “relleno” o en **CGTN Radio** (que particularmente en inglés y francés tienen programación elaborada).

Los sitios web de CRI en la mayoría de idiomas —están **vigentes al día de hoy** los señalados más arriba en el **Capítulo 2**— se están subsumiendo en los de CGTN (textos y audios) aunque en muchos casos no tengan emisiones de TV, ignorándose qué planes futuros hay al respecto.

Si se excluyen los reciente y mayoritariamente desactivados medios globales estatales **estadounidenses** y entidades privadas como CNN, **CGTN junto a RT (ruso) son los medios globales televisivos más importantes del planeta** —en términos de recursos, producción, transmisiones e idiomas— por encima de la **BBC, DW o los franceses**.

Sin embargo, la impronta **oficialista y chinocéntrica de las transmisiones de CGTN**, la hace mucho **menos atractiva** que cualquiera de las anteriores, sin perjuicio del uso de formatos y ediciones de buena calidad y pese a que los contenidos en inglés son **menos anodinos** que los del flujo general de otros mensajes chinos globales.

El sitio en Internet de CGTN incluye, como textos de opinión o videos especiales, contenidos más **“fuertes”, confrontativos o polémicos** —la mayoría **no se transmiten** en el canal— **sin atribución**, o bien atribuidos a editores o comentaristas de **CGTN** o a **columnistas** chinos o extranjeros y aún a **televidentes** que envían su propio material. Estos contenidos eran poco frecuentes en el pasado.

Entre otros títulos: *“Los comentarios de la UE contra China son un intento de eludir obligaciones debido a su propio fracaso”, “La espiral tóxica del DPP [partido en el gobierno] de Taiwán”, “Desenmascarando a Falun Gong” o “¿Quién define la verdad sobre Xizang [Tibet]?”*

También se destacan recortes de temas que **Beijing encuentra particularmente compatibles con su narrativa**. Por ejemplo, en la sección de entrevistas *Global Thinkers* (CGTN [en inglés]) colocan esta videocita del 31.05.2023 de un **exfuncionario económico italiano**, cercano a Mateo Salvini y la **Liga del Norte**. Deben considerarla importante, porque se la ha fijado en la sección por más de dos años:

“‘La democracia no se limita a votar’, afirma Michele Geraci (...) El concepto chino de democracia [agrega Geraci] se centra más en los resultados que en el proceso, creando un ‘pacto’ entre el gobierno y el pueblo. Denomina este modelo ‘democracia ex post’, ya que representa a la abrumadora mayoría y logra resultados” [subrayado propio].

En todo caso, **CGTN es una fuente importante** para cualquiera que quiera conocer algún aspecto específico relacionado con China, siempre que se tenga en cuenta que es la visión o las posiciones del **PCCh** y que debe **filtrarse, matizar o completar lo que enfatiza u oculta la propaganda**.

Como ocurre con las variaciones de la radio (CRI), la señal **CGTN en inglés es bastante distinta** de las de los otros idiomas. Con un estilo BBC o CNN se enfoca mayormente en **noticias y actualidad**, con algunos programas especiales sobre **negocios, cooperación y relaciones internacionales**. A esto se suman espacios sobre deportes, sociedad o cultura y algunos **paneles de debate** en el controlado estilo de la comunicación china.

Sigue la narrativa china de la “positividad”, así como de **no hablar de ciertos temas**, pero también cubre acontecimientos mundiales con tono más o menos “objetivo” (salvo que involucren a China).

Por otra parte, en CGTN se emitieron en forma esporádica algunas aparentes “**confesiones forzadas**” de detenidos políticos. Como esto se hace dentro del **flujo de “positividad”** de la generalidad de los mensajes y de manera **camuflada** (en segmentos breves de noticieros y normalmente solo en inglés) no se nota tanto en las emisiones, aunque sí desaten a veces **gran repercusión internacional**.

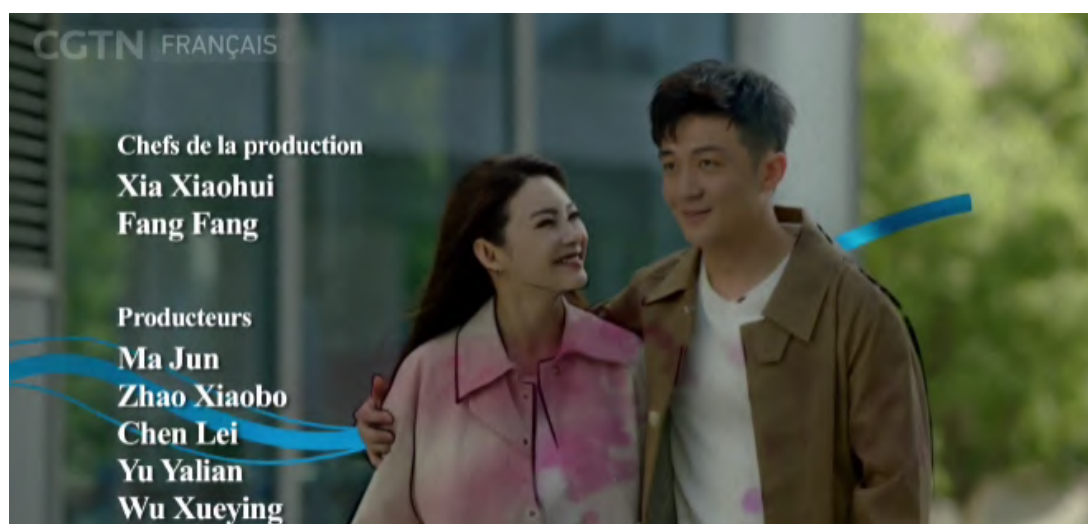
En otras ocasiones se realiza en **posiciones secundarias dentro de sitios web** o en recortes en **redes sociales**. Y en algunos casos se emplearon medios diferentes a CGTN, como Xinhua o CRI.

En la señal general de CGTN en inglés **no hay ficciones** (películas o telenovelas chinas) pero sí en la versión para África o Asia y en otros idiomas. También pueden incluirse a veces —y pese a su nombre— en el canal **CGTN Documentary**.

En cambio, las señales en los otros idiomas presentan **menos programas de actualidad y asuntos internacionales**, y, en cambio, exhiben **producciones de ficción audiovisual chinas**.

Una de las tareas **más impresionantes y poco conocidas** que ha emprendido la TV global china es **haber doblado** —no solo subtitolado— **decenas de miles de horas de películas, telenovelas y documentales** a los mismos idiomas en los que transmite CGTN y a otros más (swahili, hausa, urdu, indonesio).

Estos doblajes, realizados tan solo desde **hace no más de una década** por la **propia CGTN o tercerizados**, con **actores y locutores profesionales** y hablantes nativos en el idioma, cubren realizaciones audiovisuales de todas las épocas.



Una telenovela china doblada al francés transmitida a través de CGTN (captura de pantalla)

Abarcan desde películas patrióticas de los 30 como **Hijos de la Tormenta** (*Fēngyún Èrnǚ*) —considerada pro comunista ya en esos años— hasta la telenovela “urbana” **Nuestros deseos** (*Xìngfú Èrchóngzòu*) (2022), sobre los desafíos de un joven matrimonio profesional, producida por **Mango TV** (plataforma del **gobierno provincial de Hunan**).

Estas realizaciones se transmiten por canales de la CGTN en varios idiomas (además de publicitarse en redes sociales que van desde Facebook a TikTok).

El primer doblaje al español se hizo en 2014, cuando el propio personal del entonces canal CCTV Español realizó el doblaje del dibujo animado *Las aventuras de Pao Pao* que fue emitido por la propia señal (primera vez, también, que pasaba caricaturas).



‘Nuestros Deseos’, telenovela de una productora estatal provincial de China, doblada y emitida por CGTN Español (arr) —

Una de sus escenas está ambientada en un concurso infantil en un centro comercial en China y en el cual se ven marcas occidentales (Pandora, McDonald’s, See By Chloé, The Gap) (aba) (capturas de pantalla de CGTN).



Huang Jiyuan: “editor de opinión” de CGTN, en un comentario en 2025 contra el Partido Demócrata Progresista (DPP, por sus siglas en inglés) de Taiwán.

De la CCTV a la televisión global CGTN

La TV global china se desarrolló en forma gradual. Las primeras transmisiones en inglés específicamente elaboradas para el exterior se incluyeron como noticiosos breves en la señal satelital internacional en chino CCTV-4 a partir de 1992.

(CCTV es China Central Television que hasta hace años estaba a cargo de la TV a nivel nacional y la internacional, pero luego quedó confinada al primer segmento con excepción de las transmisiones en chino al exterior. Hoy día CCTV cuenta con 26 canales abiertos – generalistas o temáticos– y 17 señales pagas, todas internas salvo CCTV-4.)

En 2000 las porciones en inglés se retiraron de CCTV-4 y se lanzó CCTV-9 English como canal de 24 horas en inglés, que combinaba noticias con documentales y producciones generales. Esta señal comenzó a verse en algunos cables de los Estados Unidos en 2002.

A su vez CCTV-4, que quedaba para los chinos en la diáspora, se dividió en 2007 en tres versiones similares desfasadas por horario: hora de Beijing (Asia/Oceanía), hora UTC (Europa/África) y otra con la hora del este (EST) de los Estados Unidos (Américas).

Entretanto, se inauguró en 2004 la señal CCTV-9 E/F (español/français). Los contenidos eran bastante experimentales y se basaban todavía en programas o películas chinas subtituladas, con pocas noticias. La emisión en cada idioma era de 4 horas, las que se repetían diariamente. Las principales notas eran sobre intercambios culturales, visitas o declaraciones de embajadores.

Durante esos primeros años, los chinos contrataron como directora de la señal en español a la veterana y casi retirada presentadora argentina Nelly Raymond (Francisca Aldunate de Fernández Unsain), muy representativa de producciones en esos ambientes.

El canal conjunto hispano/galo se dividió en 2007 en CCTV-9 Español y CCTV-9 Français (desde 2011 CCTV Español y CCTV Français a secas). A partir de aquel año, el canal en español transmitió en forma autónoma las 24 horas, pero los ciclos de programación diaria original seguían siendo limitados: de unas 4 a 6 horas.

En **2009** se habilitaron las señales separadas de 24 horas en **árabe y ruso**. Desde entonces no se han lanzado canales en otros idiomas, aunque si se han desdoblado las versiones en inglés.

A su vez, de CCTV-9, el canal en inglés, se separó en 2011 **CCTV Documentary**, una señal con documentales igualmente en inglés, mientras **CCTV-9 English** pasó a ser en 2011 **CCTV News** y se concentró en una programación **netamente informativa**.

Para 2014, según una nota de *China Hoy*, el canal en español se trasladó al nuevo edificio de la CCTV y contaba con unos **100 chinos** entre editores, traductores, reporteros y presentadores, la mayoría graduados de español de la universidad. En ese año, su directora era **Susana Wang Yu**.

Había también en ese momento más de **20 extranjeros** de España, México, Cuba, Chile, Colombia y Venezuela; traductores y presentadores. De los **10 presentadores** que tiene el canal, **cinco** son extranjeros.

Debe señalarse que desde el 01.01.2017 todos los canales internacionales en idiomas extranjeros pasaron a llamarse, respectivamente, **CGTN** [inglés, ex CCTV News], **CGTN Français**, **CGTN Español**, **CGTN Arabic**, **CGTN Russian** y **CGTN Documentary**, el nombre que conservan hasta hoy. En 11.2025 lanzó tres nuevos canales en inglés, con publicidad, y solo en *streaming* por Internet: **CGTN Global Biz**, **China Travel** y **Discovering China**.



El noticiero de CGTN en la transmisión en ruso (captura de pantalla)

Centros de producción, distribución y audiencias

Para 2012, mientras CRI desarrollaba una intensa actividad con repetidoras y redes locales en varias regiones, China inauguró un **centro de producción de TV en Nairobi, Kenia**, donde CRI ya tenía una importante estación de FM que generaba programación propia. Simultáneamente CGTN habilitó otra instalación similar en **Washington DC** (capital en la cual CRI operó la emisora WCRW hasta 2019).

Esto permitió que la señal de TV en inglés se desdoblara: **CCTV America** (luego **CGTN America**) (con horas originadas en **Washington, Estados Unidos**) y **CCTV Africa** (posteriormente **CGTN Africa**) (con horas originadas en **Nairobi, Kenia** y dos subcentros de producción en El Cairo y Johannesburgo). En 2019 se agregó una tercera señal en inglés: **CGTN Europa** (con un estudio en **Londres**).

Cada versión tiene aproximadamente **seis horas de producción propia diaria** y el resto del tiempo se reproduce la señal de Beijing (con algún intercambio de programas) y con ciclos de repetición también de seis horas.

La situación del centro de producción británica es **paradójica**, porque en 2021 el regulador británico **Ofcom** —en razón de la transmisión de las “**confesiones forzadas**” y debido a su “control directo” por parte del **PCCh**— **le retiró la licencia a CGTN** para ser reproducida por las cableoperadoras o plataformas británicas.

Sin embargo, el centro de CGTN en Londres que produce la señal para Europa **continúa funcionando** sin problemas (la Ofcom no tiene jurisdicción sobre este tema).

Como represalia, China eliminó ese mismo 2021 la autorización para que la señal de TV de noticias de la BBC en inglés se pudiera **ver en hoteles**. El sitio de la BBC en chino se encontraba **bloqueado en Internet desde 2014** y, como ocurre con la mayoría de las señales de TV extranjeras, nunca se permitió la inclusión del canal informativo en inglés en **cableoperadores de China continental**.

Pero la BBC todavía estaba en **plataformas de Hong Kong**. Si bien la retransmisión de 24 horas en AM de su servicio mundial en inglés en la **radio pública de allí había ya sido cancelada en 2017**, seguía siendo retransmitida a la madrugada por otro canal de la **misma emisora pública** (RTHK Radio 4 en FM), que funcionaba hasta hacía unos años con desvinculación de Beijing.

No solamente fue cesada en ese vehículo, sino que comenzaron a interferirse con *jamming* algunas **emisiones de onda corta en inglés originadas en Londres**, que nunca había sido perturbadas. (Las de chino/cantonés por aire habían terminado en 2011 y fueron siempre interferidas desde 1989.)

A diferencia de las señales en inglés y en francés, **los canales de CGTN en español, árabe y ruso se generan completamente en Beijing**. Como toda entidad audiovisual importante, la **TV nacional china (CCTV)** tiene corresponsales, oficinas y miniestudios en distintos países del mundo (en Sao Paulo desde 2009 y en Ciudad de México desde 2010).

Estos corresponsales son a su vez utilizados por **CGTN** (usualmente en idiomas que no son en español, con sus voces traducidas), pero no son parte de esta última.

Las audiencias de la TV global china **no resultan claras**, ya que en general han sido provistas por el propio medio, sin verificación independiente y con numerosas inconsistencias e imprecisiones.

Una de las estimaciones más certeras puede ser la de Terry Flew en *Asia Dialogue*, que fijaba para 2017 la cifra de **50 millones de personas** en el mundo que accedían a las emisiones al menos una vez por semana. (Para el servicio mundial de la BBC, en 2024 y según Reuters, eran **365 millones** con esa misma asiduidad.)

En cuanto a **redes sociales**, estimaciones de dos académicos (Junhao Hong y Min Xu) muestran las siguientes cifras de **seguidores y suscriptores de CGTN en las redes sociales** (en millones de usuarios).

En **Twitter/X** eran para **2017 = 1,77 / 2022 = 13,28 / 2024 = 12,8**. En **Facebook** crecieron de la siguiente manera: **2017 = 52,69 / 2022 = 110 / 2024 = 123**. Y en YouTube llegaban en **2017 = 1,80 / 2022 = 2,91 / 2024 = 3,13**.

Por supuesto, la proporción de estos seguidores/suscriptores de CGTN puede variar significativamente según las **regiones o los idiomas de transmisión**, ya que hay zonas o lenguas en las cuales el medio tiene mejor o peor receptividad.

Una investigación citada por *The Economist* en 2018 decía que CGTN (inglés) tenía **73 millones de seguidores de Facebook** en ese año (más que la BBC y al-Jazeera combinados). Pero las dos terceras partes del tráfico del perfil provienen de China, lo que sugiere manipulación para inflar cifras de seguidores o “likes”.

Este tipo de **manipulaciones en las métricas y cuentas de redes sociales** de medios y plataformas chinas —evidentemente por instancias relacionadas con el gobierno— ha sido denunciado también por Freedom House en un informe de 2022.

Esto es compatible con la observación propia de que los videos de la **Voz de América (VOA) en español** en YouTube tenían, *a grosso modo*, al momento de su cierre en **03.2025**, un promedio de **20-25 mil visiones**, mientras los de la misma fecha de **CGTN Español** pocas veces superaban las **2 mil visiones**.

Más allá de las audiencias reales, hay otra parte de la historia: la programación de CGTN no solo despierta **desconfianza** para muchos que advierten su carácter de instrumento del **estado-partido chino**.

También resulta **poco atractiva para audiencias occidentales** (y para otras criadas en un ambiente de medios competitivos) tanto por las temáticas como por su **predecible tratamiento**.

Por supuesto, hay sectores acotados que se interesan en **cuestiones chinas** y que pueden seguir los programas, así como público que accede inicialmente a las transmisiones con algún interés **por su carácter de novedad o rareza**.

Nada de esto significa la constitución de una audiencia general relevante, ni tampoco que esos televidentes compartan necesariamente una **inclinación política por China**.

Aunque **no hay muchas mediciones de rating** para CGTN Español en América Latina, las pocas que se han hecho en plataformas como cable revelan **índices ínfimos**, por debajo incluso de la **media de los canales de noticias extranjeros** (que tienden igualmente a ser bajas).

No obstante, **sumando las audiencias en cada país** —tanto para las señales informativas como para CGTN Español— pueden obtenerse cifras de tamaño numérico **algo más nutridas**, si bien muy alejadas de los grandes medios nacionales o internacionales.

Durante sus primeros años de existencia, la **única posibilidad de ver la TV china internacional en América Latina** (como en muchos otros lugares) era sintonizarla con una **antena parabólica satelital FTA** o bien acceder a sus programas con dificultad a través

de una **Internet** que aún no estaba optimizada para descargar videos *on demand* y mucho menos para observar *streamings* en vivo.

El primer país donde se ofreció **CGTN Español** (entonces **CCTV Español**) fue en algunos cableoperadores de los **Estados Unidos**, en 2004. A partir de ese año se la podía ver asimismo en circuitos cerrados de **hoteles en Cuba**.

En 2005 ingresó a un pequeño sistema de TV paga de **Chile**, pero recién en 2007 logró ser retransmitida por operadores importantes de América Latina: **Cablevisión** -hoy **izzi**- (**Televisa, México**) y **Cable Onda** -hoy **Tigo**- (**Panamá**).

En los años siguientes la señal china en español fue expandiéndose muy lentamente en la región: en 2007 también se sumó a sistemas de cable marginales de **Bolivia** y **Brasil** y a un operador **hondureño** (2008). En **España** ya estaba en algunas empresas de TV paga a partir de 2008.

Para 2010 se retransmitían algunos segmentos en la TV cubana, los que desde 2014 se ampliaron a varias horas en **Multivisión**, cadena abierta que reproducía varios programas de señales internacionales (desde **Telesur** a señales “pirateadas” de los Estados Unidos).

En 2015 la señal —aún llamada **CCTV Español**— había ingresado al **canal 24.2** de la TV digital terrestre (abierta) de **Venezuela**. A partir de 2016 está en directo por **YouTube**, con lo cual **llega en tiempo real a cualquier persona con una conexión de Internet**.

Para 2017, ya con el nombre **CGTN Español**, fue incorporada por los sistemas de TV paga **Tigo Star** (**Costa Rica, Guatemala, Honduras**) y **Totalplay** (**Azteca**) (**México**), así como en **Orbit Cable** (**República Dominicana**). **Cable Tica** (hoy **Liberty**) (**Costa Rica**) solo ofrecía igualmente desde 2017 el canal en chino **CCTV-4**. Hoy día **Kölbi** (también en **Costa Rica**) brinda tanto **CCTV-4** como **CGTN Español**.

Entre 2018 y 2020 **CGTN Español** pasó a ser reproducida por **Claro** (**Nicaragua y Costa Rica**) y por **Claro, Movistar y Servicable** (**Perú**). En ese lapso **Cotel** en **La Paz** (**Bolivia**) y **Claro** (**El Salvador**) incorporaron el canal en chino para el extranjero (**CCTV-4**), pero no **CGTN Español**.

En 2021 **DirecTV Latin America** (Grupo **Werthein** desde ese año) incorporó **CGTN Español** y **CCTV-4**, con cobertura a toda Sudamérica a través de esa plataforma. En 2022 eliminó **CCTV-4**, conservando la señal china en español.

En **Chile** **CGTN Español** y **CCTV-4** están en la compañía **GTD Manquehue** desde alrededor de 2020.

En **Argentina** la operadora de cable **Telecentro** sumó **CGTN Español** en 2022. No está, sin embargo, en la grilla del otro proveedor importante de cable de la zona de Buenos Aires (**Flow**). Por breve tiempo lo había incorporado el grupo **Megacable**, un operador descentralizado que funciona en la Provincia de San Luis y otros lugares (2018-2020).

En **México** **CGTN Español** ingresó en 2023 como un subcanal de la TV digital terrestre (abierta) del multiplex de la compañía **Multimedios TV** (canal 6.1), que mantiene una alianza con medios chinos.

Por otra parte, cabe destacar que en 2020 **Cable Onda** -hoy **Tigo**- incorporó en **Panamá** un paquete de señales internacionales del grupo **TVB de Hong Kong**, siendo posiblemente

el único país de América Latina donde se pueden ver señales de ese lugar a través de un proveedor de TV paga.

En España, CGTN Español se ve actualmente por las plataformas pagas **Movistar Plus+** (IPTV), **Vodafone TV** y **Telecable**, así como en múltiplex de la televisión digital terrestre (TDT) en varias ciudades, en señal abierta.



Cablevisión -hoy izzi- del Grupo Televisa (México) y Cable Onda -hoy Tigo- (Panamá) estuvieron entre los primeros operadores de cable en América Latina que incorporaron la TV china internacional (entonces CCTV Español) en sus paquetes de señales.

¿Cómo es CGTN Español?

La señal **CGTN Español**, como las restantes de la TV global china, emite las **24 horas** y está disponible por *streaming* en forma gratuita a través de su sitio web. También se encuentra en **YouTube** y en los **cableoperadores** locales y plataformas **satelitales** regionales que se indican en el apartado anterior.

Como en las viejas épocas de Radio Pekín, la mayoría de **presentadores o periodistas — y en particular los que están en posiciones jerárquicas—** son **chinos que hablan en español**, con varias excepciones en otros niveles.

Al parecer, aciertan siempre a encontrar **comunicadores chinos que pueden expresarse en español**, jóvenes o mayores, hombres o mujeres, más serios o más informales y, a la vez, **especializados en distintos temas o asuntos**.

Esto resulta notable porque en la **mayoría de los medios globales mundiales**, casi todo su personal corresponde a **comunicadores oriundos de la zona *target*** y no del país que genera la transmisión.

Con esto se evitan **acentos o dicciones poco fluidas** y se genera más **cercanía y empatía** con las audiencias. Así, en **CNN en Español** casi no hay locutores o periodistas estadounidenses anglo, de la misma manera que en el servicio en castellano de **Deutsche Welle (DW)** tampoco hay comunicadores alemanes.

Sin embargo, a tono con las restantes emisoras, la totalidad de los **corresponsales específicos de CGTN Español en el exterior**, quienes están en América Latina, sí son originarios de la misma región y **profesionales de carrera**.

Así, por ejemplo, **Carolina Cayazzo** está en **Buenos Aires** (desde 2017, ex CNN durante 15 años) o **Juan Carlos Aguirre Romero** en **Ciudad de México**. Estos corresponsales envían sus notas para el noticiero (**Noticias CGTN**).

Para otros programas, tales como especiales que tratan con determinados temas latinoamericanos o sobre relaciones y cooperación bilateral parece **preferirse a enviados especiales chinos**.

Esto no descarta por completo a los corresponsales habituales latinoamericanos o a **aparentes *stringers* locales** que a su vez reemplazan a estos últimos en zonas no cubiertas o en ocasiones especiales (en particular en actos oficiales en embajadas o en empresas chinas en la región).

También a diferencia de la **BBC, CNN, France24, RT y DW** (que son **canales de noticias** que a veces se complementan con magazines y documentales), **CGTN** es un canal de *magazines*, ficciones unitarias o episódicas y documentales que se complementa **con noticias** y análisis. (En inglés **CGTN sí es una señal mayormente de noticias**, con una señal separada para documentales: CGTN Documentary.)

Todo, como ya sabemos, dentro de la “onda positiva” y unilateral de la **narrativa general china**, en la que no hay problemas, voces múltiples o alternativas ni aspectos negativos. Y dentro de los límites fijados por la “institución emisora” —nomenclatura legal china— que al final no es otra cosa que el mismo **gobierno y el PCCh**.

Los espacios propiamente informativos se limitan a **Noticias CGTN**, apenas dos o tres emisiones diarias de **30 minutos** con noticias originales renovadas. Con repeticiones totaliza cinco emisiones a lo largo del día.

Noticias CGTN sigue un **formato de propaganda**, si bien ligera, por lo que dice o bien por lo que oculta, con notas centradas en la **actividad oficial** o desarrollos chinos, así como temas latinoamericanos. Estas últimas, en particular, muchas veces son **superficiales o meramente “de color”**.

Los ciclos de programación son **aproximadamente de 6 horas**, luego de lo cual más o menos se repiten los mismos programas con excepciones a la noche latinoamericana (aproximadamente el horario 01:00-04:00 UTC).



Placa de identificación de CGTN Español, que muestra la sede de la televisora global china (seis canales) y de la TV nacional china CCTV (un canal internacional en chino y más de 25 canales generalistas y temáticos). El edificio se inauguró en 2012, tiene 51 pisos y está compuesto por dos torres unidas, en la calle Guanghua (tercer anillo este) del distrito financiero de Beijing. Los residentes suelen llamarlo coloquialmente “el pantalón” (captura de pantalla).

Los programas de CGTN Español: una publicidad continuada de China

Los programas que se emiten actualmente por la señal lineal de CGTN Español son casi los mismos de hace una década, con cierta rotación de comunicadores.

En la siguiente muestra se **excluyen las noticias** (—que serán analizadas en forma **separada**, más adelante, en el apartado **Noticias CGTN Español: más positividad**—) y se tomó el ejemplo de la **programación del 19.08.2025 (fecha UTC)**, más otros programas que son parte de la grilla pero que ese día no se transmitieron.

“Diálogo”. *“Entrevistas a personalidades, funcionarios y académicos”*, según su propia descripción. Es presentado por el analista **Jia Jiabin** y a veces por la periodista **Shan Qian**. En el espacio observado Jia relata la historia del vertedero de una siderúrgica de China que se transformó en un símbolo de recuperación ecológica, **recorriendo el lugar y hablando con sus responsables**.

Puede haber además entrevistas en estudio, como una emisión anterior en la que se dialogó con una **académica china en Beijing**, **que se expresó en español**, para hablar de las **características y logros de los Planes Quinquenales chinos** en la historia y la actualidad.

En otros programas, Jia también dialoga (en el estudio o por conexiones) con **expertos chinos, latinoamericanos o españoles**, quienes tienden a convalidar el punto de vista oficial.

A veces Jia se contacta del mismo modo con **periodistas de medios latinoamericanos o españoles**, ya sea en función de responder preguntas de aquellos para **suministrar el punto de vista chino** o, al contrario, para **inquirir sobre algún tema en el país correspondiente**. En este último caso, los contactos son de **preferencia con países o medios afines a China** (Venezuela, Nicaragua y otros).

“El proyector”. Es un espacio dedicado a la “proyección” de películas o telenovelas. Fue observada la telenovela china “Nunca rendirse”, episodios 26 y 27 (45 minutos cada uno), doblada al español. Su placa de inicio aclara que la **“Institución emisora” es la Administración de Radio y Televisión de Fujian**, con **Licencia de distribución (FJ) JSZ (2020) N.003**.



Antes de 2017-2018, las telenovelas y películas estaban subtituladas. Solo desde entonces comenzaron a pasarse **dobladas al español**.

“Así es China”. Documentales sobre *“el gran legado cultural e histórico de la distintas regiones y etnias de China”*. Se emitió *“Hainan, el misterio de la selva”*, que trataba de la vida de animales de esa zona.

“Diarios de viaje”. *“La gran diversidad existente en China a través de entretenidos y cautivadores viajes”*, dice la descripción de CGTN. Transmisión observada: un paseo por la ciudad de Quanzhou realizado por Wang Xiaochuan y Ye Fan, ambos periodistas de CGTN que se expresan en español. Producción original para la señal en ese idioma.



“Ronda artística”. *“La diversidad artística de China, lo mejor de sus cantos y danzas, óperas tradicionales y (...) expresiones de arte folclórico”*. En la emisión observada: *Lo Sao* - Historia de un autor de teatro de sombras y la de un jubilado que interpreta música.

“Saboreando chino”. Programa gastronómico. Observado: las innumerables opciones para comer pescado en Sinchuan.

“Nihao China”. Vida de extranjeros en China. En la emisión observada los casos son precedidos de acotaciones como *“eligen crear sueños”* o bien hablan de una vida en la que *“cada día está lleno de sorpresas”*. Una de las notas muestra la historia de un publicista estadounidense que decidió quedarse en Beijing y abrir una empresa de cerveza artesanal.

Documental. En la transmisión observada, *“Las delicias de mi tierra natal. Primavera”*: la provincia de Hunan, su gastronomía y las tradiciones campesinas.

“China desde el cielo” (microprograma). *“Acércate a Guangdong”* (Cantón). Tomas aéreas de su capital, Guangzhou, incluyendo la imponente antena de TV de esa ciudad, con relatos de locutor.

“América ahora”. Notas sobre América Latina, presentadas por la comunicadora Wu Shuoyu. En la emisión observada la historia del pionero de la aviación brasileña Santos Dumont y la actualidad de la empresa Embraer. También, una nota sobre el cultivo del cacao en Ecuador.

“En directo”. Especial. Transmisión observada: Visita de Xi Jinping - Ceremonia de conmemoración del 60º aniversario del establecimiento de la región autónoma de Xizang (Tibet). La transmisión se tomó de la TV nacional china interna, CCTV y fue

relatada y comentada en español por las comunicadoras de CGTN Wu Shuoyu y Deng Ying.

Una de las partes de la nota decía: *“El presidente chino, Xi Jinping, se encuentra en la región autónoma de Xizang, para asistir [a los eventos conmemorativos, que mostraron] esfuerzos vibrantes por construir un nuevo Xizang socialista (...) [Con] el dinamismo generado por la reforma (...) [se llega a] un nuevo Xizang, próspero y feliz”*.

“Mirada económica”. No emitido el día de la observación. La emisión previa, presentada por Deng Ying, se dedicó al **desarrollo económico y la reducción de la pobreza**. Hubo un contacto entre un directivo chino en Perú de la empresa MMG y un **“analista de CGTN”**, Gabriel Salgado.

El primero habló de inversiones que **beneficiaban al Perú** y Salgado ponderó la **reducción de la pobreza en China**. No se aclaró en ningún momento que **MMG es una empresa de propiedad mayoritaria del estado chino que opera minas en Perú**.

“Café de CGTN”. No emitido el día de la observación. Normalmente presentado por Deng Ying. Intercambio de opiniones **entre los comunicadores de CGTN**, que a veces incluye **periodistas invitados de América Latina** que están de visita en China. Los temas pueden ser muy variados y van desde “transformaciones contemporáneas en los museos”, “costumbres del año nuevo chino” o “la era de la inteligencia artificial”.

Lo que se puede concluir de estas **observaciones de la programación de un día de CGTN** es que su mensaje es el de una **exaltación omnipresente de China** en un marco de **positividad** que apela a **sensaciones placenteras, divertidas, de belleza, de armonía, de entusiasmo por el futuro y al impacto de las buenas noticias**.

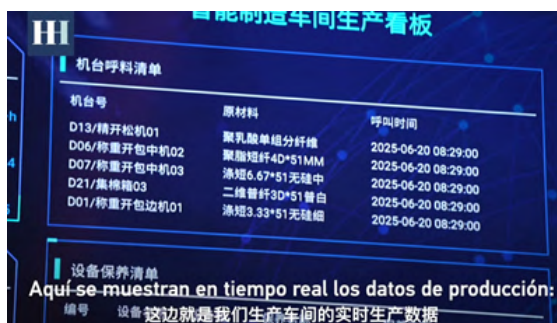
En suma, algo que sería el mayor deseo de cualquier ejecutivo “capitalista” de *marketing*: **convertir toda la comunicación en una publicidad continuada de un producto, en este caso, China**.

Esto no quita que varios de estos programas —en los que se invierten cuantiosos recursos— estén **bien logrados** o resulten **interesantes** para conocer otras culturas o realidades, pero siempre deberá tenerse en cuenta su **contexto de realización, lo que no se muestra y su propósito último**.

Con respecto a **Tibet en particular** —que China llama **Xizang**— y en relación con la **cobertura de CGTN**, cabe recordar que Freedom House, Amnesty International y Human Rights Watch, entre muchas otras entidades, **señalan a Tibet como uno de los territorios menos libres y con mayor represión del mundo**.

Las libertades políticas, de expresión, religiosas y de asociación están todavía **más afectadas que en el resto de China**. Durante los años 50, el territorio fue **invadido y ocupado por Beijing** y una rebelión popular contra el régimen fue cruentamente aplastada.

Las violaciones de derechos humanos actuales en este territorio incluyen además la **relocalización forzada** de su población, **campos de reeducación** y medidas compulsivas para **cambiar la composición étnica**.



En CGTN casi todo es un ensueño de maravillas permanente: la cultura, la comida, los paisajes urbanos o rurales, la actitud de la gente y hasta lo político o lo tecnológico (distintas emisiones de 2025) (capturas de pantalla).



La placa con que se presentó el programa de CGTN Español del 19.08.2025 que conmemoraba los 60 años del establecimiento de la Región Autónoma de Xizang, nombre utilizado por Beijing para referirse al Tibet (captura de pantalla).

Noticias CGTN Español: más positividad

Las noticias de la TV lineal de CGTN, cuando se trata de **China o de China internacionalmente involucrada**, intentan reflejar la misma **positividad** que el flujo general de comunicación: **buenas noticias** de gestión de gobierno, económicas o aun “de color”.

Pero también deben reportar sobre **actividades de gobierno**, en especial **actos o visitas de Xi Jinping** y altos funcionarios.

A los encuentros **bilaterales de dignatarios chinos con pares de otros países** (y en particular la firma de acuerdos), se les asigna **mucha importancia** por un doble motivo: porque significa el **avance geopolítico de China** y porque le permite a Beijing proclamar los **lazos de “amistad y cooperación”** con la nación correspondiente.

Se puede observar en los programas de noticias (*CGTN Noticias*) la siguiente **jerarquización noticiosa** en orden de importancia y transcurso secuencial de tiempo:

- 1) noticias internacionales con involucramiento de China o actividad/visitas importantes de Xi Jinping o altos funcionarios,
- 2) noticias sobre actualidad china,
- 3) notas “feature” (características) sobre China,
- 4) noticias internacionales generales,
- 5) noticias latinoamericanas y eventualmente de España (zonas de destino de la transmisión)

*(Es interesante destacar que se trata de una **jerarquización noticiosa** que no se sigue en las **emisiones globales occidentales**. En ellas se destacan en primer lugar las noticias más importantes en el mundo y/o en la región de destino y luego las menos importantes.*

El país de origen de la emisión no está necesariamente presente y es tratado como una nación más de acuerdo a si se produce un hecho noticiable. Las notas sobre aspectos particulares del país de origen o que tengan algún vínculo relevante con la región target, pero que no tengan valor noticiable, se ubican en forma separada en programas especiales, distintos al noticiero.

*La antigua VOA –Voice of America, la emisora internacional de los Estados Unidos– pre-1990, tenía un **ordenamiento noticioso en algún sentido similar al de China**: se destacaban ante todo las noticias internacionales que involucraran a Estados Unidos, con la diferencia que había pocas noticias domésticas norteamericanas que, en cambio, China incluye en mayor cuantía. Luego de los 90, la cobertura noticiosa de la VOA tendió a parecerse al resto de las emisoras globales occidentales.)*

La emisión de **las 05:00 UTC de Noticias CGTN**, igualmente del **19.08.2025**, presentó los siguientes titulares y contenidos:

- Reunión del **primer ministro indio y ministro de Relaciones Exteriores chino** en Nueva Delhi.
- **Aumentan ingresos fiscales de China.**
- Gobiernos provinciales de china **reducen “cargas financieras” a empresas e implementan “subsidios de I+D a las pymes privadas”.**



- Dos nuevas películas de animación chinas han causado “gran impacto”.
- *(Promoción –a modo de spot–: Ciudad de Beijing - Imágenes).*
- **1944: Recuerdo de la “guerra china de resistencia contra la agresión japonesa”.**
- **Turismo histórico se desarrolla en Nanjing** tras éxito de película “*Dead to rights*” [sobre la masacre de Nanjing cometida por el ejército japonés en 1937].
- Presentación de la serie de CGTN “*Un Viaje a la Prosperidad*” que conmemora el 60 aniversario del establecimiento de la “región autónoma de Xizang” [nombre que China le da a Tibet] y “repasa el proceso de modernización”. Nota de un humedal urbano en Lhasa.
- *(Promoción –a modo de spot–: “Cierra el grifo y apaga las luces cuando no los necesites (...) Un estilo de vida bajo en carbono, un mejor futuro”).*

- **Qatar** confirma que Hamas respondió positivamente a una propuesta de alto el fuego en **Gaza**.
- **Costa Rica** se enfrenta al cambio climático (Oscar Núñez, corresponsal en Costa Rica).
- **Guerra arancelaria:** Estados Unidos elevó aranceles al sector pesquero de Brasil (Liz Sacramento, corresponsal en Brasil de CCTV para CGTN Español, hablando en español).

(Liz Sacramento aparece también como presentadora o corresponsal en el programa “Mundo China” que coproduce CCTV con la red Bandeirantes de Brasil —ver imagen, más adelante, en el apartado “Mundo China” de Bandeirantes (Brasil)—.)

- **Final y despedida.**
- **Temperaturas y pronósticos** en China, Taiwán, Europa, América del Norte y América Latina.

Mientras se transmitía el programa informativo, en la parte inferior de la pantalla desfilaban en un ‘**ticker**’ las siguientes noticias (repetidas constantemente en *loop*):

- Exposiciones sobre la “guerra china de resistencia contra la agresión japonesa” (II Guerra).
- Ministro de Defensa chino se reúne con funcionario de Defensa de Singapur.
- Créditos para energías renovables crecen en Brasil.
- Argentina privatizará la empresa de agua.
- Chile oficializa candidatos a las elecciones presidenciales.

El noticiero fue presentado en esa oportunidad por **Octavio Fernández**, periodista mexicano de CGTN desde sus inicios en 2003 y quien ya vivía y estudiaba en China en los 90.

Otro de sus presentadores habituales es **Fan Ye**, pero de hecho puede ser conducido en **forma alternada por buena parte** de los comunicadores que aparecen en cámara en Beijing.

Según se aprecia en la cobertura analizada del 19.08.2025, el noticiero (sin considerar el ‘**ticker**’) brinda un panorama **abrumadoramente chino**, con solamente una noticia internacional que **no se relaciona con China ni con América Latina** (Qatar/Gaza).

Hay solo **dos noticias** sobre la **región latinoamericana**, ninguna de actualidad inmediata. La primera es más un “**feature**” (Costa Rica y el cambio climático). El otro ítem, que sí puede considerarse más informativo, es la **reacción en Brasil** a los aranceles pesqueros de los Estados Unidos.

En suma, las noticias pueden brindar un **panorama aceptable** de desarrollos de la **actualidad china**, sin profundizar ni mostrar aspectos negativos o críticos, pero son **decididamente incompletas** en lo que se refiere al mundo y a la misma **zona target, América Latina**. Todo esto **apenas mejora** si agregamos las cinco noticias del ‘**ticker**’, expresadas en muy escuetas frases.

Noticias CGTN adoptó el presente esquema luego de 2017-2018. Tal periodo corresponde al momento en que la programación en español de radio (CRI) comenzó a convertirse en contenidos de “relleno” y, a la vez, cuando se decidió impulsar la TV global.

Antes de esa época, cuando la señal se llamaba **CCTV Español**, prácticamente no había corresponsales en América Latina ni demasiada capacidad de producción propia en español.

Hace una década, por ejemplo, el noticiero del 12.12.2015, no tuvo una sola noticia latinoamericana y sus notas del final son “de color” sobre China y sobre Hollywood, lo que indicaría que en ese entonces, al menos en lo fundamental, se realizaba una traducción del noticiero en inglés.



El periodista Fan Ye, en la imagen, es uno de los actuales conductores de CGTN Noticias. En esta ocasión, Fan —quien habla el castellano con un marcado acento español— informa que el 20.08.2025 se presenta en Tashkent, la capital del vecino país de Uzbekistán, un libro sobre Xi Jinping y nada menos que “el respeto y la protección de los derechos humanos”. Era un gesto con el cual Beijing buscaba justificar y ‘blanquear’ —en este caso particular— su política hacia los uigures.

Uzbekistán también alberga una minoría étnica de uigures, mucho más pequeña que la residente en China. No son particularmente perseguidos por razones étnicas (si bien Uzbekistán está considerado en general un país con escasas libertades), pero sí son invisibilizados y vigilados —al contrario de otros países de Asia Central—, a la vez que Tashkent evita cualquier actitud o mención sobre el tema que incomode a China. Puede tener alguna colaboración represiva con Beijing en la materia e impide activamente que los uigures del país centroasiático se solidaricen con los del otro lado de la frontera.

Las relaciones entre Uzbekistán y China son correctas, pero están sumidas en contradicciones varias: a la vez que hay acuerdos de cooperación entre la TV estatal de ambos países, desde transmisores de onda corta en Tashkent tomados en alquiler por varias ONG noruegas, todavía en 2025 se seguía emitiendo la señal de Voice of Tibet (ཨ་ཁོ་མོ་ལྷོ་གླིང་གི་ཁ་སྐད་). Es un programa radial opositor con destino a esa zona que es interferido con fuerte ‘jamming’ por las autoridades chinas (captura de pantalla).



Las noticias el 12.12.2015 presentadas por Hao Jia, cuando la señal se llamaba CCTV Español (captura de pantalla).

Lo que no está en TV: aparece la negatividad

Los programas que salen al aire en CGTN no agotan la cuestión. Además de lo que se ve en la señal lineal, la página web de CGTN (o su canal de YouTube) presenta una importante **cantidad de materiales**. Es en ellos donde hacen su aparición **mensajes “duros”** o notas con carga de negatividad.

Por un lado, hay **contenidos divididos en categorías** (*China, Mundo, Hispanoamérica, Deportes, Cultura, etc.*) que son en su mayoría recortes en forma de transcripciones **textuales** de las mismas **Noticias CGTN** y otros programas (con sus videos), así como cables de Xinhua u otros medios globales.

Esos contenidos son en su mayoría **neutros**, **“positivos”**, **superficiales**, **“de color”** o siguen la **agenda china** (Iniciativa de la Franja y la Ruta, posición sobre el Covid, etc.)

Por otro lado, hay una categoría llamada ***Opinión***, cuyos contenidos no suelen aparecer en la portada y que **antes de 2017, sugestivamente, no existía**. En esta categoría se coloca una serie de textos relacionados con temas de **política internacional** o de **involucramiento internacional de China**.

Estas notas escritas de ***Opinión*** **no siempre tienen relación con lo que se transmite en español en la señal de TV lineal**. Son, en varios casos, **artículos de tono negativo y confrontativo** o de **“advertencia”** o **exhortación**.

En otros casos muestran una **asertividad muy ideologizada y propagandística**, o bien, **explicaciones sobre posiciones de Beijing** de política exterior, geopolítica, desarrollo económico o de temas de cooperación.

Las notas **no tienen firma ni atribución**, pese a lo cual en un limitado número de oportunidades se coloca la siguiente leyenda: **“Este artículo refleja las opiniones de su autor, que no necesariamente coinciden con las del equipo editorial de CGTN Español”**.

Algunas de las notas parecen basadas en materiales —no acreditados— de Xinhua, del *Diario del Pueblo* o *China Daily*, aunque es posible que la mayoría sean **escritas especialmente para CGTN** (en inglés, español u otros idiomas). Pese al descargo de responsabilidad pueden considerarse en la práctica **posiciones oficiales** del gobierno chino.

La negatividad y los ataques **nunca se dirigen a países o gobiernos latinoamericanos**, ni siquiera a los que tienen posturas más divergentes de China. Tampoco a **África**, al **mundo árabe** (incluidos los dirigentes palestinos), a la mayoría de **Asia** y a **Rusia**.

En cambio, se enfocan hacia **Estados Unidos y Taiwán**, y eventualmente (según las épocas) a **Reino Unido, Filipinas, Japón, India, Australia** y ciertas naciones de la **Unión Europea** o a la **UE como bloque**.

Y a pesar del apoyo de China a los líderes **palestinos y a las naciones árabes más antijudías**, los ataques pocas veces se dirigen en forma directa contra **Israel**, no obstante que pueden reproducirse críticas de la oposición interna y de países occidentales.

Israel acusó a la señal de **antisemita** por una nota de 2021 donde aludía a “poderosos grupos de presión judíos” y a la “influencia de los judíos adinerados” como **responsables de la postura proisraelí de Washington**. Este tipo de alusiones, sin embargo, no es parte de la narrativa habitual china.

Con menor frecuencia, las notas pueden todavía polemizar con **personas o entidades** de cualquier lugar que **cuestionen de algún modo a China**.

Es importante advertir que, si bien **siempre hubo críticas relacionadas con Taiwán**, las polémicas o ataques contra el **resto de los países** —incluso **Estados Unidos**—, que abarcan a veces apreciaciones sobre cuestiones internas, **no eran usuales en la comunicación china antes de mediados de la década de 2010**.

A tal punto era así que, como se indicó antes, la propia sección **Opinión** fue **agregada** en el sitio de CGTN Español **hace menos de una década**.

Dentro de dicha sección **Opinión** de la televisora internacional china, esta es una muestra sobre notas **confrontativas-negativas**:

Ayuda de Estados Unidos a Ucrania, ¿un almuerzo gratuito? (22.05.2022)

Una idea perversa de Biden sobre China en su viaje a Oriente Medio (07.12.2022)

La metáfora de Musk de estar unidos como “siameses” merece la consideración de los políticos de Washington (06.01.2023)
(Se basa en la declaración de Elon Musk: “Los intereses de Estados Unidos y China están entrelazados, como gemelos siameses inseparables el uno del otro”).

Tomar China como excusa no hará realidad el “sueño Asia-Pacífico” de la OTAN (10.07.2024)

Estados Unidos carece de sinceridad y eficacia en la ayuda a África (17.10.2024)

¡Veamos cómo los políticos estadounidenses explican la gran mentira que inventan para Xinjiang! (08.06.2022)

Frente a una guerra arancelaria, el apaciguamiento nunca es una opción (22.04.2025)

Cien días de inestabilidad sacuden a Estados Unidos (01.05.2025)

Jugando con la debilidad y vendiendo miseria: Descifrando la estrategia de chantaje de Filipinas en el mar Meridional de China (08.06.2025)

La falacia de la “independencia de Taiwán” de Lai Ching-te [presidente de Taiwán] no puede sacudir el patrón de una sola China de la comunidad internacional (09.07.2025)

Filipinas se está convirtiendo en el epicentro de la inestabilidad en el mar Meridional de China (29.07.2025)

La ‘victoria imaginaria’ de Lai Ching-te y su papel como “peón descartable de EE.UU.” (05.08.2025)

80 años después de la guerra, es hora de que Japón trate su “amnesia histórica” (17.08.2025)

Las siguientes notas funcionan como una suerte de ***advertencias*** que a veces preceden a ***ataques***, ***sin dejar de pertenecer a la categoría negativa-confrontativa***:

Políticos lituanos deben reconocer sus errores y tomar el camino correcto (25.01.2022) [*advertencia*]

La cooperación chino-estadounidense puede conducir a muchos logros (22.12.2024) [*advertencia*]

Se espera un buen comienzo y avances en las relaciones entre China y EE. UU. (21.01.2025) [*advertencia*]

¿Por qué la ‘guerra comercial global’ de EE.UU. contra el acero y el aluminio no logra sus objetivos? (12.02.2025) [*ataque*]

¿A quién le bloquean el camino las restricciones estadounidenses a la ‘inversión bidireccional’ con China? (24.02.2025) [*ataque*]

China rechaza el acoso de EE.UU. con su política arancelaria: contra la hegemonía, por la justicia y siguiendo el camino correcto (07.04.2025) [*ataque*]

Es el momento adecuado para impulsar una relación más sólida entre China y Australia (17.07.2025) [*advertencia*]

¿Puede Canadá humillada por EE.UU. implorar su piedad calumniando a China? (16.02.2025) [*advertencia*]

Canadá demuestra que halagar a EE.UU. es un mal negocio y tiene consecuencias (10.03.2025) [*ataque*]

La UE no debe dejar pasar el último “período de ventana” para resolver el conflicto de vehículos eléctricos (23.08.2024) [*advertencia*]

El impuesto sobre los vehículos eléctricos chinos acaba perjudicando a la propia Unión Europea (31.10.2024) [ataque]

Las siguientes notas son de **asertividad muy ideologizada y propagandística**, o bien, **explicaciones sobre posiciones de Beijing**:

Buscar la felicidad para la gente es la búsqueda inquebrantable del Partido Comunista de China (17.10.2022)

Historias chino-árabes, sinceridad, confianza y apoyo (07.12.2022)

¿Cómo trata China con el mundo? Esta ley lo expone claramente (01.07.2023)

China lleva 60 años haciéndolo bien (31.12.2023)

La modernización al estilo chino traerá nuevas oportunidades al mundo (10.02.2024)

¿Cuál es la razón que movió a las Naciones Unidas a dar un “caluroso aplauso” a la protección de los derechos humanos en China? (06.07.2024)

La democracia popular de proceso completo es una importante garantía para la creación de dos milagros en China (05.10.2024)

¿Cómo mantener una economía resiliente? (18.06.2025)

¿Qué significa la ‘cooperación del BRICS ampliado’ para el Sur Global? (09.07.2025)

Este informe de resultados da al mundo motivos para ser optimista con respecto a China (17.08.2025)



El durísimo “artículo de opinión” de CGTN contra Filipinas del 08.06.2025 (captura página web)

Hora de Hablar: Jia y Zhou o “Roberto e Isabel”

Además de las notas indicadas en los apartados anteriores, en la mencionada sección **Opinión** del sitio web de CGTN hay videos llamados “***Hora de Hablar***”, que no se transmiten en la señal lineal ni llevan el logo de CGTN.

En ellos intervienen dos integrantes de la señal televisiva: el periodista de temas internacionales Jia Jiabin y la comunicadora Zhou Jiaogui, a quienes se puede definir como dos “**comentaristas**”.

En la señal lineal de CGTN, Jia presenta el espacio semanal **Diálogo**, mientras Zhou aparece ocasionalmente en algunos programas. Pero ambos cumplen una función altamente política en videos como **“Hora de Hablar”** y otras actividades.

Jia Jiabin formula la mayor parte de comentarios de “línea dura” es decir, los mensajes más **negativos y confrontativos** o bien los más **ideologizados**. Aunque este rol es solo un aspecto de sus distintas intervenciones, se trata de una **función separada de la transmisión lineal de CGTN** —que sigue una línea “positiva” o “liviana”— y quizás por esa razón es que **carecen del logo del canal**.

En la página del propio canal, Jia dice que ofrece **“una visión personal”** para que la audiencia **“conozca mejor lo que está ocurriendo en China y en el mundo”** ya que en muchas noticias **“posiblemente exista un trasfondo más complejo, factores desconocidos o algunos desenlaces que nos sorprendan”** [subrayado propio].

Jia presenta comentarios contra el “secesionismo” de Taiwán con títulos como: **“títeres al servicio de Washington”** (27.06.2025), **“democracia arrinconada por la censura”** (20.05.2025) o **“votantes convertidos en carne de cañón”** (21.05.2025).

En **¿Qué es la democracia consultiva de base?** Jia explica que la **democracia en China “es la participación de ciudadanos de municipios, aldeas (...) a través de diálogos organizados (...) bajo el liderazgo unificado del PCCh”** (22.03.2023).

Otros videos de Jia: **¿Es la democracia al estilo estadounidense la que necesita el mundo hoy?** (01.04.2023) o bien **¿Salvarán los aranceles recíprocos la industria manufacturera estadounidense?** (30.04.2025).

Zhou Jiaogui tiene a su cargo videos sobre la agenda de desarrollo y cooperación china. Sus videos pueden ser más bien descriptivos o explicativos, como en la subserie de **Hora de Hablar** llamada **La Fuerza de la Innovación** (06.08.2025). En uno de esos videos visita una fábrica de automóviles y otra de autopartes que emplean “nuevas energías” y que permiten elaborar nuevas clases de materiales.

“¿Qué son estos dos tipos de nuevos materiales? —se pregunta la introducción del video—. Nuestra presentadora, Zhou Jiaogui, los acompaña a conocerlos”.

En la misma subserie, **Historia y presente: Salto tecnológico en la antigua Ruta de la Seda** (22.07.2025), otro video es presentado de esta manera: **“[en la antigua] Ruta Marítima de la Seda (...) las tradiciones textiles cobran nueva vida gracias a la innovación tecnológica”.**

Y agrega: **“al combinar el arte ancestral con tecnologías modernas como el 5G, ¿qué nuevas posibilidades ofrecen a la industria? Hoy vamos a la ciudad de Jieshou, provincia de Anhui, para conocerlas”.**

Aquí la pieza comunicacional se adecua a la narrativa china sobre la **Iniciativa de la Franja y la Ruta**, un proyecto lazado por Beijing con fines simultáneos de expansión geopolítica y de propaganda.

Con la muy actualizada y agradable presentación de Zhou, los videos quizás también recojan una **tradición del fondo de la historia que viene del maoísmo y del comunismo inicial**, que se fascinaba con las imágenes o descripciones de fábricas, establecimientos o implementos industriales.

Zhou puede a veces formular algunos **comentarios de alto voltaje político** si bien con menos frecuencia que su compañero Jia.

Por ejemplo, participó en una **serie sobre Taiwán** donde aparece diciendo que su presidente *“evade deliberadamente las preocupaciones reales de los residentes de la isla”* y que su partido, el DPP, *“desdeña las leyes económicas más básicas”*. El líder de la isla, sostuvo Zhou, *“carece (...) de la voluntad y la capacidad para resolver problemas”* (17.07.2025) [subrayado propio].

Tanto Jia como Zhou representan las **personas de mayor confianza política del PCCh** dentro de **CGTN Español**. Son los únicos, en dicha señal, que **formulan comentarios de fuerte carga política y geopolítica** en videos y textos que se alojan en las páginas de la televisora china. Pese a que se muestran como “personales” es imposible dudar que se trata de la **posición oficial del gobierno y del partido**.

Esto explica también la **estabilidad** de ambos en la señal, donde existe bastante rotación en la mayoría de sus niveles. Jia está en ella casi desde sus comienzos, en **2006**, cuando se graduó y Zhou desde **2016**, tras haber trabajado en la Oficina Comercial de la Embajada de China en España.

Es por esta razón que en eventos o contactos de **alta sensibilidad política** ambos son **seleccionados** para trabajar en nombre de la emisora. Cuando Honduras cortó relaciones con Taiwán y las estableció con China, en 2023, **Zhou fue enviada especialmente a Tegucigalpa** para realizar notas y entrevistas, particularmente con los medios estatales de la nación centroamericana.

Y en ocasión de las escandalosas elecciones en **Venezuela** (con proscripciones y un fraude de dimensiones mayúsculas), Jia fue el encargado de los frecuentes contactos con el **Centro Venezolano de Estudios sobre China (CVEC)**.

El CVEC es un apéndice tanto de **China** como de la **dictadura venezolana** y Jia difundió las notas en el programa *Diálogo* y en sus videos propios. Tanto el CVEC como China **celebraron sin problemas las elecciones de 2024** y felicitaron a **Nicolás Maduro**.

Un tuit (hoy X) del 06.05.2020 del propio **Maduro** decía *“Presidente @NicolasMaduro saluda la participación del periodista de CGTN Jia Jiabin, en la rueda de prensa Internacional, y adelanta que pronto estará visitando la República Popular China”* [subrayado propio].

Jia y Zhou ofrecen un **aspecto más informal y relajado** en unos videos grabados con formato celular, optimizados para su circulación por TikTok y otras redes. En esas instancias adoptan los nombres de **“Roberto”** e **“Isabel”**.

Estos videos se han unificado últimamente en la serie **“Cita con Isa”**, aludiendo a **Isabel (Zhou)** pero en la que aparece también Jia, tratando informalmente (sin estar en un estudio y sin un guión) **temas serios** o aun hablando de **cuestiones livianas**, como el Año Nuevo Chino.

Entre otros videos de 2025 de **“Cita con Isa”** están los de *‘Verano en Familia: Tendencias de turismo, taquilla y educación’* o *‘Día de los Niños’*, pero también *‘Nuevos aranceles de los Estados Unidos’* y *‘Semana del Foro China-CELAC’*.



Jia Jiabin en 'Hora de hablar', en una subserie titulada 'La Realidad desmiente el secesionismo de Lai Ching-te', contra el presidente de Taiwán. En esta ocasión (27.06.2025) el comentario fue 'Títeres al servicio de Washington'. Como otros videos similares, no lleva el logo de CGTN, no se transmite en la emisión lineal y está ubicado en secciones menos visibles del sitio web (captura de pantalla).



Partes del comentario de Jia Jiabin en 'Hora de Hablar' en el video de 27.06.2025, donde se refiere al presidente demoprogresista de Taiwán como "títere de Washington" y le augura que terminará como un "mero peón sacrificado" (captura de pantalla).



Otro comentario de Jia Jiabin en ‘Hora de Hablar’ (01.04.2023) (tampoco transmitido en la emisión lineal y nuevamente en un video sin el logo de CGTN) donde incursionaba en una temática que hasta años atrás era inusual: poner en duda la democracia liberal —“democracia al estilo estadounidense”— como modelo institucional en “el mundo” y, en cambio, ponderar indirectamente el modelo chino.

Debe destacarse que el comentario tuvo lugar dos años antes de que Donald Trump accediera a su segundo mandato presidencial, por lo cual no estaba siquiera motivado por la guerra arancelaria ni por desbordes o medidas controvertidas que caracterizan a la administración estadounidense actual (izq).

En una nota más “liviana”, pero también de la serie ‘Hora de Hablar’ (06.08.2025), Zhou Jiaogui presenta la subserie ‘La Fuerza de la Innovación’ en la cual explica la cuestión y muestra las industrias fabricantes de automóviles que usan “nuevas energías” (der).



En formatos optimizados para teléfonos celulares y sin ningún tipo de logo, el sitio de la televisora CGTN Español coloca un video en TikTok (29.07.2024) en el cual se informa que “China saluda los resultados electorales de Venezuela”, pese al evidente y escandaloso fraude en los comicios de ese país (der) .

En la serie de videos ‘Cita con Isa’ (por “Isabel”, Zhou Jiaogui) en la que participa también Jia Jiabin (con el nombre “Roberto”), ambos hablan de manera informal sobre temas que pueden abarcar cuestiones políticas, siempre con la narrativa oficial.

Los videos se hacen circular por redes sociales —incluso la misma Facebook, que está prohibida internamente en China—, pero no aparecen en la pantalla del canal, ni colocan su logo (aunque en una imagen Zhou y Jia se muestran en una oficina del canal con la inscripción “CGTN”) (cen e izq, videos de 18.08.2025).

Especiales, podcasts y redes sociales

El sitio web de CGTN muestra asimismo una sección de **Especiales**, los que pueden contener material muy variable, tanto en formatos como temática. A veces son videos de producciones emitidas por la **señal en español**, otras veces por la **TV nacional CCTV** y en ocasiones son videos sueltos o textos con fotografías para el sitio.

En cuanto a tópicos, pueden ir desde la ***Fiesta de la Primavera 2025: el año de la Serpiente*** hasta ***El Puerto de Chancay [Perú] brilla en el APEC***, así como ***25º aniversario del retorno de Macao a la patria***.

En otra sección del sitio denominada **Podcasts** hay materiales sonoros de la emisora **Radio Internacional de China (CRI)** en español, de algunos años atrás (radioteatros, cultura, cocina, “*China en chino*”) y que aún hoy se usan para las emisiones de “relleno” en la radio.

En otros casos hay podcasts nuevos, como “*China en Chino*” y “*Letras oídas*” que se colocan en nombre de **Onda China**, que es el nombre que hoy utiliza **CRI en español en las redes sociales**, donde continúa posteos que en general se adecuan al “flujo positivo”, además de publicitar esos mismos podcasts.

Algunos otros podcasts, como *Café y Te*, parecen haber dejado de hacerse. Hasta entonces, estos eran algunos de sus títulos: *Juventud, paz y futuro: Voces unidas por un mundo mejor* (30.07.2025), *La manera china de pasar un verano fresco* (24.07.2025) y *Fenómeno Ne Zha, protagonismo femenino en el cine y DeepSeek* (13.02.2025).

CGTN promueve también “**encuestas**” en redes sociales, algunas con preguntas notoriamente **capciosas** (al estilo de “¿Cree que Estados Unidos seguirá dominando el mundo?” -08.2022- y otras que están expuestas anteriormente) (—ver, más atrás, el apartado ***El candidato de Manchuria: ¿modelo chino en expansión?***—).

Sobre los **resultados de estas encuestas** en ocasiones se redactan algunas notas como si fuesen noticias. Al mismo tiempo, el **bajo número de participantes** en ciertas encuestas resulta completamente desproporcionado con la cantidad de seguidores, por lo cual hay quienes sospechan algún tipo de manipulación.

La agencia AP difundió una investigación en 2022 sobre cómo **influencers** y otros “usuarios particulares” chinos impulsan **propaganda del gobierno chino y del PCCh**, —a nivel internacional— en las redes sociales.

CGTN nombró en 2022 a una **joven editora de contenidos digitales**, He Beibei. Tiene cuentas en varias redes sociales donde **postea sin aclarar que es parte de un medio de comunicación estatal internacional chino**.

En Facebook, por ejemplo, tiene un perfil que es “**Beibei en China**” (en YouTube, X y otras redes: “Beibeicita”). Se define como “*Una china con corazón latino ♡ les transmite su energía positiva y les llevo a conocer una verdadera china 🌍*”.

Sus posteos pueden ser **absolutamente apolíticos** y con modos y contenidos “adorables” que sin duda **apelan a un segmento de público**, en particular jóvenes.

Así, en Facebook se ven algunos de sus posteos:

“Amigo, ¿tienes un minuto? Quería compartir con ustedes sobre el espectáculo nocturno en Anji: es como magia. Imagina a una diosa celestial suspendida en el aire, esparciendo flores” (25.08.2025)

“Después de un día agotador, nada mejor que reunirse con amigos y disfrutar de una auténtica comida Sichuanesa” (12.08.2025)

Pero también:

“Celebramos el triunfo de la lucha y la valentía del pueblo nicaragüense. Que el espíritu de justicia, soberanía y esperanza siga guiándonos. (...) ¡Viva la revolución! Y viva la amistad!” (19.07.2025)

“Estuve dos veces en Xizang [Tíbet]. ¡Fue experiencia maravillosa! (...) Xizang ha experimentado un rápido desarrollo económico y cultural. Se ha convertido en una región moderna y próspera” (13.08.2025)

Con toda seguridad He Beibei debe ser considerada de confianza en CGTN para que pueda evitar los guiones rígidos que caracterizan los contenidos de los medios globales.

Y no puede extrañar que la joven Beibei repita las mismas narrativas del PCCh. El 08.08.2025 emitió un posteo en X muy claro donde la influencer/directiva de CGTN dice: “Contar bien la historia de China es nuestra misión”: la misma frase de Xi Jinping que le atribuyó una misión a los medios y comunicadores globales chinos.



He Beibei (Beibei en China): “Contar bien la historia de China es nuestra misión”.

StarTimes: China distribuye en África

Los modos de **distribución de la señal** pueden ayudar en los índices de penetración. Esto es lo que pasa en África, región del mundo donde **CGTN y otros contenidos chinos** tengan posiblemente la mejor llegada.

A estas circunstancias no es totalmente ajeno el hecho de que una de las dos principales **plataformas satelitales y TV digital africana** sea de propiedad china.

StarTimes no solo es un **equivalente africano de DirecTV** (TV satelital directa al hogar o DTH) sino que también ofrece TV desde transmisores terrestres digitales (multiplex) y plataformas de *streaming*. Se trata de una **empresa privada china**, aunque con evidentes lazos con el gobierno de Beijing.

La compañía se creó en 1998 y en 2002 ingresó al continente africano. Primero comenzó a prestar **servicios satelitales DTH** y luego construyó redes de **televisión digital terrestre (TDT) para naciones que dejaban atrás la TV abierta analógica** (en esas nuevas redes digitales ubicó al mismo tiempo sus multiplex con paquetes de señales gratuitas y pagas). Desde 2018, además, brindó servicios **IPTV**.

StarTimes posee unos 13 millones de usuarios de TV satelital/digital y 20 millones de suscriptores de su *streaming* en **30 naciones africanas**, prácticamente la totalidad de los países subsaharianos. Es el **segundo proveedor de TV paga de África**. Asimismo, opera una plataforma de TV satelital directa DTH en **Pakistán** desde 2016.

La empresa desempeñó un rol crucial en **transformar la TV en África**. Hasta hace 20 años, las limitadas audiencias en la región accedían mayormente a un **par de canales (analógicos)** y el cable casi no existía.

Permitiendo el acceso gratuito a muchos canales y cobrando apenas 4 o 5 dólares mensuales una suscripción básica, **StarTimes logró llevar decenas de señales de TV** a numerosos lugares apartados y empobrecidos del continente.

Esto se potenció aún más cuando **China financió un gran proyecto de cooperación** con países africanos. El propio **Xi Jinping** prometió en 2015 llevar televisión a **10 mil aldeas de Africa**, meta que acaba de cumplirse en 2025.

La **empresa elegida fue, por supuesto, Star Times**, quien suministró parabólicas satelitales y construyó redes de transmisores de televisión digital terrestre (TDT) para los gobiernos o empresas de telecomunicaciones y que **también usará para sus propios servicios**.

Los **paquetes más baratos de StarTimes** incluían **CGTN, CCTV y otros canales chinos de entretenimiento**, así como **al-Jazeera**. En cambio, las señales de noticias occidentales como la **BBC, CNN o France 24** están en paquetes con mayor costo, fuera del presupuesto de muchas familias africanas.

Varias **ficciones chinas dobladas al inglés, francés, swahili o hausa** y transmitidas por CGTN o canales de entretenimiento de **StarTimes** han sido muy exitosas en naciones africanas desde que se emitió la primera en la TV estatal de Tanzania (TBC) en 2011: *A Beautiful Daughter-in-law Era*.

Doblada por personal del departamento de **swahili de CRI**, la telenovela —acerca de los problemas de una joven pareja china— tuvo en **Tanzania** un rating de **52 puntos** y fue repetida 4 veces, así como transmitida después en **Kenia, Uganda y Burundi**.

Aun así y pese a la facilidad de acceso, las **señales chinas no siempre convencen**. “*Tenemos noticias chinas pero no las veo*”, dijo una maestra keniana en una entrevista con la propia BBC. En **Kenia** es donde CGTN tiene la base de operaciones de su canal africano en inglés.

La nota de la BBC dice que muchas familias que recibieron parabólicas del proyecto de las 10.000 aldeas han **optado por no suscribirse** y mirar solo los **pocos canales gratuitos que StarTimes** ofrece (generalmente los de la TV abierta estatal del país correspondiente y otros).

El insuficiente ancho de banda del Internet fijo o móvil en Africa todavía traba una mayor adopción de OTT como **Netflix o equivalentes**, pero tales plataformas no tienen noticias o análisis de temas de actualidad. Pese a esta limitación que padece Internet en el continente, la IPTV de StarTimes —también con CGTN en los paquetes más económicos— ha registrado un **gran crecimiento** y en el futuro crecerá a expensas del satélite.

Por otra parte, la compañía **Multichoice** es la empresa líder de TV paga en **Africa**. Opera en los mismos segmentos que **StarTimes** y es su gran **competidora**. Inicialmente **sudafricana** y con sede allí (grupo **Naspers**), fue adquirida en 2025 por la francesa **Canal+**. Desde 2023 incluye **CCTV** y los canales en inglés y francés de **CGTN**.



El proyecto chino de las 10.000 aldeas en Ruanda (imagen del portal ruandés Taarifa) (der) y el logo de la proveedora de TV china StarTimes (izq).

Hoy en TV: confesiones forzadas

Desde 2013, la TV global china CGTN y el canal para chinos en el exterior CCTV-4 (además de la señal de noticias interna CCTV-13) han emitido en sus noticieros **casi medio centenar de “confesiones forzadas”** de personas mantenidas prisioneras, muchas veces por razones injustas o políticas.

Sobre todo, son “confesiones” **coercitivas de delitos antes o al margen del proceso legal**, lo que viola cualquier estándar internacional o aun la **propia ley china** acerca del derecho a un juicio justo, el acceso a asistencia letrada y a no declarar contra uno mismo.

A veces se trata de **occidentales o extranjeros** que trabajan o visitan China y que resultan **arrestados por alguna conducta considerada ilegal o que simplemente desagrada al régimen**.

Otras veces, esas “**confesiones forzadas**” son realizadas por ciudadanos chinos que hasta el momento estaban **desaparecidos por meses o años** y que de pronto anuncian que **se encuentran en la cárcel procesados o condenados** por delitos “**contra la seguridad del Estado**” u otros, que no son claramente especificados.

En otros casos, en respuesta a reclamos de Occidente, los afectados manifiestan que **han sido “bien tratados” o que están vivos**. Y en ocasiones formulan una **autocrítica por posiciones o conductas políticas “equivocadas”**, como las que eran características del estalinismo.

Algunos de quienes fueron liberados posteriormente —chinos o extranjeros— contaron efectivamente que las **declaraciones habían sido obtenidas en forma coactiva**, que se les brindó un **guión** y que en ciertos casos fueron objeto de **torturas**.

Las “**confesiones forzadas**” tomaban casi siempre **breves momentos en medio de los noticieros televisivos o las transmisiones**, siendo una excepción en el flujo de “**mensajes positivos**” de estos medios.

Generalmente se **transmiten completas en CCTV** y luego se reproducen en **noticieros u otros programas lineales de CGTN en inglés** o en cuentas de redes sociales de medios globales chinos igualmente en inglés (CGTN, pero a veces también CRI o Xinhua).

Por ejemplo, en 2013 y otra vez en 2014, **Peter Humphrey** —un experiodista de Reuters— fue **obligado a confesar en la televisión china delitos que no había cometido**.

Humphrey y su esposa fueron contratados por la farmacéutica GlaxoSmithKline para llevar a cabo una investigación interna en la compañía. En 2013 fue **detenido y acusado de “adquisición ilegal de información personal”** de ciudadanos chinos.

*“Me drogaron, me inmovilizaron en una silla, y así sentado me colocaron en una pequeña celda de metal. Entonces, los **periodistas de CCTV me enfocaron con sus cámaras y me grabaron, supuestamente leyendo las respuestas que ya me había preparado la policía**”, dijo Humphrey.*

El experiodista negó los cargos que se le hicieron. El regulador audiovisual británico, basándose esencialmente en este caso dispuso la **cancelación de la señal de TV china en plataformas de TV paga** por considerar que se violaban normas.

Grupos de derechos humanos y otros de la sociedad británica, indignados por este y otros casos, habían **reclamado insistentemente que se impusieran restricciones a estas transmisiones**.

Uno de los grupos más activos, a nivel global, en denunciar estas “**confesiones forzadas**” televisadas fue la **ONG Safeguard Defenders**, con sede en Madrid. Es la continuadora en Europa de la ONG China Action, **cerrada en 2016 por las autoridades chinas** y que se dedicaba a ofrecer asistencia legal a presos políticos; parte de su personal fue **detenido o “desapareció” por meses**.



La TV global china CGTN y el canal para chinos en el exterior CCTV-4 han emitido en sus noticieros, desde 2013, casi medio centenar de aparentes “confesiones forzadas” de personas mantenidas prisioneras, muchas veces por razones políticas, según estos videogramas recopilados por la ONG Safeguard Defenders.



Portada del libro “Script and Staged” (2018) de la ONG Safeguard Defenders sobre ‘confesiones forzadas’ en la TV china, en el cual hay un tratamiento a fondo del tema y una lista de casos.

CAPÍTULO 5

AGENCIAS DE NOTICIAS

Xinhua, el PCCh, el manejo de la agenda y su alcance mundial

Las **agencias de noticias**, en China como en otros lugares, han tenido la función de recolectar y suministrar **noticias a los medios**; no directamente a las audiencias. En los últimos años esto ha cambiado y al menos parte de su producción es colocada en **portales de Internet para el acceso directo del público**.

China tiene dos agencias: **Xinhua** (con operaciones nacionales e internacionales, multilingües) y **CNS China News Service** (que suministra material para las comunidades chinas en el exterior).

Xinhua, la más conocida, fue **creada en 1949** (1931 si se toma en cuenta su etapa clandestina como medio del PCCh).

Desde entonces formalmente es propiedad del Estado, pero en la práctica **la maneja el PCCh**, aun cuando podría ser muy sutil la diferencia. Y es que **el partido**, a través del contenido de Xinhua, **suministra la agenda, temas y enfoques que deben seguirse en todos los medios chinos, incluso los medios globales**.

La agencia es así el **corazón del aparato de comunicación del régimen**. El mensaje luego **se “baja”** a los suscriptores del país, es decir, a los distintos **medios del sistema chino** (periódicos, radio, TV, Internet), los que **efectúan las adecuaciones múltiples** (formatos, idiomas, culturas o ajustes internos o internacionales).

En el extranjero, **otros medios** que no son parte del sistema chino son igualmente suscriptores, a veces por simpatía política o bien como referencia. Debido a que se trata de una agencia con un objetivo ideológico —no empresario como Reuters, AFP o AP— **sus materiales son cobrados a un precio simbólico o aun regalados**.

(En los últimos años las agencias chinas, especialmente Xinhua, fueron un paso más allá y firmaron con algunos medios extranjeros acuerdos en los cuales **se les pagaba por publicar sus contenidos**, algo bastante inusual en el sector y que no realiza ninguna agencia de noticias occidental o que actúe comercialmente.)

Con la creciente importancia de los **medios chinos específicamente audiovisuales**, y de la agencia que ahora los agrupa (**China Media Group o CMG**) (—ver, más adelante, el apartado **China Media Group: centralización—**), estos organismos, y en especial los internacionales como **CGTN**, tienen márgenes para **diseñar contenidos propios**. Pero el **mensaje informativo** debe seguir el de Xinhua, que es la **narrativa oficial** desarrollada por el PCCh.

Los **diarios globales chinos** también parecen tener cierta **autonomía de contenidos**. Por un lado, **utilizan materiales de Xinhua** para sus publicaciones. Por otro lado, y viceversa, al ser propiedad y estar gestionados directamente por el **PCCh**, no resulta un problema que sus **notas o editoriales se citen o se reproduzcan en Xinhua** (como si vinieran de terceras partes o, a veces, para remarcar el peso de una declaración puramente oficial). Todo, dentro del concepto de **unidad de propaganda**.

Para que no quepan dudas de todo esto, **Fu Hua**, el titular de la agencia noticiosa —que siempre es un miembro de alto rango del PCCh— dijo en 2022 que ***“Xinhua nunca se apartará de la línea del partido, ni siquiera por un minuto, ni (...) del camino trazado por (...) Xi Jinping”*** [subrayado propio].

Estas declaraciones constan en la poco conocida **ChinaNet News**, publicación del **regulador de Internet de China**, con contenidos solo en mandarín.

Xinhua tiene una **red de oficinas en todo el mundo**, normalmente dirigidas por chinos. Ofrece, asimismo, contenidos en **varios idiomas** para medios de diferentes países. En estos casos intervienen en la agencia periodistas contratados de otras nacionalidades.

Desde fines de los años 50, cuando además del chino se incorporó el **inglés, francés y español** y posteriormente el **árabe** y el **ruso**, los idiomas de **Xinhua** se mantuvieron estables hasta principios de este siglo. Los horarios de cobertura y el número de cables (textos) se fueron ampliando con los años.

Para **2015**, ya con un sitio web iniciado hacía una década y media y con presencia en redes sociales, **Xinhua** generaba **600 notas y más de 700 fotos diarias**, de acuerdo a Vivian Yang, del World Economic Forum.

Durante este milenio, en su servicio internacional, la agencia añadió cuatro idiomas: **portugués** (2004), **alemán** (2010s), **japonés** (2018) y **coreano** (2019). En 2019 habilitó una agencia subsidiaria que funciona suministrando noticias en **thai** para **Tailandia: Xinhua Thai News Service**.

Simon Curtis y Ian Klaus indican que para **2024 Xinhua tenía 170 oficinas en todo el mundo**, normalmente **una por país en la mayoría de las naciones**. A estas deben sumarse 31 oficinas internas en las provincias y regiones de China. La agencia hablaba en un video de **junio de 2025 de “184 oficinas”**, mientras Yang fijaba para 2015 esa cifra en 180, sin resultar claro cuáles corresponden a China misma.

Sus **siete oficinas regionales globales** son: **Asia-Pacífico** (Hong-Kong), **América del Norte** (Nueva York-Naciones Unidas), **América Latina** (Ciudad de México), **Europa** (Bruselas), **África** (Nairobi), **Medio Oriente** (El Cairo), **Eurasia** (Moscú). Esa estructura descentralizada se adoptó en 1984/85.

A título comparativo, la norteamericana **AP** tenía **280 oficinas mundiales** en 2015 (incluyendo ubicaciones dentro de Estados Unidos que suelen ser los propios diarios miembros).

Unas 200 oficinas, cada una, correspondían también para 2015 a **AFP** (incluyendo varias oficinas internas en su territorio de origen, Francia) y **Reuters** (británico-canadiense, cuyos servicios de noticias son solo internacionales y no tiene una red de oficinas periodísticas internas en el Reino Unido y Canadá).

Según Yang, siempre en 2015, la rusa **TASS** tenía **138 oficinas mundiales** y la japonesa **Kyodo**, **95**. Esta última no es una agencia de alcance global, si bien opera servicios regionales muy fuertes con foco en Asia.

Adicionalmente, la italiana **ANSA** contaba en 2015 con **81 oficinas mundiales** (más 22 en Italia) y la alemana **DPA** con 83 (más 12 en Alemania) (2009), no obstante que ambas realizaron importantes reducciones. Para 2025 la española **EFE** trabajaba con 39 oficinas mundiales (más 17 en la península) (datos de las propias organizaciones).

En cuanto a **recursos humanos**, para 2015 Yang estimaba que **Xinhua** tenía un total de **10.000 personas**, mientras la propia agencia, en un video de **06.2025**, informa de **13.000 “empleados”** en todo el mundo. En 2018 había declarado 3000 “periodistas” en China y en el exterior.

Un dato de 1990 permite dimensionar el crecimiento de la agencia: en ese entonces tenía nada más que 96 oficinas mundiales y 7000 “empleados”, con solo 500 fuera de China.

Reuters indicaba en 2020 que esa agencia británico-canadiense contaba con cerca de **3100 integrantes**. Para 2025 se habían reducido a **2600** (solo periodistas, pero presta además servicios separados de información económica y jurídica).

Para **2023 AFP**, según su propia información, contaba con unos **2400 empleados** (en 2025 serán 2600). La española **EFE** declaraba **1124 personas** y la alemana **DPA**, **716**, igualmente para 2023.

AP, **Reuters** y **AFP** cubren información y poseen suscriptores en todo el mundo. **EFE**, **ANSA** y **DPA** también reportan y cuentan con abonados a nivel general planetario, aunque tienen una menor escala en Asia y África, mientras **EFE** es notoriamente fuerte en América Latina. Por su lado, la rusa **TASS** opera mundialmente, en coordinación con **RT**.

Finalmente, según sus propios datos, **Xinhua** tenía en **05.2025 592 suscriptores** en **América Latina** (8000 en el mundo) “incluyendo medios de comunicación y empresas no mediáticas e importantes instituciones”. Operaba en **15 idiomas** y con **220 “corresponsalías”** (*El Diario*, La Paz, Bolivia, 21.05.2025).

(La recientemente cerrada agencia de noticias estatal argentina **Télam**, con actividades solo nacionales, contaba al momento de su desactivación como entidad periodística en 2024 con **755 empleados**, según *Clarín*).

Télam emitía 500 cables y 200 fotos por día para 800 abonados, prácticamente todos en Argentina. No tenía corresponsales ni servicios de noticias fuera del país. Pese a sus dimensiones exclusivamente internas y la limitada calidad de sus servicios, en varios momentos llegó a superar en personal a las más pequeñas agencias globales.)



Logos de Xinhua de varias épocas, en distintos formatos y colores (capturas)

Envíos desde la lejana Beijing

Antes de la década del 90, los contenidos de Xinhua no eran fáciles de conseguir fuera de China. No había otra posibilidad que transmitirlos desde Beijing por radiotelegrafía de onda corta en código Morse, aunque posteriormente se adoptó el radioteletipo (máquina de escribir a distancia, en este caso conectada también por radio de onda corta).

Fuera de Asia, estas emisiones estaban sujetas a problemas de recepción del inestable espectro de onda corta. Más tarde, la tecnología satelital y el Internet permitieron superar estas limitaciones.

En Occidente, los servicios de Xinhua eran más que nada monitoreados por gobiernos y otras agencias informativas para conocer posiciones de China. Muy pocas empresas de comunicación del mundo usaban sus textos —aunque les regalaran el servicio y a veces hasta las terminales de radioteletipo— para difundirlo en sus propios medios.

A los endeble —cuando no clandestinos— partidos maoístas extranjeros, Xinhua los nutría décadas atrás de información y a veces de algún dinero.

En los 60, sus cables eran leídos en privado en Jakarta por los miembros del luego diezmado partido PKI indonesio o, en Buenos Aires, por los entonces intelectuales maoístas argentinos Juan José Sebreli y Beatriz Sarlo, quienes en el futuro se convertirían respectivamente al liberalismo y a la socialdemocracia. Ambos fallecieron en 2024, con diferencia de días.

Casi con seguridad, Xinhua financió indirectamente a la famosa revista literaria *Punto de Vista* de Sarlo (que incluyó algunos interesantes artículos sobre comunicación). Los fondos para esa publicación provinieron de Vanguardia Comunista, el minúsculo partido maoísta argentino de la época (en la clandestinidad) y que a su vez recibía envíos canalizados por la agencia de noticias.



Approved For Release 2007/07/25 : CIA-RDP78-04864A000300070047

CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY

INFORMATION REPORT

COUNTRY : Communist China

SUBJECT : EXPANSION OF NCNA PRESS SERVICES IN ENGLISH MORSE.

PLACE ACQUIRED BY SOURCE : Santa Rosa, California

DATE ACQUIRED BY SOURCE : 15 January 1956

DATE OF INFORMATION : 15 January 1956

REPORT NO. _____

RESPONSIVE TO: STAT _____

DATE DISTR. : 1 Feb.

NO. OF PAGES : 2

NO. OF ENCLS. (LISTED BELOW) _____

SUPP. TO REPORT NO. _____

THIS DOCUMENT CONTAINS INFORMATION AFFECTING THE NATIONAL DEFENSE OF THE UNITED STATES, WITHIN THE MEANING OF TITLE 50, SECTION 2405 AND TITLE 18 OF THE U.S. CODE, AS AMENDED. ITS TRANSMISSION OR REVELATION OF ITS CONTENTS TO AN UNAUTHORIZED PERSON IS PROHIBITED BY LAW. THE REPRODUCTION OF THIS FORM IS PROHIBITED.

CHANGE TO UNCLASSIFIED

INTL PER REGRADING

BULLETIN NO. 22

THIS IS UNEVALUATED INFORMATION

The New China News Agency--NCNA--announced that effective 18 January it will separate and expand its English Morse service to Europe, Southeast Asia and North America. It will transmit separate services to Europe totalling 13 hours daily; to Southeast Asia totalling 15½ hours daily; and to North America totalling 10½ hours daily.

El número 3 de la revista literaria argentina 'Punto de Vista' (1978), dirigida por la entonces maoísta Beatriz Sarlo y publicada con fondos del partido Vanguardia Comunista (en la clandestinidad en medio del régimen militar de la época), que a su vez provenían de la agencia Xinhua (izq) —
Un informe desclasificado de la CIA de 1956 donde se detallan las transmisiones en inglés por radiotelegrafía Morse de la agencia Xinhua (que en ese año usaba el nombre NCNA - New China News Agency) y que eran monitoreadas en los Estados Unidos por esa agencia de inteligencia (der).

En cambio, el guerrillero peruano **Abimael Guzmán**, de **Sendero Luminoso**, ya no llegó a tener relación con la agencia: como **maoísta ortodoxo** repudiaba el “giro capitalista” chino y colgaba en los años 80 **perros muertos** en las ciudades de Lima y Ayacucho, con la inscripción “*Deng Xiaoping, capitalista hijo de perra*”.

La distribución de noticias dentro de China entre los años 50 y 70 y pese al impresionante despliegue que mostraban entonces los **medios globales del país asiático**, revela **aspectos insólitos de precariedad tecnológica y operativa**.

En esas épocas, frente a la dificultad para que los teletipos **pudieran transmitir los miles de ideogramas chinos** (idéntico problema con el código Morse), Xinhua recurría a los potentes transmisores de **Radio Pekín** para *dictar*, por radio y **a viva voz** —con cadencia de 25 palabras por minuto— las noticias a los diarios del interior.

Frases como “*Jīntiān / Máo Zhǔxí/ shuō...*” (“*Hoy / el presidente Mao / dijo...*”) eran **dictadas por Xinhua** en emisiones que eran híbridos entre telecomunicaciones y radiodifusión (había música en intermedios). Como esas emisiones —suprimidas a fines de los 70— traspasaban las fronteras, eran a su vez escuchadas **en Occidente** para acceder a esas noticias **antes de que salieran publicadas**.

Muy tardíamente, Xinhua añadió contenidos en **uigur** (2012) y **tibetano** (2021), que se sumaban a los que siempre tuvo en mandarín. Si bien es claro que se trataba igualmente de **servicios internos**, algunos creen que son gestos para mostrar internacionalmente que esas minorías son consideradas y no marginadas o reprimidas.

En 2010 Xinhua lanzó **CNC World News**, un canal de TV 100% de noticias con una señal satelital en **chino** y otra en **inglés**. Pasaba a ser un nuevo medio global, que se superponía a la TV internacional **CCTV** (luego **CGTN**). Sus contenidos, pese a su nombre, no eran completamente noticiosos.

Sin embargo, la señal satelital lineal de Xinhua no tuvo la repercusión esperada. Se la transformó en 2015 en un canal de videos por YouTube, en inglés y con el nombre de **New China TV** (“*Nueva China*” es lo que significa Xinhua), el cual se empleó para realizaciones cortas de distinto tipo, para libre uso de los medios.

Ese canal de **YouTube de Xinhua** insertó después **contenidos en español** en el mismo formato: **notas cortas de unos 2 a 5 minutos** y algunas **especiales más largas y con un mayor contenido político** que las notas de CGTN, sin perjuicio de incluir además notas “livianas” y de color.

Algunas **estaciones de televisión latinoamericanas** usan en 2025 esos videos de Xinhua en noticieros. El canal estatal de **Honduras**, incluso, tiene un programa semanal exclusivamente compuesto por tales notas.

Excepcionalmente, el canal **New China TV** en **YouTube** fue utilizado por China para **tareas de propaganda más descarnada**, como ubicar material de “**confesiones forzadas**” o piezas audiovisuales como la llamada “**7 Sins of India**” (*Siete pecados de la India*) (2017).

En ella, tras un conflicto limítrofe, China recurrió a muy crudos **argumentos y representaciones agresivas, burlonas y racistas hacia India**, como hacía tiempo no se veía de parte de un gobierno (o entidad portavoz) en las relaciones internacionales.

CNC TV fue probablemente reconvertida a un “canal” de YouTube por sus costos satelitales y porque **canibalizaba los esfuerzos de expandir CGTN**. Unos pocos operadores de naciones anglosajonas incluyeron CNC World News en paquetes digitales terrestres o de cable cuando funcionaba como señal lineal.



El audiovisual de propaganda china ‘7 Sins of India’ (Siete pecados de la India) (2017), de Xinhua, la agencia oficial de noticias de Beijing, revela otro Lado B del aparato de comunicación chino, muy lejos de la “onda positiva”.

En ocasión del agravamiento de una disputa fronteriza, el canal de YouTube de Xinhua (New China TV) presentó una realización audiovisual de factura y línea argumental bastante cruda, pero —además— con lenguaje y representaciones de ridiculización racista contra la India que desde hace tiempo son inaceptables en la arena internacional (capturas de pantalla de videogramas de CNC TV).

China News Service: llegar a los chinos de la diáspora

Por otra parte, **CNS (China News Service)** es un caso totalmente distinto de agencia noticiosa, diferenciada de Xinhua. Fundada en 1952, sus contenidos se dirigieron inicialmente a **las comunidades de Hong Kong, Macao y Taiwán** y hasta tenía alguna injerencia en los servicios de radiodifusión para esta última. También llegó a producir películas para penetrar en estos y otros lugares del sudeste asiático.

CNS trabaja hoy esencialmente para las **comunidades chinas en todo el mundo**, que hasta hace dos o tres décadas apenas estaban en el radar de Beijing.

Ahora, en cambio, se las considera un **activo importante del *soft power*** y se desarrollan grandes esfuerzos para **acercarse, cooptar e incluso lanzar medios chinos** dirigidos a las comunidades inmigrantes (o de herencia china) en el extranjero.

En este sentido, hubo como excepción algunos trabajos importantes en el pasado. En 1990 personal especialmente enviado a los Estados Unidos por CNS fundaron **un diario y un canal de TV para la comunidad china en Nueva York**.

Fue una operación relativamente encubierta pero conocida por el gobierno de **George Bush -padre-**, a quien el marco democrático no le daba los instrumentos legales para impedirla.

En 2019 un sitio de investigación periodística neozelandés, **Newsroom**, reveló que la página web de la **versión en chino** del tradicional diario ***New Zealand Herald*** estaba registrada en China y era en parte operada por una compañía de ese país que es propiedad directa de CNS. En el sitio se aplicaban **normas de censura china** y los contenidos del medio en mandarín habían adoptado un **enfoque pro Beijing**.

CNS tiene un **semanario y sitio web** exclusivamente en chino, de circulación solamente **dentro de China**, llamado ***China News Weekly***. Entre las curiosas funciones que la comunicación puede tener dentro del régimen, este medio **permite a algunos de sus periodistas desarrollar tareas de *periodismo investigativo*** como modo de “controlar” a funcionarios o secciones del PCCh.

Cuatro reporteros de este semanario (Li Xiangmat y otros) publicaron el 10.02.2020 un notable artículo titulado **“Regret in Wuhan” (*Arrepentimiento en Wuhan, 后悔武汉 Hòuhuǐ Wūhàn*)**, que muestra cómo el gobierno chino hizo un **manejo negligente y de ocultamiento** de los hechos que se iniciaron en esa ciudad y derivaron en la **pandemia del Covid**.

La nota señalaba que las autoridades **fracasaron en contener la epidemia** y caracterizaron la conducta oficial como de **deliberada minimización y negación**. Los periodistas revelaron **investigaciones y estudios internos del laboratorio y el sistema de salud**. También entrevistaron a un médico denunciante que falleció de Covid tres días después de ser **silenciado por el gobierno**.

La **censura de la *Gran Muralla*** eliminó el artículo en menos de un día, pero fue guardado y reproducido por medios occidentales e internautas, que lo republicaron en redes sociales.

Por otra parte, en 2009 CNS lideró los esfuerzos para establecer la **Global Chinese Media Cooperation Union (GCMCU)**, una asociación de medios chinos de la diáspora que redistribuye el contenido de CNS y que mayormente sigue la línea de Beijing (—ver, más adelante, el apartado ***La GCMCU: la comunicación de la diáspora china como activo geopolítico***—).

En 2010 CNS **habilitó un sitio web en inglés (Ecns)** y comenzó a producir videos en Internet con historias cortas.

La mayoría de los medios chinos locales en el extranjero emplean con preferencia los **textos de CNS**, aunque no dejan de usar los de Xinhua y de otras fuentes.

Un análisis de los contenidos de la agencia CNS permite afirmar que su función es la de fomentar en los chinos de la diáspora el **sentimiento nacionalista** y la política de “reunificación” con Taiwán, con abundantes **notas de color** pero algunas también de política “dura” o confrontativas.



Los servicios en chino y en inglés de CNS, agencia con contenidos para comunidades chinas en el extranjero.

Xinhua en América Latina

En 1985 la oficina de México —reabierto en 1972 tras ser clausurada en 1966— se convirtió en el **centro regional para América Latina** de Xinhua hasta el día de hoy, con **130 personas trabajando**, según una estimación de Freedom House en 2022 (ninguna agencia de noticias occidental, como AP, Reuters o AFP llegan probablemente ni a la quinta parte de esa cantidad en una oficina de la región).

Desde 2000 Xinhua tiene un **sitio de Internet en español**. En 2011 comenzó un servicio más específico para medios de **México** y otros lugares de América Latina. Hoy funciona más como un portal gratuito y sus textos, a la vez, **abundan** (con o sin mención de origen) en los propios **medios globales chinos**.

Cuando Xinhua inició su presencia internacional, varios de sus corresponsales-jefes actuaban como **representantes cuasidiplomáticos de Beijing** (hasta los años 70 no había embajadas de China continental en Occidente).

Si esos corresponsales no eran chinos, en cambio, podían ser **miembros o simpatizantes de los partidos comunistas maoístas** o pro Beijing locales. Según afirma Néstor Restivo, en la oficina de Xinhua en Buenos Aires, por ejemplo, trabajaron los escritores **Juan Gelman** y **Andrés Rivera**, entonces fervientes maoístas.

La conducción de tales actividades requería que los gobiernos no tuvieran una **posición hostil a China**, lo que no siempre fue el caso en América Latina en los años 60 y 70, especialmente durante algunas **dictaduras militares** (aunque otras, como la izquierdista de Velasco Alvarado en Perú o la derechista de Pinochet mantuvieron buenas relaciones).

En esas épocas, llegaron a **clausurarse algunas oficinas latinoamericanas de la agencia** a raíz de las informaciones que se enviaban. O se detuvieron **corresponsales locales**, acusados de “comunistas” o de integrar grupos guerrilleros.

Recién a partir de mediados de los 80, con el restablecimiento democrático en la región, Xinhua pudo actuar normalmente en toda América Latina.

Esto posibilitó que se desarrollaran “intercambios” entre **agencias de noticias latinoamericanas y Xinhua**. Ya en 1970 la agencia estatal cubana, **Prensa Latina**, había abierto una oficina en Beijing, pese a la mala relación de entonces entre China y los soviéticos. Ambas comenzaron una **cooperación** que ya para los 90 se había vuelto una **afinidad ideológica y operativa**.

Fuera de este caso, se suscribieron **acuerdos**, que en lo esencial contemplaban el **intercambio de información**, entre **Xinhua y agencias estatales latinoamericanas**, cuyos cables llegaban a su vez a buena parte de los medios de cada país.

Tales instrumentos se firmaron con **Notimex** (1984, 2018), **Télam** (Argentina) (1985, 2007, 2009), **Venpress** (1985) —hoy **AVN** (Venezuela) (2015)—, **Andina** (Perú) (2000, 2019), y **Radiobrás/Agência Brasil** (1996) —desde 2007 **Agência Brasil** y parte de la **EBC** (2016, 2019, 2023)—. (Notimex y Télam fueron cerradas definitivamente por sus gobiernos hace poco.)

Según esos acuerdos, **Xinhua** podría usar —a su discreción— informaciones de agencias latinoamericanas y estas últimas —también a su criterio— emplearían noticias de la agencia china. Estos intercambios han sido **normales en el sector**: por ejemplo, Xinhua los tiene igualmente con las privadas **AP o Reuters**.

Sin embargo, en muchos **casos latinoamericanos los arreglos con Xinhua fueron relativos e inconstantes** y por eso no es raro que para algunos países se firmaran varias veces. De hecho, el uso efectivo de contenidos de Xinhua en agencias noticiosas estatales dependerá de los **gobiernos de turno**, en función de su **cercanía o lejanía con China** o de la dinámica interna de cada agencia.

Un capítulo especial son los acuerdos de intercambio que Xinhua ha realizado con **agencias privadas de noticias latinoamericanas**, los que siguen vigentes y tienen distintos efectos. Serán vistos más adelante.

Por otro lado, algunos medios latinoamericanos decidieron a partir de la década del 80 suscribirse a Xinhua, aprovechando los **muy bajos precios de sus abonos** o, incluso, que el servicio fuera en la práctica regalado.

Varios de estos medios eran **diarios localizados en México**, donde estaba la central latinoamericana de la agencia. En aquel país, había quienes se suscribían por cierta afinidad desde **la izquierda**, como **La Jornada**, pero otros como **El Día o Excelsior** solo buscaban tener acceso a los cables.

En **Chile**, una emisora importante como **Radio Minería** usaba cables de Xinhua en los 80 pese a estar a cargo de un grupo económico conservador (Cruzat-Larraín). Algo parecido puede decirse de **El Comercio** de Quito, un diario tradicional que en los 90 recibía el servicio chino.

De cualquier modo, eran muy pocos los cables de Xinhua que todos estos medios difundían y en la mayoría su **inclusión era esporádica**.

En 2006 Xinhua había firmado un acuerdo de “intercambio” con **Argenpress.info**, de Buenos Aires, que también se presentaba como una “agencia de noticias” pero se trataba en realidad de un portal de Internet.

La cercanía con Xinhua era en este caso **ideológica**. El sitio había sido lanzado en 2004 por **Emilio Corbière**, un periodista socialista argentino; tras su muerte en 2006 pasó a ser manejado en forma cooperativa por **periodistas de izquierda y extrema izquierda de toda América Latina** que publicaban sus notas en él.

Según su propia descripción, el sitio buscaba oponerse a la “**globalización imperialista**” y al “**neofascismo** generado por el capital financiero”.

Argenpress.info suscribió también convenios con las agencias estatales **Prensa Latina** (Cuba), **ABI** (Bolivia), **ABN** (luego AVN) (Venezuela), **TASS/Sputnik** (Rusia) y **VNA** de Vietnam (que hasta hoy tiene un servicio de noticias en español).

No puede determinarse si los acuerdos con Xinhua implicaron **fondos** de parte de la agencia china, pero el sitio de Argenpress **dejó de operar en 2015**.

A mediados de la década pasada, la oficina regional de Xinhua para América Latina publicaba a diario unos **300 textos, 500 fotos y 50 videos**.

Todavía en ese entonces podían sumarse **abonados atípicos**, como el portal privado argentino dedicado a temas diplomáticos y comerciales internacionales ***Acercando Naciones***, de Patricia Pitaluga (quizás el primer medio digital nativo latinoamericano privado y que sin ser una agencia de noticias ni tener afinidad ideológica se suscribió como abonado a Xinhua) (2013) o la **Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales** (Direcon), del gobierno chileno (2015).

A partir de 2015 y coincidiendo con un cambio general de la estrategia de comunicación china, **Xinhua dejó de ser un suministrador pasivo de información** y pasó a ser un promotor de su propio contenido, en muchos casos desarrollando una **asociación activa** (y generalmente recurriendo a una contraprestación económica) con ciertos medios latinoamericanos.

Así, **Xinhua pagaba un espacio específico en un medio importante de algún país (impreso, sitio web o audiovisual) para insertar exclusivamente sus contenidos**, los que invariablemente exaltaban a China con el clásico “**enfoque positivo**”. Este proceder inauguraba una **nueva metodología** para la agencia, ya que nunca lo había hecho antes.

Se trataba de algo **inusual o inconcebible** en los parámetros del periodismo occidental: era como si la agencia **Reuters** pagara una sección o suplemento en un diario para ubicar solamente sus cables y promover a **Canadá y Gran Bretaña**. O como si **DPA** comprase horas de TV en el extranjero para presentar, a través de sus notas, contenidos favorables a **Alemania**.

Este tipo de actividades de Xinhua **se detallan más adelante**.

Por otra parte, Xinhua comenzó a colocar **posteos en español en redes sociales**. En **Twitter/X** en 2012 y en **Facebook** en 2013. En **YouTube** habilitó en 2013 un canal donde hasta hoy ofrece videos en español con notas periodísticas cortas (menos de dos minutos). Últimamente comenzó a insertar **notas todavía más cortas (30 segundos)** con formato celular y a la vez típico de redes como **TikTok**.

La narrativa de los videos de YouTube es similar a la de los contenidos generales. Aunque las notas son aptas para ser **usadas en TV o incluidas en sitios web**, la agencia parece ya haber **eliminado las distinciones en el acceso** a sus materiales entre el público general

y medios usuarios. Lo mismo puede decirse de su portal general en Internet, tanto en español como en otros idiomas.

spanish.xinhuanet.com

XINHUA ESPAÑOL

PORTADA CHINA MUNDO IBEROAMÉRICA FOTOS VIDEOS SERVICIO MULTIMEDIA MÁS IDIOMAS

Especial: Nueva ruta aérea directa entre China y Argentina potenciará turismo y relación económica

Tiempos de Xi

Presidente de Xinhua se reúne con directora del Complejo de Televisión y Radiodifusión de la Presidencia de Kazajistán

China condena enérgicamente ataques de EEUU contra Irán, expresa portavoz de cancillería

HarmonyOS atrae a más de 8 millones de desarrolladores en impulso del sistema operativo propio de China

NOTICIAS DESTACADAS

BYD amplía capacidad de exportación de vehículos eléctricos con entrega de quinto buque portacoches

Beijing insta a la población a tomar precauciones ante persistente ola de calor

Especial: Nueva ruta aérea directa entre China y Argentina potenciará turismo y relación económica

China envía suministros de emergencia a provincia central afectada por inundaciones

Presidente de Irán condena ataques estadounidenses contra instalaciones nucleares iraníes

CHINA

Voluntarios para el foro Davos de Verano 2025 prestan juramento en Tianjin

Beijing insta a la población a tomar precauciones ante persistente ola de calor

ECONOMÍA

IX Exposición China-Sur de Asia en Kunming

BYD amplía capacidad de exportación de vehículos eléctricos con entrega de quinto buque portacoches

FOTOS

Eksotika Bromo 2025 se lleva a cabo en Indonesia

Celebración por las fiestas juninas en Brasilia

CULTURA-CIENCIA-TECNOLOGÍA

Centro de Exposiciones Zhongguancun en Beijing

Semana de la Moda de Tianjin

CHINA-IBEROAMÉRICA

Especial: Medios y periodistas de China y Bolivia impulsan cooperación con mirada global

Entrevista: China es ejemplo global en recuperación de suelos, afirma funcionaria de Naciones Unidas

Entrevista: Dinamismo de mercado chino y competencia por consumo empuja comercio internacional, afirma economista chilena

CONTACTO

OPINIÓN

Entrevista: Recortes sociales y crisis de pymes explicarían aumento de desempleo en Argentina, según economista

Entrevista: China es ejemplo global en recuperación de suelos, afirma funcionaria de Naciones Unidas

MUNDO

Se reportan explosiones en el centro y sur de Irán tras ataques israelíes

OIEA convocará reunión de emergencia tras ataques de EEUU contra instalaciones nucleares iraníes

Presidente de Irán condena ataques estadounidenses contra instalaciones nucleares iraníes

TEMAS ESPECIALES

Wubai y la II Cumbre China-Asia Central en Kazajistán

El conflicto entre Irán y Estados Unidos y su impacto en la economía global

Revisión de visitas de Estado a Vietnam, Malasia y Camboya

Revisión de visitas de Estado a Vietnam, Malasia y Camboya

ENLACES

Externa.Justicia

RTVC

teleSUR

Spanish.com.cn

Portal de Xinhua en español del 23.06.2025 a las 21:00 UTC. Evidenciando el carácter clave que cumple esta agencia en la provisión de contenidos a los medios globales de la propia China, algunos de estos materiales se repiten textuales en CGTN (ola de calor, nueva ruta aérea, Harmony OS), en el 'Diario del Pueblo' (reunión con titular de radio y TV de Kazajistán) y en China.org.cn (recortes del gasto social en Argentina).

CAPÍTULO 6

DIARIOS, REVISTAS Y PORTALES

Dos estilos: el *Diario del Pueblo* y *China Daily*

Los diarios y revistas internas chinas, así como los destinados al exterior, dependen directamente del PCCh. Aquí hay una diferencia con los medios audiovisuales, tanto los domésticos como los globales, que formalmente son organismos del Estado (si bien desde 2018 se los ha colocado de facto, también, bajo dependencia del partido).

En cuanto a publicaciones cotidianas —ya todas con ediciones online— el *Diario del Pueblo*, editado en Beijing, ha sido el diario histórico y principal de China, el medio oficial por excelencia y “*órgano oficial del PCCh*”.

Estuvo siempre destinado a difundir **noticias sobre la actividad gubernamental**, así como a fijar las **posiciones del partido**, a veces habilitando algún proceso limitado de discusión en sus páginas. Sale en chino y cantonés y en los idiomas minoritarios: tibetano, uigur, mongol, kazako y zhuang.

Su público interno suelen ser **funcionarios o dirigentes de todos los niveles**. En el exterior, sus textos son analizados por gobiernos, sectores de inteligencia o agentes económicos. Junto a Xinhua, es un **referente** —en cuestiones más “oficiales”— para el resto de medios chinos, **incluidos los globales**.

En 1985 sacó una **edición específicamente internacional en inglés**. Luego se agregaron ediciones internacionales en **español, francés, ruso y árabe** y algo más tarde en **portugués, japonés e italiano** (esta última en 2021).

Las ediciones internacionales en papel se vendían en algunos kioscos de grandes ciudades, aviones, hoteles y a veces se enviaban a los parlamentos. Hoy día la mayoría son solo **online**. Su sitio de **Internet en español se inauguró en 2000**.

China Daily fue desde su nacimiento en 1981 un diario en inglés para los **residentes extranjeros en el país**, turistas y estudiantes. De a poco, fue orientándose a las audiencias en el exterior. Como tal, tenía un *approach* más ligero e “internacionalizado”.

Carecía del **oficialismo burocrático** del *Diario del Pueblo* y del esquematismo de otros medios; las notas estaban escritas de una manera más periodística y había algunos artículos de opinión y análisis aceptables. Pero, además, aun siendo propiedad del PCCh era **ligeramente más “liberal”** que otras unidades mediáticas: en Tiananmen apoyó la postura de los estudiantes.

El diario se desdobló en varias ediciones —todas en inglés— la **global** (1997), la de **Hong Kong** (-diaria- 1997), otra edición para **Estados Unidos** (-diaria- 2009), **Europa** (-semanal- 2010), **Asia** (-semanal- 2010), **África** (-semanal- 2012, con redacción en el centro audiovisual chino de Nairobi y distribuida ampliamente en Sudáfrica) y para el **sudeste de Asia** (2013). Se hizo también una edición en francés junto a *Le Figaro* (2015-2022).

Previamente se habían lanzado en 2007 **ediciones semanales impresas en Reino Unido, Italia, Austria y Hungría**, en los idiomas correspondientes; no resulta claro si aún existen.

No hay ediciones específicas, ni en inglés ni en español, para América Latina.

Después de los 90, *China Daily* adoptó una línea más decidida de **exaltación positiva** sobre la **política, economía o tecnología china**. No obstante, mantiene un lenguaje periodístico y también cubre deportes, espectáculos y tópicos de estilo de vida.

El silenciamiento de **críticas o aspectos negativos** sobre temas políticos o de derechos humanos en el país, la sujeción a la línea política del PCCh, así como inclusiones ocasionales pero intencionadas de evidentes *fake news*, lo convierten en un **medio de propaganda del gobierno chino**.

Entre otras *fake news* del medio puede citarse la **minimización de la gravedad de la situación del Covid en China** o notas como la de 2022 que reproducía la teoría conspirativa según la cual **Moderna**, la farmacológica estadounidense, **había creado el virus**.

Asimismo, como se indica en el estudio antes citado de una universidad sueca, el diario adoptó desde la asunción de **Xi Jinping un tono negativo** acerca de los “vicios” de las democracias occidentales, especialmente hacia Estados Unidos, que antes no tenía.

Las ediciones regionales de *China Daily* se elaboran con materiales de Beijing y reportes propios en centros de Estados Unidos y Europa. Además de sus versiones *online* también se emplean a veces los **servicios de impresión de diarios** de esos lugares.



La página web del 'Diario del Pueblo' en inglés y en español: las mismas noticias en todos los idiomas.

Talks urged to resolve China-EU trade issues

President meets
with new envoys,
calls for deepening
cooperation

Expressing confidence in the scope of future trade and investment cooperation between China and the European Union, business executives from both sides voiced their earnest hope that the two sides will maintain communication to resolve existing trade disputes.

Their comments came at the 21th China-EU Summit was held in Beijing on Thursday, which coincided with the 50th anniversary of diplomatic relations between China and the EU.

Inside Liao Lian, chairman of the Industrial and Commercial Bank of China, discusses the challenges of increasing Chinese corporate competitiveness and operating businesses in Europe long hauled forward to a market-oriented and competitive environment and then helps the ECU will provide greater stability and certainty for Chinese companies in Europe.

Commentary page 8
China's page 6
Europe page 6

operating businesses in Europe long hauled forward to a market-oriented and competitive environment and then helps the ECU will provide greater stability and certainty for Chinese companies in Europe.

China's page 8
Europe page 6

exchange in closer dialogue and communication and properly address the concerns of the Chinese government. The latter matter has bearing on mutual benefits for the industries and businesses of both sides. The Chinese government has been between China and the ECU. Liao Lian said that the Chinese ECU Business Development Program, which was also held in Beijing.

From just \$2.4 billion in trade in 1975 to nearly \$261 billion in 2004, China has become one of the most vibrant economies of global growth. However, the same time has seen the rise of the Eurozone. The issues of disagreement

to include tariffs on Chinese electric vehicles and China's export controls on rare-earth elements.

In a positive outcome of the summit, which was co-chaired by Premier Li Qiang, President of the European Council Antonio Costa and President of the European Commission Ursula von der Leyen, both sides agreed to create an upgraded export supply mechanism to address the existing problems. They also committed to positively managing their differences to pave the way for a more equitable trade and to strengthen their relationship.

Jens Holund, president of the European Union Chamber of Commerce in China, said the ties between the EU and China over the past 50 years have created economic value

(See Film, page 3)

INSIDE
Wrestling serves
as a bond of love
LIFE, p.12



杂志广告 宣传广告
(010-59361888)
国际中文广告公司
E: GZ-0042
T: 0-3

© 2013 China Daily
All Rights Reserved
www.chinadaily.com.cn

ANN
Anhui News Network
A member of The Asia News Network



Nighttime economy savoring more success

By ZHU WENGLAN
zhuwenlan@chinafamily.com.cn

Nightly sales of foods and beverages are booming across China this summer and spicing up the nation's



Foreign visitors find a right market on Thursday in Dublin: a Friday on the way to the heart of Dublin

Language education seen as key link in intl relations

By ZHAO YIMENG
zhaoymeng@china Daily.com.cn

[illegible]

Xi's New Year speech draws praise

World has seen China's acceleration of reform and its resolve to 'open ever wider', president says

[illegible]

Above: People celebrate New Year's Eve on Monday Times Square in New York City. **Below:** A woman wears festive glasses during a New Year's Eve party in Quezon City in the Philippines on Monday. **Opposite page:** A woman wears a festive headband during a New Year's Eve party in Quezon City in the Philippines on Monday.

WORLD WATCH
By WANG YI

New form of global relations takes shape

With the inaugural issue of its Global Edition in the beginning of the new year, *China Daily* has opened a new window for communication and understanding between China and the rest of the world. I wish to express warm congratulations on the launch of *China Daily* Global Edition, and extend New Year greetings to readers around the world.

As the title of history argues with time, our world today is experiencing profound changes unseen in a century. We are witnessing a notable increase in uncertainties in the international system and a rising strategic competition and challenges to the existing international system and order. To pursue



Wang Yi

and indecision remain the rule of the day, the trend of economic globalization and multipolarity is moving forward on many fronts, and the application of IT (information and communication technology) and cultural diversity are reshaping our work style in profound ways. In the past year, Chinese diplomacy has neither been deterred by distractions, nor been disturbed by setbacks and storms. Instead, it has kept groundswells and fighting ahead, serving as an anchor of stability in a fast-changing world and an uplifting source of wealth choice in a time of shifting dynamics.	Wang Yi states conviction and foresight insistent
---	---

China, US should meet in the middle

By CHEN WEIHUA in Frankfurt
chenweihua@frankfurt.aon.com.cn

China and the United States,
 which saw their bilateral relations

Introducing our New Edition

The **Chinese** **Journal** is a leading English language journal publishing a wide range of authoritative articles on the political, economic, social, cultural, scientific, and technological aspects of China. The journal is published by the Chinese Academy of Social Sciences, the highest academic authority in China. The journal is published by the Chinese Academy of Social Sciences, the highest academic authority in China. The journal is published by the Chinese Academy of Social Sciences, the highest academic authority in China.

SCOTLAND SETS OUT ITS STALL TO WOO CHINESE TOURISTS

Destinations stepping up efforts to welcome visitors

[illegible]

are stepping up efforts to welcome these tourists.

Chinese language signs and pointers are dotted around popular tourist spots in Edinburgh, where

China Watch: inserte su propaganda

Mucho más visible que las ediciones regionales de *China Daily* es **China Watch**, un *insert* (suplemento) dependiente del primero y que se ha incluido —cada 14 días o mensualmente—, en forma paga y en algunos de los **principales diarios generales del mundo**, en los idiomas locales y con ciertas notas diferenciadas de acuerdo al país.

Con el nombre de *Reports from China*, Beijing había comenzado a pagar estos suplementos desde 1992 solamente en el *Washington Post* y años después también en el *New York Times*, el *Wall Street Journal* y el hoy desaparecido *International Herald Tribune*.

Era la primera “incursión” en el mundo comunicacional occidental de parte de los medios globales chinos para hablarles a audiencias del otro lado del mundo **no solo en su mismo idioma, sino en sus mismos vehículos mediáticos**. Pero era un esfuerzo bastante circunspecto, tanto en lo que se refiere a despliegue como a temática (mayormente logros económicos, incluso promoción de inversiones)-

Desde 2011 la publicación adoptó el nombre de **China Watch** y a partir de 2015-2016 tuvo una **fuerte expansión** a otros diarios y nuevos países.

El suplemento se parece más a un **cuasidiario** que cubre, según sus secciones, política, economía, cultura, sociedad y tecnología; igualmente con **noticias positivas, omisiones y propaganda**. Sin perjuicio de esto, hay muchas notas de “color”, más livianas o superficiales que las de *China Daily*.

Extrañamente, *China Watch* se presenta como la voz de un **think tank** del mismo nombre, con un sitio de Internet propio pero que no indica sus autoridades y con la finalidad proclamada de “conectar mundialmente a los observadores de China”.

No obstante, la web del **think tank** propiamente dicho —que no es la del suplemento— muestra artículos más periodísticos que académicos y que en buena proporción son textos de otros medios globales (Xinhua, el *China Daily* o del mismo *China Watch*).

Como producto comunicacional, **China Watch** fue criticado por su propaganda, mientras las objeciones se extendieron también a los **propios diarios que lo insertaban como suplemento**, a cambio de sumas de dinero sustanciales pagadas por *China Daily*, es decir, por el estado-partido: el PCCh.

Tales críticas entendían que se estaba proporcionando una **plataforma a un régimen cuestionable** como el de Beijing y que —además— podía condicionarse la independencia de la cobertura sobre China de esos diarios.

Por último, se podía realizar un **planteo ético** acerca de si la inclusión directa de esos contenidos en un medio periodístico en principio independiente no termina siendo la legitimación de la **propaganda de un régimen**.

Las críticas se redoblaron a fines de los años 10 y durante la pandemia.

En Occidente, provinieron de un **amplio arco ideológico**: desde el portal conservador trumpista *Washington Free Beacon* —que ofrece algunas investigaciones basadas en datos sólidos— hasta el “progresista” de centroizquierda *The Guardian* (Reino Unido).

Esas críticas fueron igualmente expuestas a partir de estudios de entidades reconocidamente independientes como **Freedom House** o grupos de derechos humanos, entre ellos varios pro-Tíbet o pro-uirgines.

The Guardian, por ejemplo, se burló en 2018 de titulares en *China Watch* como “El Tíbet ha visto 40 años de brillante éxito”, “Xi revela medidas de apertura” o “Xi elogia a los miembros del Partido”. A la vez, se preguntó sobre los efectos del **insert pago** en cuanto a la **independencia de los medios que lo portaban**.

Los medios que publicaron *China Watch* —pero que hoy no lo hacen— fueron (lista que se supone completa): *The Washington Post* (2011-2019), *The New York Times* (2011-2019), *The Wall Street Journal* (2011-2020), *The Daily Telegraph* (Londres) (2011-2020), *Sydney Morning Herald* (Australia) (2016-2020), *The Age* (Australia) (2016-2020), *Australian Financial Review* (2016-2020) y el *Süddeutsche Zeitung* (Alemania) (2017-2018).

Frente a las críticas, todos ellos decidieron cesar la publicación de *China Watch* y en algunos casos también deshacer los acuerdos para imprimir *China Daily*.

Esto no ocurrió, sin embargo, **con otros diarios que continúan incluyendo el suplemento**. Mientras algunos podrían separar la línea editorial de los pagos chinos, es posible que otros no tengan esa política o posibilidad.

Los diarios adicionales que siguen publicando *China Watch* son (lista que se presume completa hasta 2023): *Los Angeles Times* (desde 2013), *Handelsblatt* (Alemania) (2015), *Le Figaro* (Francia) (2015), *Rossiyskaya Gazeta* (Rusia) (2016), *Seattle Times* (2016), *De Standaard* (Bélgica) (2016), *Le Soir* (Bélgica) (2016) y *El País* (España) (2016).

China Watch aparece hoy en el diario argentino **El Cronista** (Buenos Aires) (desde 2016) y en el pasado en **Uno** (Mendoza-Santa Fe-Paraná, Argentina) (2016) y en **La Capital** (Rosario) (2016). Salvo el primero —que hoy sí lo es— estos diarios eran entonces del **Grupo América** (Vila-Manzano) y los únicos medios de América Latina que incluyen o incluyeron **China Watch**. En una época, los contenidos fueron elaborados con participación del mismo grupo argentino.

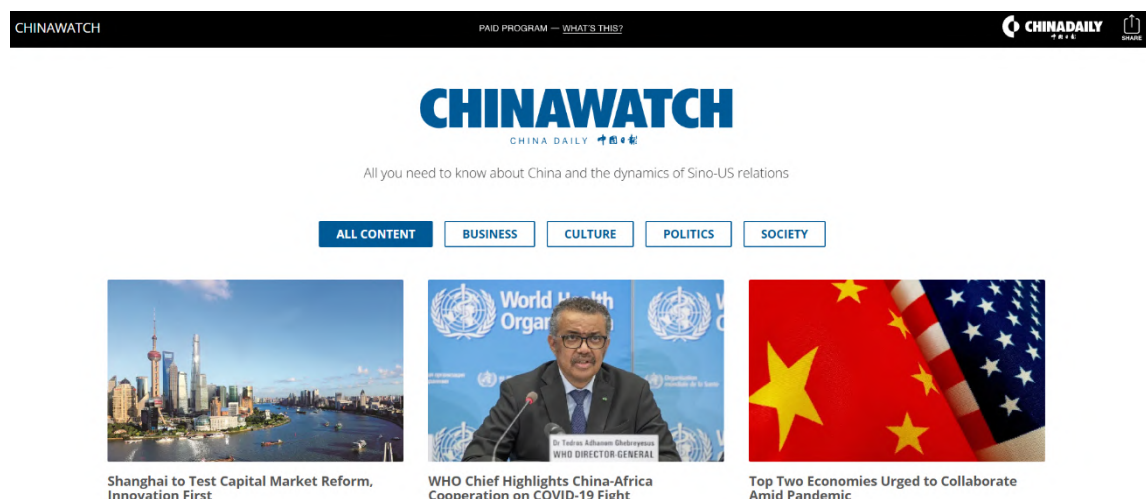
Los otros diarios mundiales que insertan **China Watch** son: **Jakarta Post** (Indonesia) (2016), **Mainichi Shimbun** (Japón) (2017), **Dominion Post** (Nueva Zelanda) (2017), **The Nation** (Tailandia) (2018) y **Financial Times** (Reino Unido) (2022).

Y los siguientes de los Estados Unidos (que, en algunos casos, al igual que **Los Angeles Times**, también prestaron o prestan servicios de impresión a la versión norteamericana papel de **China Daily**): **The Houston Chronicle** (2019), **The Boston Globe** (2019), **Chicago Tribune** (2019), **USA Today** (2020), **Time -revista-** (2022), **Sun Sentinel** (Fort Lauderdale, Florida) (2023).

Como la mayoría de los medios que publicaron o publican el suplemento, los diarios sostienen que se anunciaba que era “pago” o “no elaborado por el medio”. No obstante, casi nunca se indicaba que eran contenidos elaborados por un medio estatal chino a cargo del PCCh, mención que cuando se realiza suele ser poco visible.

El País de Madrid, por ejemplo, solo indica en un encabezamiento en letra pequeña: “este website [o suplemento] está editado por el diario China Daily de la República Popular China, que asume toda la responsabilidad sobre sus contenidos”.

Por otro lado, es cierto que varios de estos diarios, particularmente los estadounidenses —sin distinción de línea editorial— continuaron publicando notas independientes y muy críticas sobre China e incluso tenían sus sitios web bloqueados por la **Gran Muralla** informática en el país asiático.



Así se incluía hasta 2020 ‘ChinaWatch’ en la edición online del ‘Wall Street Journal’. Solo dice arriba “Paid program” y cuando se ingresa al enlace “What’s this?” aparece el texto “Este contenido fue financiado y elaborado exclusivamente por ‘China Daily’, publicación oficial de la República Popular China. El departamento de Noticias y el de Publicidad del ‘Wall Street Journal’ no participaron en su creación”. El diario cesó su acuerdo con ‘China Daily’ para publicar ‘ChinaWatch’ debido a críticas públicas.



'China Watch' en el diario 'Uno' de Santa Fe, Argentina, a partir de 2016. No hay ninguna indicación de que se trata de contenido pagado por el gobierno chino. (Este diario pasó a ser un semanario impreso y con actualización diaria online en 2017. Dejó de pertenecer al Grupo América en 2019.) (publicidad de Grupo América).

Global Times: el PCCh en modo populista y nacionalista

El **tercer diario internacional chino**, en realidad una *segunda marca* del *Diario del Pueblo* —ya que depende del citado medio, vocero del PCCh—, es el **Global Times** y posiblemente sea el más original.

Fue fundado en 1993 solamente con contenidos en chino, pero incorporó una **versión en inglés en 2009** (y una edición específica para Estados Unidos en 2016).

Global Times tiene un enfoque político y solo cubre temas internacionales. Sus principales notas tienden a ser sobre la actividad de Xi Jinping (o funcionarios) con otros jefes de Estado, salvo algún acontecimiento internacional muy importante o que interese a China.

Pero en su sección de opinión/editorial usa un *approach* y lenguaje entre populista y sensacionalista; algunos analistas lo ven como un **instrumento comunicacional "nacionalista"** del PCCh.

Puede ofrecer un texto de opinión titulado "**La temeraria provocación de Filipinas a los intereses fundamentales de China es un camino a la autodestrucción**" (artículo de Dai Fan, 16.07.2025). O bien "**Por qué los ejercicios militares conjuntos de China-Serbia no le deben importar a otros**" (Zivadin Jovanovic, 24.07.2025).

Las mismas noticias pueden estar redactadas de un **modo confrontativo o irónico**, al igual que incluirse **caricaturas satíricas**, como no se ve tanto en otros medios globales chinos. Este estilo burlón puede manifestarse más en mensajes sueltos en redes sociales que en la propia edición online o impresa del diario.

Posiblemente por esto, según el *Washington Post*, el medio obtuvo un contrato en 2019 para **manejar las redes sociales del Ministerio de Relaciones Exteriores** chino, así como

capacitación y protocolos acerca de “respuestas integrales” (¿a contenidos desfavorables?).

Con sus correlatos en la web, en 2013 sacó una edición para los Estados Unidos (que fue designada allí como “agente extranjero” por la ley FARA en 2020) y en 2014 otra para Sudáfrica. En 2016, a los pocos días del *Brexit*, lanzó su edición europea con sede en Londres. Su campaña publicitaria fue tan provocativa como ingeniosa: “*Ustedes se van. Nosotros entramos*”.

Global Times también ha recurrido a las *fake news*. En 2021 anunció sin ningún fundamento que el virus del Covid se originó en un laboratorio militar de Maryland e incluso lanzó una petición *online* para que la Organización Mundial de la Salud investigue a dicho laboratorio, la que obtuvo 25 millones de “firmas”.



Campaña publicitaria de la edición europea del ‘Global Times’ en 2016 cuando se lanzó en el Reino Unido, a pocos días del *Brexit*: “Ustedes se van. Nosotros entramos” (izq) – Un ejemplar del ‘Global Times’ de 2024 (der)



El ‘Global Times’ en las redes sociales, contra la BBC, acusada de poner “la ideología sobre la realidad” y augurándole “la bancarrota de su credibilidad” (captura de X).

Pasando revista (internacional) y más portales

Las primeras revistas que China difundió mundialmente se crearon expresamente como medios internacionales. Al igual que los diarios globales, desde sus orígenes hasta hoy dependen del PCCh, en este caso de su casa editorial, actualmente llamada China International Communications Group (CICG).

La revista *China Reconstruye* (*China Reconstructs*, fundada en 1952) era como una *Life* china (papel ilustración, muchas fotos). La otra, *Pekín Informa* (*Peking Review*, lanzada en 1958) era de diseño pobre, pero densamente doctrinaria e ideológica.



Primera publicación mundial china en español 'China Reconstruye', lanzada en el peor año de la dramática hambruna china del Gran Salto Adelante (1960) (izq) –

Revista 'Pekín Informa', con reportes sobre actividades oficiales y artículos doctrinarios e ideológicos, número de 1972, el año durante el cual el presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, viajó a China y se establecieron relaciones diplomáticas entre ambas naciones (der).

Ambas se imprimían en varios idiomas, incluso en español: *China Reconstruye* desde 1960 y *Pekín Informa* desde 1962. Se distribuían con todas las limitaciones que la circulación en papel tenía durante el siglo XX y en medio de la guerra fría.

Obviamente, sólo podían ser adquiridas en **puestos de diarios (kioscos)** en países que tuvieran relaciones normales con China o bien ser recibidas por **suscripción** vía correo postal (desde China u otros países) en naciones que no llegaron a **confiscar o prohibir** los envíos.

La visibilidad de estos medios era **escasa**, igual que sus audiencias, si bien contaban con algunos **seguidores fieles**, no siempre por razones ideológicas.

China Reconstruye comenzó exclusivamente en **inglés**. En 1960 incorporó el **español** y **francés** y luego salió en **árabe** (1964), **alemán** (1978), **japonés** (1980s), **chino** (1981) y **ruso** (1990s). En 1983 se lanzó una edición norteamericana preparada en China, que era **impresa y distribuida desde San Francisco**.

En 1990 el nombre de la revista cambió a **China Hoy** y es el que todavía conserva. Es interesante notar que los últimos años cesaron las ediciones en **ruso y japonés** y se agregaron el **portugués** y el **turco**, con ediciones tercerizadas. Por supuesto, cuenta desde hace varios años con un sitio web.

La antigua *Pekín Informa* es hoy la **Beijing Review** y se publica físicamente solo en **inglés**, con distribución en distintos países, pero cuenta con ediciones exclusivamente online en chino, francés, alemán y japonés.

Versiones africanas de *Beijing Review* comenzaron a publicarse en 1988 con los nombres **ChinAfrique** (francés) y **ChinAfrica** (inglés), con material diferenciado. Ambas se editaban en Beijing.

Desde 2008 **ChinAfrique** abrió una redacción en **Senegal** y pasó a ser publicada desde allí. **ChinAfrica** estableció por su parte una redacción en **Sudáfrica** en 2012 y se editó desde la nación de Nelson Mandela. Las dos están igualmente disponibles en Internet.



Las revistas 'ChinAfrique' y 'ChinAfrica'.

Africa es una región donde China ha desarrollado una extensiva presencia, incluso comunicacional.

China Hoy comenzó con contenidos diferenciados en español hacia 1977, aunque se siguió elaborando desde Beijing. En 2004 abrió un centro en **México** para su redacción desde allí —también usando contenidos realizados en China— y con distribución en español por **América Latina**.

La revista sigue con ediciones papel que circulan mayormente en **México** y **Perú** (donde hay una suboficina desde 2009), pero puede consultarse cada número en la web.

Las ediciones impresas en español de **China Hoy** siguen apegadas a su tradición de **fotos e imágenes**. Sus textos, en cambio, son actualmente muy parecidos a los contenidos del *Diario del Pueblo*: actividades oficiales, estadísticas, producción y algunos análisis, los que parecen emanar en gran parte de Xinhua.

Sin embargo, existe una edición brasileña en portugués lanzada en 2015 y llamada **China Hoje**, realizada en conjunto con la local **Editora Segmento** con una edición papel y web,

incluso con una comunidad, podcasts de audio y video y presencia en redes sociales. En ella, además del contenido chino, se tratan temas nacionales y **participan periodistas brasileños**.

El periodista y académico **Evandro Menezes de Carvalho** es el secretario de redacción de la revista y escribe buena parte de los artículos locales. A su vez, es entrevistado frecuentemente por medios chinos, como CGTN o Xinhua.

En la revista hay a veces artículos de **Gustavo Ng** (de la revista chino-argentina **DangDai**) o de otros latinoamericanos. No obstante, la mayoría de las notas están redactadas por autores chinos.

Los contenidos locales de **China Hoje** están alineados con la izquierda brasileña y hacen una promoción explícita del sistema político chino.

En un videopodcast posteo en X el 07.03.2024 **Menezes de Carvalho** interpela a su audiencia: *“¿Usted sabía que la **división de tres poderes**, como conocemos en la política brasileña, **no se aplica en China?** (...) Explico más sobre ese concepto en el nuevo podcast de la serie ‘Traduciendo a China’”* [subrayado propio].



El videopodcast de Evandro Menezes de Carvalho (izq), colaborador brasileño del medio ‘China Hoje’ y en el cual promueve el sistema político chino, carente de división de poderes. Menezes de Carvalho es un analista con una maestría en relaciones internacionales y cargos académicos en Brasil y China (izq) – Escribió un libro sobre China sobre el cual un lector lo felicita en X y dice que “desmitifica la leyenda de la dictadura china”, comentario que es retransmitido por el autor (der).



China Hoy' (la antigua 'China Reconstruye', español, edición de 05.2025) (der) y 'China Hoje' (portugués, edición 04/05/06.2025)

Un portal global: ¿punto de saturación?

El CICG, en conjunto con la Oficina de Información del Consejo de Estado (es decir, un emprendimiento partido-Estado), tiene desde 2000 y hasta hoy un portal global llamado china.com.cn / china.org.cn. Es el Centro de Información de Internet de China.

Pese a sus contenidos en 10 idiomas (chino, inglés, francés, español, alemán, ruso, japonés, árabe, esperanto y coreano) no parece otra cosa que una gran recopilación de material, fotos y videos de todos los diarios, revistas y agencias chinas.

No obstante, hay algunas notas propias, sin mención de origen, firmadas por nombres desconocidos o autores que se presentan como profesores universitarios.

Luego de haber repasado a la gran mayoría de medios globales chinos con información y lenguaje similar, llegar a este portal es como arribar a un punto de saturación. Con la línea "positiva" ofrece noticias sobre reuniones y actividades oficiales, más algunas notas sobre economía y negocios o cultura. También posee la sección "La Voz de Xi".

Sin embargo, en la sección con notas de opinión, aparecen varias con enfoque negativo: "La intromisión de los Estados Unidos en Brasil revela fallas en su estrategia global", escrita por un "profesor de la Universidad de Nankai" (23.07.2025).

Hay asimismo notas sobre la cooperación entre los países o el multilateralismo, incluso una que no está firmada ni atribuida: "La obsesión por el '100 % Hecho en EE.UU.' es una burla a los principios del libre comercio" (04.07.2025).

Un párrafo de esa nota dice, insólitamente, que "rechazar los productos chinos no solo [es] enfrentarse a China, sino también a los principios del mercado (...) [de] Friedrich Hayek" [una de las grandes figuras del liberalismo económico].



- **Descripción:**
 1. De acuerdo con las demandas de los clientes, se realizará la cobertura de las actividades pertinentes, la salida al mercado de nuevos productos y las causas de interés público en las que participen las empresas.
 2. Arreglar las entrevistas exclusivas con los responsables de los clientes sobre los temas del rumbo de desarrollo o la responsabilidad social, etc. Se pueden presentar tanto en formato de texto como videos. También tendrán la oportunidad de ser invitados al programa "Diálogos de China" que se emite en nuestra página www.china.com.
- **Gastos:** 20.000-50.000 yuanes por cada entrevista, y 30.000-80.000 yuanes para una entrevista exclusiva.
- **Servicio:** Los textos y fotos de las entrevistas o entrevistas exclusivas serán publicados en Internet en un plazo máximo de 48 horas, y los videos, de 72 horas. Las entrevistas exclusivas y "Diálogos de China" se publicarán en la portada de www.spanish.china.org.cn.

China.org.cn también brinda un servicio insólito y que no puede encontrarse en otros medios globales chinos: entrevistas pagadas (compradas) con 'clientes', sin ninguna indicación de ese carácter en el espacio donde se publican.

 **Spanish.CHINA.ORG.CN**

Sábado, 26 de Julio de 2025

Buscar Ir Sobre Nosotros



Xi recibe credenciales de nuevos embajadores en China

Más Xi Jinping

CAPÍTULO 7

LAS ESTRATEGIAS ACTUALES

China Media Group: centralización

La política de Xi Jinping llevó a una **centralización marcada de los medios** y a una **profundización del control del PCCh** en ellos.

A diferencia de Estados Unidos, Francia, Gran Bretaña o Alemania, con sus medios globales *públicos* unificados bajo el paraguas de una misma entidad estatal (si bien autónoma), en China estos medios funcionaban en forma **separada unos de otros**.

Los **diarios** eran parte directa del PCCh, mientras la radiodifusión y la televisión dependían del Consejo de Estado (gobierno central). En estos últimos la injerencia del PCCh era indirecta.

En 2018 se creó el **China Media Group (CMG)** (*Zhōngyāng Guǎngbò Diànshì Zǒng Rái*), un organismo de gobierno en el cual se fusionaron **todos los medios audiovisuales**, tanto los **domésticos como los internacionales**.

Estos medios son **CNR** (China National Radio), **CCTV** (China Central Television, la TV nacional), **CRI** (Radio Internacional de China, la radio multilingüe internacional) y **CGTN** (China Global Television Network, la TV multilingüe internacional desgajada de CCTV en 2017).



El logo del China Media Group (CMG) con sus respectivos componentes:

CCTV (China Central Television, televisión nacional), CNR (China National Radio – Estación Central de Radiodifusión del Pueblo, radiodifusión nacional), CRI (China Radio International, Radio Internacional de China) y CGTN (China Global Television Network, televisión internacional).

Existe también una subsidiaria del CMG que es la **CITVC** (China International Television Corporation). **Distribuye y vende mundialmente** las producciones televisivas de CCTV y CGTN y a mismo tiempo promueve los acuerdos para la reproducción de estas señales en proveedores de cable, satélite o de video *on demand*.

El CMG, cuya estructura y actividades continúan al día de hoy, es un verdadero **megaorganismo que centraliza todos los medios audiovisuales** (excepto provinciales o municipales) **como parte de una misma organización**, con cientos de canales de radio,

TV o sitios web para públicos dentro y fuera del país. De todas formas, cada medio particular mantiene cierta separación funcional.

Lo más importante es que la creación del CMG puso a estos medios bajo **la órbita y control directo del PCCh (Departamento Central de Propaganda)**, aunque nominalmente el propio CMG sea también parte del gobierno.

Ese grado de control llevó a los Estados Unidos a declarar a estos y otros medios chinos, en tanto operen en su territorio, como **“agentes externos” según la legislación FARA**, que los obliga a presentar informes detallados de sus finanzas y actividades.

Los **pasos previos** para la creación del CMG y la acentuación del control del PCCh tuvieron lugar en 2017, cuando se separó la TV internacional de la nacional.

Un año antes, Xi Jinping había exigido a los medios y periodistas **completa lealtad al PCCh**, *“en pensamiento, política y acción”*, lo que significaba *“reflejar la voluntad del partido y afianzar su autoridad”*.

Anunció en esa oportunidad que efectuaría “inspecciones” a los medios, lo que disparó **muestras organizadas** de apoyo del personal. Al poco tiempo, apareció un cartel en el edificio de la CCTV que decía: **“CCTV se apellida ‘El Partido’ [Somos] absolutamente leales, [estamos] listos para su inspección”**.

El episodio mostró asimismo los **límites de la libertad de expresión** en China, cuando el empresario inmobiliario **Ren Zhiqiang**, caracterizado por sus posteos críticos en redes sociales, se refirió en uno de ellos al cartel en el edificio de CCTV.

¿Desde cuándo el gobierno del pueblo se volvió el gobierno del partido? ¿[Acaso CCTV] está pagada [solamente] por aportes de los miembros del PCCh? No malgasten el dinero del contribuyente si no le ofrecen un servicio”, se preguntó y respondió retóricamente Ren.

El empresario fue acusado de **promover el derrocamiento del gobierno** y por disposición de las autoridades se le cerró su cuenta en la red **Weibo** y se le prohibió el uso de otras por **“difundir información ilegal”**.

En 2020 Ren escribió un artículo en donde acusaba a Xi de **“payaso”** y afirmó que la **falta de libertad de prensa** había demorado medidas de respuesta a la pandemia, agravando su impacto.

Como ha ocurrido en muchas ocasiones, el empresario **“desapareció”** por varios meses hasta que se anunció que **estaba siendo investigado**. En ese mismo año y luego de un juicio de **un día** se lo condenó a **18 años de prisión** por supuestos cargos de corrupción.





Obsecuencia estilo chino: Xi Jinping, rodeado de personal de la TV nacional china CCTV, visitando la sala de prensa del medio en una “inspección” el 19.02.2016 (izq). Un cartel dentro de esa sala de prensa dice “CCTV se apellida ‘El Partido’ [Somos] absolutamente leales, [estamos] listos para su inspección” (der). (Fuente: safeguarddefenders.com).



Desde su creación en 2018, la sede del CMG está en un edificio en 11 Fuxin Road, en el distrito de Haidian, Beijing (era el utilizado por CCTV antes de 2012). En 2025 CMG inauguró con gran despliegue un edificio AI, según muestra la propia TV china (videograma de un informe de CCTV+). La radio nacional CNR, la radio internacional CRI y la TV nacional/global (CCTV/CGTN) transmiten, cada una, desde sus propios edificios.

2018 a hoy: nuevas estrategias de los medios globales chinos

Durante la segunda mitad de la década de 2010, CRI había abandonado el sistema de repetidoras y las redes de emisoras locales en Europa, América del Norte y Oceanía. Solo prosiguió con estos medios en áreas de Asia y Africa.

Al mismo tiempo, muchos programas de radio en onda corta de CRI pasaron a ofrecer contenidos de “relleno”.

La nueva estrategia comunicacional que China sigue desde 2018 hasta hoy tiene vinculación, en parte, con la igualmente renovada estructura de los medios

audiovisuales globales, ahora centralizados en el **China Media Group (CMG)** (—ver, más atrás, el apartado ***China Media Group: centralización—***).

También se relaciona con **nuevas funciones fijadas para las agencias de noticias, las publicaciones impresas/digitales y la presencia en redes sociales.**

Principalmente, se decidió dar un mayor impulso a la televisión: **CGTN** (en idiomas) y **CCTV** (en chino), las que ya comenzaban a verse por cable, satélite o web en casi **todo el mundo**. Esto compensaba las reducciones en el servicio de radiodifusión, si bien la TV internacional usaba un menor número de idiomas.

CGTN desarrolló asimismo **señales regionales** con centros de producción en ciertos países, los que fueron un importante paso para dotar de un apoyo local a las transmisiones globales.

Una de las metodologías a la que se concedió una gran relevancia es la de **“tomar prestado un bote para salir al océano”**, mencionada por el presidente de CRI en 2015. Es un proverbio chino que en este caso significa la **inclusión de contenidos propios en medios locales generales del extranjero.**

China ya recurría a estas prácticas desde los **primeros años de este milenio** en forma limitada (compra de espacios para CRI o retransmisiones; suplementos en diarios). Pero ahora se **expandirían y volverían sistemáticas**, mientras que se utilizarían algunas **nuevas modalidades** (documentales de TV, coproducciones, ficciones).

Para **Europa, América del Norte y Oceanía** China se fijó como prioridad seguir con las **inserciones de contenidos** (normalmente suplementos de ***China Watch*** en diarios de primera línea o notas de Xinhua o medios globales en esos mismos diarios); menos frecuente fue lograr la colocación de materiales en medios generales audiovisuales.

El ***China Daily***, en inglés, impreso y digital con ediciones regionales, pasa a ser otro instrumento fundamental para estas zonas, al igual que la revista ***China Today***.

Pero, por sobre todo, el instrumento de llegada son las señales de TV en inglés con producción propia y regionalizadas: **CGTN America** (Washington) y **CGTN Europe** (Londres). **Australia y Nueva Zelandia** son cubiertas por la señal general de **CGTN** igualmente en inglés desde Beijing (en 2018 se realizó en ciudades como **Sydney y Melbourne** una campaña de publicidad callejera para promover el canal).

En cuanto a **Africa**, para las **zonas francófonas** se continuó con **radios en distintos países** —de **propiedad de CRI** o compartida con radios nacionales—, con programas propios locales o regionales combinados con retransmisiones de CRI.

La TV **CGTN en francés** no tiene una señal diferenciada para Africa, pero incluye muchos temas de interés regional para el continente, con algunos programas realizados en Kenia.

Para las **áreas en inglés**, en cambio, el instrumento más importante es la señal específica **CGTN Africa** (Nairobi) y una edición también africana del ***China Daily***, ambas lanzadas en 2012.

Tanto para las audiencias en inglés como en francés hay versiones impresas y digitales de la revista ***ChinaAfrica o ChinAfrique***, en cada lengua.

Para Asia se usan indistintamente algunas **repetidoras locales en FM en idiomas nacionales de CRI o bien algunas retransmisiones por emisoras de distintos países**, además de las emisiones directas de CRI online o de onda corta, o las de CGTN —en todos sus idiomas, incluso en árabe y ruso— por satélite, cable o Internet.

De este modo, China se convirtió en un **actor mediático nacional o regional importante** y a veces directo en **zonas afroasiáticas**.

En América Latina, donde no se instalaron repetidoras de CRI y apenas hubo retransmisiones locales de esa emisora internacional o ediciones de *China Watch* (excepto en este último caso en Argentina), la estrategia es distinta.

El canal **CGTN Español** es su principal elemento. También se recurre a la **ubicación o coproducciones de documentales con televisoras de países de la región** (generalmente estatales o señales de noticias; tales programas a su vez se emiten o se transmitirán luego por CGTN). Sin embargo, estas realizaciones son ocasionales y su cantidad es escasa.

En cambio, hay un segmento diario de noticias en una **importante señal informativa de Brasil (BandNews)** y otro semanal en la TV estatal hondureña.

Por otro lado, se realizan **coproducciones locales de radio con medios globales** chinos en emisoras de algunos países de la región, en especial en **Argentina y Chile**, que en este caso tienen periodicidades establecidas.

Asimismo, se ubican **materiales de Xinhua** o algunos **contenidos de CMG por compra directa de espacios** o por medios que los usan como **suscriptores**, lo cual incluye el **intercambio de contenidos** con agencias, diarios generales o portales web. En estos casos, el volumen de material puede llegar a niveles importantes.

Hay dos estrategias que se siguen en todo el mundo. Una es el uso de redes sociales para las audiencias de cada país en sus propios idiomas. Se trata de **“recortes” o enlaces** a los contenidos de los medios globales como modo de difusión.

Algunos de estos medios —aun CRI en los casos en que ha pasado a emisiones de “relleno”— pueden realizar **posteos en redes sociales con temas o mensajes separados**. Como se indicó en apartados anteriores pueden ser tópicos “culturales” o “de color” hasta de política “dura” o, en casos especiales, de carácter polémico o confrontativo.

Adicionalmente, se han desarrollado algunas actividades de **influencers** al servicio de la propaganda.

Pueden ser de personal que ya se desempeña en medios con otras responsabilidades, como el caso de **‘Beibei en China’** de CGTN (—ver, más atrás, **Especiales, podcasts y redes sociales**—) o bien de internautas **especialmente reclutados al efecto**, pero con vínculos más difusos con el gobierno.

Sobre las de **desinformación o trolls**, de tipo **encubierto**, al estilo ruso, los datos son todavía **fragmentarios**.

Fuera de ámbitos donde hay evidencias de operaciones desinformativas importantes (interno, Hong Kong o Taiwán), las identificadas **hacia el exterior** parecen ser **limitadas** —como lo sostiene la firma estadounidense Graphika en un informe de 2024—, aunque por momentos logran efectos de consideración.

Otra estrategia de alcance mundial, es ahora la de cooptar a los medios chinos de la diáspora, promoviendo la **adopción de líneas o narrativas pro Beijing** (con acuerdos de colaboración y suministro de contenidos) o, en algunos casos, **adquiriéndolos**.

En ciertas ocasiones estos medios agregan además **contenidos en el idioma del país** donde están asentados, lo que permite hacer llegar la **propaganda china a audiencias generales** igualmente por esos conductos.

La **diáspora china** incluye empresarios, profesionales, inversores, académicos y trabajadores en diversos sectores.

Sin embargo, buena parte de la **inmigración china más reciente** —y en algunos casos también la inicial— se caracteriza, prácticamente en todo el mundo, por su bajo perfil y dedicarse al **pequeño comercio minorista** (tiendas o negocios familiares).

En ese carácter, tienen importantes **necesidades comunicacionales**: recibir contenidos en su propio idioma, acceder a “datos útiles” sobre su industria o las naciones receptoras y, finalmente, enterarse de noticias de su propio país de origen.

El principal instrumento para alinear a los medios de las comunidades chinas de la diáspora es la **Global Chinese Media Cooperation Union** (Asociación de Cooperación Global de Medios Chinos) (—ver, más adelante, el apartado *La GCMCU: la comunicación de la diáspora china como activo geopolítico—*).



Presupuesto operativo

En cuanto a **presupuesto operativo**, no hay información oficial sobre el costo anual de los medios globales de China.

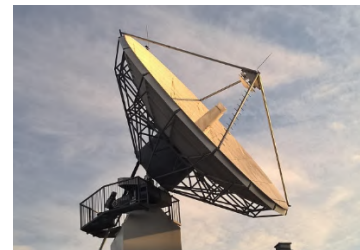
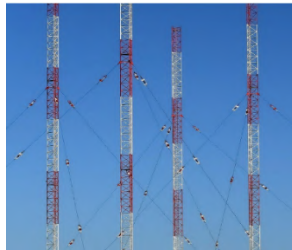
Muchas veces se suministran cifras acerca de “inversiones” efectuadas o bien se dan números sobre “**propaganda internacional**” en los cuales presumible o explícitamente se incluyen además actividades culturales, diplomáticas o de promoción comercial.

Si la consideración se circunscribe a los **medios globales propiamente dichos** (radio, televisión, prensa/revistas, agencias de noticias, sitios de Internet y redes sociales) su presupuesto llegaría a los **3000 millones de dólares al año**. Esta es una estimación de 2023 de Claire Gorman, la titular de los servicios internacionales de la Australian Broadcasting Commission (ABC).

A efectos comparativos, los medios globales de los Estados Unidos tenían en 2024, antes del cierre dispuesto por Donald Trump, un presupuesto anual de **886 millones de dólares** (Oficina de Administración y Presupuesto -OMB- y del Departamento del Tesoro). Abarcaban las corporaciones subvencionadas RFA y RFE/RL y similares, pero no las actividades privadas-comerciales como **CNN** y similares.

El presupuesto de Rusia es igualmente desconocido. Estimaciones arrojan entre **800-1000 millones de dólares por año**; quizás con 100-200 millones adicionales por actividades encubiertas online (*trolls*, etc.), que ese país **desarrolla como ningún otro** (medio ucraniano Glavcom).

El **Reuters Institute** proporciona las siguientes cifras anuales, también para 2024, para los únicos tres países occidentales europeos poseedores de **medios de comunicación públicos para audiencias externas con cobertura verdaderamente mundial**: Reino Unido, 540 millones de dólares; Alemania, 447 millones de dólares y Francia, 331 millones de dólares.



Se desconoce el presupuesto exacto de los medios globales chinos

CAPÍTULO 8

MEDIOS DE LA DIÁSPORA CHINA EN EL MUNDO (Y HONG KONG)

El caso especial de Hong Kong

Solo por una cuestión de estructura de este trabajo se ubica aquí el caso de **Hong Kong**, el exenclave del **Reino Unido** en territorio continental chino y cuya existencia de un siglo y medio fue posibilitada por un contrato de arrendamiento que venció en la década de 1990.

No puede considerarse a sus habitantes, en ningún momento, como parte de una diáspora china, ya que vivieron en el lugar desde la configuración de la nación.

Sin embargo, durante la administración británica de 156 años, el territorio gozó de un **régimen diferenciado y asimilable a la democracia, con libertades políticas, civiles y económicas**, más allá de cualquier incongruencia colonial.

Aun luego de la incorporación a **China** en 1997 se convino que el lugar **mantendría sus instituciones**, su sistema local de gobierno (democracia multipartidaria, división de poderes, libertad de expresión y economía de mercado) **hasta 2047**, bajo el llamado principio de “**un país, dos sistemas**”. Un acuerdo similar se realizó con respecto al enclave portugués de **Macao**.

Pero desde hace una década y media, China comenzó a **restringir gradualmente las libertades, a cooptar o reemplazar a su dirigencia y a dominar las comunicaciones**. Estos avances dieron lugar a descontento y manifestaciones que fueron crudamente reprimidas y llevaron a Beijing a implantar una **draconiana Ley de Seguridad Nacional en 2020**.

La reducción de las libertades y la persecución a disidentes y críticos —incluyendo las actividades de comunicación— **es notable**. A pesar de esto funcionan todavía varios **medios privados** (que prácticamente no existen en el territorio continental). Aunque la mayoría han sido **cooptados** con propietarios y personal pro Beijing, algunos continúan con **posturas autónomas**.

De hecho, en los informes de Freedom House, mientras **China** fue siempre considerada una nación “**no libre**”, la “**región administrativa especial**” de **Hong Kong** aún figura como “**parcialmente libre**” en 2025 (si bien hasta 2002 era “**libre**”).

La **disminución de la libertad de expresión** se puede seguir con detalle en la serie del **World Press Freedom Index** de Reporteros sin Fronteras. Esta es la **posición de Hong Kong** a lo largo de la última década y media sobre 180 países y territorios considerados (la magnitud más baja es la de mayor libertad): 2010 = 34, 2015 = 70 y **2025 = 140**.

Los dos diarios históricos más influyentes de Hong Kong en idioma chino (cantonés) eran el **Sing Tao Daily** (fundado en 1938) y el **Ming Pao Daily** (1959), que también emprendieron cierta expansión internacional y continúan apareciendo, no obstante que el primero registró un declive.

Sing Tao Daily (星島日報) había tenido una postura históricamente pro-KMT (hacia Taiwán). Tras problemas económicos y ante la inminencia del cambio de soberanía de Hong Kong, a principios de los 90 comenzó a acercarse a intereses de Beijing, según indica Alex Joske en un libro de 2022.

Cuando se produjo el traspaso del enclave británico a China en 1997, el medio adoptó una **línea más complaciente con las autoridades centrales**. Para 2001 fue comprado por el empresario diversificado **Charles Ho** —con inversiones también en tecnología—, del grupo del *establishment* de la excolonia más inclinado a Beijing.

En 2021 se dio un paso más cuando la matriz hongkonesa del diario fue adquirida por intereses inmobiliarios privados de **China continental**, pero completamente **favorables al PCCh**.

El diario creó filiales con ediciones locales para la **costa oeste de los Estados Unidos** (1963), la **costa este norteamericana** (1965), **Reino Unido** (1975), **Canadá**, (1978 y desde los 90 asociado con capitales locales) y **Australia** (1982, cerrada en 2020).

Adicionalmente, tiene un diario en inglés exclusivamente para Hong Kong, ***The Standard***, aparecido en 1949.



La primera edición de 'Sing Tao Daily', en 1938, cuando apoyaba al KMT (izq) – Edificio actual del diario, a cargo de empresarios privados inmobiliarios de China Continental pero muy vinculados al PCCh (der) (capturas del sitio www.singtaonewscorp.com)

El **Ming Pao Daily** (明報) fue fundado por un escritor y por esta razón se lo consideró por mucho tiempo el “**diario de los intelectuales**”. Durante la presencia británica en Hong Kong su postura era de apoyo al sistema y estaba **considerado “muy hostil” a China continental**. Contaba con una edición local independiente en **Malasia** y, desde 1993, versiones en **Canadá**.

El magnate de Malasia **Tiong Hiew King** adquirió el medio en 1995, dos años antes de la devolución del enclave a China y lo tornó más amigable con las autoridades centrales. Tiong tenía **varios negocios en el sector continental** y es considerado un empresario con **buena relación con Beijing**.

Aun así, tanto la edición de **Hong Kong** como las de **Malasia** y **Canadá** continuaron con una postura relativamente independiente, ejerciendo periodismo de investigación e incluyendo **críticas a China**. Sacó también ediciones por un tiempo para Nueva York (1997-2004) y San Francisco (2004-2009).

En 2014 se designó como nuevo director del diario en Hong Kong a Chong Tien Siong, otro malayo con fuertes lazos con Beijing. Su antecesor en el cargo, el periodista de investigación Kevin Lau, era visto como una garantía de independencia, pero fue atacado y herido en un atentado, un hecho inédito en el lugar.

Los temores sobre la gestión de Chong se confirmaron cuando censuró una nota sobre el aniversario de Tiananmen y la reemplazó por otra que mostraba a Jack Ma, entonces titular de Alibaba, como un ejemplo de emprendedor exitoso. Esto motivó una revuelta entre el personal del diario.

Al año siguiente, el medio despidió a un respetado periodista que publicó una nota sobre los *Panama Papers* con revelaciones sobre Hong Kong y China. El personal protestó dejando espacios en blanco.

El diario fue perdiendo su independencia y terminó cooptado con una postura pro Beijing. La cobertura de las protestas en Hong Kong y de la pandemia del Covid reflejaron en gran medida la narrativa oficial.

Ming Pao Daily continúa perteneciendo al grupo malayo Tiong (MCIL) (—ver, más adelante, el apartado *Medios domésticos en chino en Asia—*). No obstante, la versión de Malasia exhibe todavía hoy algunos contenidos críticos de China.



La edición de 'Ming Pao Daily' (Hong Kong) del 02.02.2015 en la cual el director pro Beijing censuró una nota sobre Tiananmen y la reemplazó por otra sobre Jack Ma, entonces titular de la empresa de e-commerce Alibaba, la cual paradójicamente comprará otro diario de Hong Kong al año siguiente (izq) — Los espacios en blanco en el 'Ming Pao Daily' en 04.2016: fueron una forma de protesta de sus periodistas cuando el mismo director proclive a China despidió a un periodista que informó sobre las revelaciones de los Panama Papers con respecto a Hong Kong y China (der) (capturas).

El *Hong Kong Economic Journal* (信報財經新) fue fundado en 1973 y está escrito en chino. En 2006 fue comprado personalmente por el empresario Richard Li.

Li había creado a principios de los 90 la compañía satelital **Star TV** (—ver, más atrás, el apartado *La TV satelital: el ave Phoenix que devoró el PCCh—*) y luego adquirió la empresa de telecomunicaciones **PCCW** que a su vez absorbió en 2000 a la antigua compañía británica **Cable & Wireless/HKT** de Hong Kong. De esta manera **PCCW** se convirtió en el principal operador de telecomunicaciones del exenclave.

Las empresas TIC de Li dependen de licencias y permisos del gobierno de Hong Kong y, como otros, el diario se ha inclinado cada vez más hacia **posturas favorables a China**. En 2016 suspendió a periodistas que escribieron con una perspectiva positiva acerca del **movimiento democrático de Hong Kong**.

Para 2025 Li vendió el *Hong Kong Economic Journal* a **PCCW**, empresa en la cual participaba en ese año con un **interés controlante del 31%**.

Otro diario económico importante, también en chino y aún vigente es el ***Hong Kong Economic Times*** (香港經濟日, abreviado HKET), iniciado en 1988. No solo es favorable a China, sino que su fundador **Arthur Chuen** incitó en 2019 a las personas a usar “palos” **contra los manifestantes pro democráticos**. El personal del diario protestó y **Chuen renunció a su directorio**, aunque continuó escribiendo como columnista.

Oriental Daily News (creado en 1969) es un **diario popular** de gran penetración, como lo fue en su momento su competidor, el extinto ***Apple Daily*** (1995-2021), ambos en chino/cantonés.

Mientras el primero atrae a lectores mayores con una postura que se fue haciendo paulatinamente favorable a Beijing, el segundo defendió tenazmente su independencia y fue un firme crítico del PCCh, así como impulsor del movimiento prodemocracia de Hong Kong. En 2020, el medio inauguró una versión en inglés exclusivamente online que atrajo la atención en el exterior.

La trayectoria del diario **terminó abruptamente** cuando su director **Jimmy Lai** fue arrestado bajo cargos de violar la nueva Ley de Seguridad de Hong Kong (**continúa en prisión** y enfrenta una posible sentencia a **cadena perpetua**).

El arresto de Lai y el congelamiento de sus cuentas llevaron al cierre del ***Apple Daily***, en un **serio golpe a la aún condicional libertad de expresión** en Hong Kong.

Existe un diario, ***Wen Wei Po*** (chino), que está directamente controlado por la oficina de enlace del gobierno de Beijing en Hong Kong. Es **muy poco leído** (un *share* de un dígito porcentual en el mercado) y quedó posicionado en las encuestas como uno de los medios menos creíbles.

Por mucho tiempo se consideró al medio más importante en inglés, ***South China Morning Post***, un diario de referencia y el bastión de la libertad de expresión en Hong Kong, especialmente luego de la transferencia del territorio.

Había sido fundado en 1903 y en 1946 fue adquirido por el banco **HSBC** (Hong Kong and Shanghai Bank, de capitales británicos y hongkoneses). En 1987 pasó a **Rupert Murdoch** (que ya operaba en los Estados Unidos la cadena abierta Fox; luego también lanzará Fox News y mucho más tarde comprará *The Wall Street Journal*). En 1993 adquirió un interés controlante el empresario malayo **Robert Kuok**.

Los distintos cambios de propiedad **no alteraron la independencia ni la calidad del diario**.

En 2016 el *South China Morning Post* fue comprado por **Alibaba**, entonces propiedad de Jack Ma. Alibaba es una de las empresas más importantes de *e-commerce* de China, la que puede considerarse un equivalente de Amazon.

Ma, que venía de orígenes humildes y quien gracias a sus emprendimientos tecnológicos **se convirtió en el hombre más rico de China**, ha tenido una relación muy particular con el gobierno de Beijing.

Se retiró de **Alibaba** en 2019 para dedicarse a desarrollos educativos y de *fintech*, pero también había criticado al gobierno chino y a la burocracia bancaria. En represalia, las autoridades **cancelaron la salida a la bolsa de la *fintech* de Ma**, a la vez que **multaron a Alibaba** por supuestas “prácticas monopólicas”.

Luego de estas críticas, **Ma “desapareció” de la vida pública** y empresarial por casi cinco años e incluso se lo rastreó por un tiempo en Japón. **Se lo volvió a ver en China en 2025, aplaudiendo al presidente Xi Jinping** durante una reunión de empresarios, pero ya no estaba vinculado a ningún emprendimiento importante.

Bajo la propiedad de Alibaba, en los años iniciales el **diario conservó un importante margen de autonomía**, al punto que su sitio web comenzó a ser bloqueado por la “*Gran Muralla*” de Internet en el territorio continental.

Sin la presencia de **Ma**, **Alibaba ha reducido hoy esa autonomía del medio** y ofrece coberturas amigables con Beijing. Con todo, algunos opinan que muchos periodistas del *South China Morning Post* todavía logran aprovechar los acotados márgenes de libertad subsistentes de Hong Kong.

Uno de los medios **explícitamente críticos** y —de acuerdo a encuestas— también de los más **confiables** para quienes pueden leer en inglés es el sitio ***Hong Kong Free Press (HKFP)***, fundado por el exbloguero **Tom Grundy** en 2015 y que se había mudado al exenclave una década atrás.

El sitio tomó una **gran trascendencia, tanto en lo local como en lo internacional**. Forma parte de la red *The Trust Project* y el Partido Liberal noruego propuso darle al medio el premio **Nobel de la Paz**. Es rutinariamente **hostilizado por autoridades chinas**: en 2025 se sometió a una exhaustiva **auditoria impositiva** a la entidad editora y a cada uno de sus integrantes y empleados.

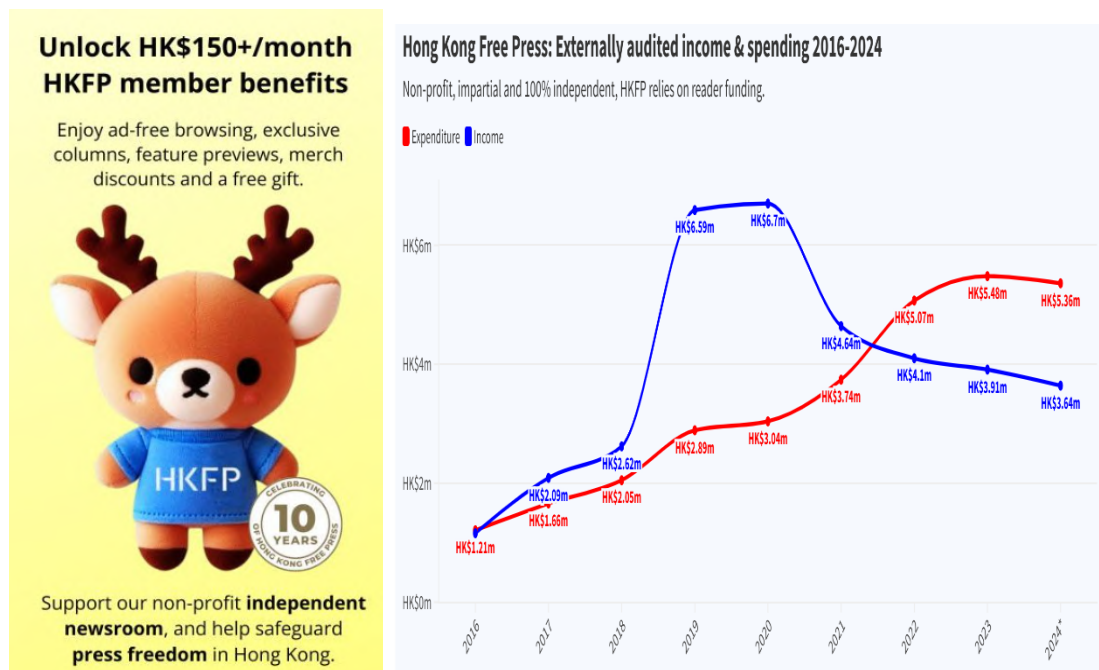
Desde una posición opuesta, el diario del **PCCh *China Daily*** tiene una edición especialmente editada en **Hong Kong**, completamente en inglés, desde 1997.



Ediciones del ‘China Daily’ para Hong Kong de 10.2025



Primera plana del 'South China Morning News' del 01.01.2024 (izq) (kiosko.net) – Logo de Alibaba Group, compañía que adquirió el diario en 2016 y cuyo CEO era entonces Jack Ma (der).



El 'Hong Kong Free Press' (HKFP) opera como un portal sin fines de lucro y es quizás el medio más crítico de Beijing hoy en ese lugar. Su material está disponible sin muro de pago en Internet, pero debe recurrir a donaciones para sortear las difíciles condiciones en las que trabaja.

El dibujo de la cornamenta de ciervo que emana del oso panda hace alusión a la primitiva mascota del portal, que había seleccionado la imagen de un ciervo por el proverbio chino "llamar ciervo a un caballo" (指鹿為馬) usado para referirse a la tergiversación de los hechos y a la deformación de la verdad.

El portal, en su inauguración, prometió en cambio "siempre llamar ciervo a un ciervo".

El oso panda, naturalmente, representa a China en general (es la mascota, también, de la TV internacional del gobierno chino CGTN) (izq).

HKFP es uno de los pocos medios del mundo que da a conocer en sus propias páginas sus ingresos y egresos externamente auditados. Pese a esa transparencia, ha sido investigado por la oficina de impuestos con evidentes propósitos de hostigamiento (der).

En cuanto a medios audiovisuales, la televisión tuvo un desarrollo muy particular en Hong Kong. Empezó en 1957 a cargo de la empresa **RTV**, exclusivamente por cable (monocanal), cuando este sistema no existía en casi ningún lugar del mundo. Recién en 1967 la también privada **TVB** (**Television Broadcasting Ltd.**) lanzó los **dos primeros canales de aire**: uno en **cantonés** y otro en **inglés**.

A la vez, **RTV** se transformó en 1973 en una emisora abierta, también con **dos canales de aire**: **cantonés e inglés**. El cable fue desactivado por completo. Nueve años más tarde cambió su nombre a **ATV** (**Asia TV**).

En los años 90 recomenzó la **TV por cable**, ahora con multitud de señales locales e internacionales. El proveedor inicial era **HKCTV**, que en 1993 inauguró la primera señal de 24 horas de noticias en cantonés a través de este sistema, **Cable News Channel** (que en 1995 se desdobló en una señal de noticias y análisis y en otra solo de titulares).

Por entonces se lanzó la plataforma satelital **Star TV**, de la cual surgieron los canales de **Phoenix**, incluso su señal de 24 horas de noticias **Phoenix Info News Channel** (—ver, más atrás, el apartado *La TV satelital: el ave Phoenix que devoró el PCCh—*).

HKCTV pasó a suministrar Internet e IPTV con el nombre **i-Cable** y en 2006 sus señales noticiosas fueron reorganizadas: una se convirtió en el **Finance Info Channel** y la otra en el “nuevo” **Cable News Channel**.

Un segundo operador de cable había comenzado en 2003, **Now TV** (propiedad de **PCCW**). Ofrecía desde 2007 una nueva señal noticiosa **Now News** (cantonés), que desde los últimos años adoptó una **línea oficialista favorable a Beijing**. Tras el cierre de los otros operadores de cable, **Now TV** es la **única empresa** subsistente en ese rubro en Hong Kong.

PCCW inauguró en 2015 un servicio de streaming OTT para Hong Kong con la denominación **Viu**, el cual se ha tornado competitivo con Netflix o Amazon Prime Video debido a la realización de **series originales** (en los idiomas locales según el país).

En su fase de expansión internacional se lanzó en **Singapur, Malasia, India, Indonesia y Filipinas** (2016), **Tailandia, Egipto** y la mayoría de **países asiáticos árabes** (2017), **Myanmar** (2018) y **Sudáfrica** (2019). Entre 2023-2024 la francesa **Canal+** adquirió una participación del 30%, mientras llegó a **Australia y Nueva Zelandia** (2024).

PCCW habilitó en 2016 **canales por aire (TDT)** generalistas en inglés y cantonés en Hong Kong llamados igualmente **ViuTV**.

Desde 2006, la **quinta parte de las acciones de PCCW** es de **China Unicom** (estatal), si bien la **participación controlante** sigue siendo de **Richard Li**.

La histórica empresa de canales abiertos **TVB** había empezado en 2004 su servicio de cable: **TVB Network Vision**, el tercero de Hong Kong. Este sistema lanzó ese año una serie de señales propias que incluían la señal de noticias **TVB News**. En 2008 esta última se convirtió en un **canal abierto**.

TVB había comenzado un **proceso de internacionalización** enviando señales y programas a **Europa y América del Norte**.

En **1984 TVB** abrió una **limitada señal de cable** en **California** para la comunidad china local que en los años 90 se transformó en una **señal satelital nacional** y en 2000 en un paquete de **TV paga de señales de Hong Kong** —aun del canal abierto en inglés **TVB**

Pearl— para los Estados Unidos, con algunas inserciones locales (**Jadevision**). También se adquirió una participación minoritaria en el canal chino **Fairchild TV (Canadá)**.

Versiones de sus señales —generalmente en cantonés— se transmitieron asimismo para **China continental, Corea del Sur, Vietnam, Camboya y Tailandia**. Se crearon igualmente señales operadas conjuntamente con la empresa Astro para **Malasia**.

TVB había sido por años la empresa con los **mejores programas y sus noticias gozaban de credibilidad**. Pero a partir de 2009 fue orientándose en forma marcada hacia la línea de Beijing.

Las protestas de Hong Kong y otros eventos fueron **cubiertos de una manera que apenas podían distinguirse de la TV oficial china (CCTV)**, al punto que la compañía comenzó a ser llamada burlonamente **“CC-TV B”**.

Una serie de cambios de accionistas, directivos y comunicadores entre 2018-2021 terminó por **cooptar a TVB hacia la línea del PCCh**. Al mismo tiempo, comenzó un proceso de declive económico. Ya en 2017 había **cerrado su sistema de cable** y lo reemplazó por una plataforma de *streaming* OTT.

Poco antes, los **dos canales abiertos de ATV dejaron de transmitir** en 2015 luego de que el gobierno **les retirara la licencia**. La televisora nunca pudo competir adecuadamente con **TVB** y ya venía padeciendo **problemas económicos**.

Para peor, ATV tuvo problemas de credibilidad cuando en 2011 **anunció por error la muerte** del exgobernante y secretario del PCCh **Jiang Zemin**, hecho que la malquistó con las autoridades de Beijing.

En 2017 **HKCTV/i-Cable** fue **comprada por un nuevo grupo económico** que lanzó además **tres canales abiertos** y pasó a llamarse **i-Cable HOY** (luego empleó el nombre **HOY**). La empresa, sin embargo, también **cerró su sistema de cable en 2023** (cese que abarcó la señal de noticias financieras y la de noticias generales).

HOY se quedó sólo con **los canales abiertos** con programación diversa, aunque incluyen segmentos financieros y noticiosos que antes estaban en las señales para cable.

Radio Television Hong Kong (RTHK) es la emisora pública que desde la época británica había funcionado con un estatuto **de autonomía e independencia del poder político similar a la BBC**. Pese a su nombre, por mucho tiempo sólo contó con emisoras de radio y producía unos pocos programas de TV que eran difundidos a través de los canales privados.

En 2014 comenzó a **transmitir con señales propias** a través de la TDT y dos años más tarde tomó también los canales analógicos que había dejado de utilizar ATV tras la no renovación de su licencia, pero estos últimos fueron eliminados en 2020 al concretarse el **“apagón analógico”**.

A medida que el **gobierno de Beijing** se inmiscuyó en el funcionamiento de las instituciones de **Hong Kong** y comenzó a **ganar más poder en los mecanismos de gobierno**, tuvo la posibilidad de influir en RTHK y **reducir su autonomía e independencia del poder político**.

Por esta razón, no resultó una sorpresa que la corporación pública **firmara un acuerdo con CMG en 2021** para **“intercambio de contenidos”, y coproducciones** al estilo de los

que se suscribían en países extranjeros. En este caso RTHK dijo que se buscaba “**fortalecer el patriotismo**”.

Asimismo, desde 2017 RTHK habilitó una repetidora para emitir por aire la **TV nacional china (CCTV-1)**. En 2022 y 2023 inauguró otras dos repetidoras similares para reproducir –respectivamente– **CGTN Documentary** y **CGTN** en inglés.

En cuanto a **radiodifusión sonora**, en Hong Kong es prestada por tres entidades: la misma **corporación estatal** antes mencionada (**RTHK**) y **dos empresas privadas**. Cada una tiene varias emisoras, las que difunden en cantonés (en algunos casos mandarín) e inglés.

RTHK es la más antigua: con ella comenzó la radio en los años 20 en la etapa colonial y tuvo un **monopolio** hasta fines de los 50. Ya en los 80 poseía **siete emisoras** generalistas o temáticas en inglés y cantonés en AM y FM, que aumentaron a **ocho** en la última década.

Hoy día, los servicios radiales muestran los mismos **problemas de autonomía y contenidos** que los apuntados para la televisión.

Algunas de sus frecuencias han pasado a retransmitir **exclusivamente servicios de la radio nacional china** creados para Hong Kong (en AM 675 CNR-14, La Voz de Hong Kong y FM 102.8 CNR-7 Gran Bahía Radio).

Cabe señalar que en la frecuencia de AM (Radio 6) se retransmitía hasta 2017 el **servicio mundial en inglés de la BBC** durante las 24 horas, emisión sustituida por CNR-14.

Hasta ese mismo año se reproducían igualmente a horarios determinados las **noticias de la BBC en cantonés** dentro de las emisiones de **Radio 5** (en cantonés con *hits*, temas *oldies* y ópera cantonesa; hasta los 90 se realizaban en Radio 1 y Radio 2, los canales generalistas y musicales).

La **BBC en inglés** se retransmitía también durante toda la madrugada en FM a través de **Radio 4** (música clásica y artes, bilingüe en inglés y cantonés). Era la única posibilidad que quedaba después de 2017 para acceder a los contenidos radiales de la emisora británica a través de una antena en Hong Kong.

En 2021, luego de las protestas y en represalia por la prohibición de emitir CGTN en el Reino Unido, esta **retransmisión fue suprimida**.

Hasta hoy, además de RTHK, existen **dos empresas privadas con varias emisoras** (cada compañía con dos señales en cantonés y una en inglés que comenzaron en AM y luego incorporaron FM).

Una de ellas es **Commercial Radio** (fundada en 1959), de la **familia Ho** y la otra es **Metro Broadcast Corporation Ltd.** (iniciada en 1991), del grupo económico **CK Hutchinson (familia Li)**

Ambas empresas radiodifusoras han sido presionadas para deshacerse de **contenidos y periodistas** críticos desde poco después de la asunción al gobierno de **Xi Jinping**, en 2013.

La **familia Li** tenía buenas relaciones con **Deng Xiaoping** y **Jiang Zenmin**, pero los vínculos con Xi se **deterioraron** a partir de la injerencia de Beijing para intervenir y reducir las libertades en Hong Kong.

CK Hutchison era el mismo grupo operador de puertos en Panamá que despertó la reacción de Donald Trump. El presidente norteamericano presionó al país del istmo para que se vendieran las concesiones correspondientes, en razón de haber calificado la presencia del conglomerado como “amenaza” para el canal interoceánico.



Los logos de los canales hongkoneses privados TVB, HOY y la estatal RTHK (arr), que también ofrece emisiones radiales. En este último campo hay además dos empresas privadas:

Commercial Radio Hong Kong, que emplea en su logotipo y dirección web las cifras agrupadas de sus frecuencias de FM (y que en numerología china significan algo así como ‘doble alegría y larga vida’) (aba iza) y Metro Radio Hong Kong, del grupo CK Hutchison (aba der).

Estados Unidos: la más importante industria de contenidos étnicos chinos

Fuera de la región de la *Gran China* (China, Hong Kong, Macao, Taiwán) y quizás con la excepción parcial de Malasia y Singapur, la industria de comunicación china **más importante y poderosa** es la de los Estados Unidos.

En los años 40, en algunas emisoras comerciales de California o Nueva York ya había **espacios alquilados de breve duración en chino**, con música y noticias para inmigrantes.

Se cree que el primero de ellos fue *The Golden Star Chinese Hour* (1939), un programa en **cantonés** orientado a la comunidad hongkonesa que se difundía inicialmente por la estación **KSAN** (entonces AM 1420) de San Francisco; duró hasta 1979.

Existen hoy **tres grandes grupos de radiodifusión étnica con emisiones en chino**. Uno de ellos, Multicultural Broadcasting, está integrado por emisoras autónomas en distintas ciudades que producen o alquilan sus espacios a distintas comunidades étnicas.

Varias de tales emisoras, especialmente en **Nueva York y Los Angeles**, transmiten en **chino y cantonés** la mayoría del tiempo. El grupo fue fundado por un antiguo *discjockey* taiwanés emigrado a los Estados Unidos, **Arthur Liu**, cuya familia lo sigue administrando.

Otro es el de James Su (EDI Media), que quedó con emisoras propias en California luego de deshacerse su sociedad conjunta con el **gobierno chino y CRI**, a través de la cual habían tomado en alquiler estaciones en varias ciudades de los Estados Unidos. De esta asociación, que duró entre 2009 a 2019, se habló en párrafos anteriores (—ver, más atrás, los apartados *Pensamiento global con actuación local* y *CRI: traspies, reconversión y situación actual de las retransmisiones*—).

Un tercer grupo es el de una combinación AM/FM en el área **San Francisco** y que es utilizada por arrendamiento por el diario de Hong Kong **Sing Tao** (星島日報, *Xīng Dǎo Rìbào*) desde 1993, así como por otros productores.

Existen, además, **radioemisoras independientes** que funcionan en distintas localidades, a cargo de propietarios individuales.

Fue a fines de los 60 y en los 70 cuando surgieron las primeras transmisiones en chino/cantonés a tiempo completo, pero a través de **circuitos cerrados**.

En 1968 se lanzó **Chung Hwa Broadcasting Company (CWBC)** (radio por cable, en cantonés, en Nueva York). Más tarde hizo su debut **Sinocast** (radio paga por subportadora de FM, en chino, señal “oculta” en una emisión principal abierta y que solo puede ser captada con receptores especiales): en 1976 en Nueva York y 1977 en San Francisco; éstos fueron los primeros emprendimientos de **Arthur Liu**.

A partir de los 80 aparecieron **pequeñas radioemisoras y canales de TV abiertos o de cable locales** que difunden en chino, cantonés u otras variantes dialectales. Primero lo hicieron con horas limitadas y después a tiempo completo, con programación **muy típica de las estaciones étnicas**: discos o ficciones enlatadas, noticias y publicidad de abogados de inmigración, restaurantes, pequeñas tiendas y envío de remesas.

Liu creó la antes mencionada empresa **Multicultural Broadcasting** que en Nueva York pasó a emitir en 2007 en forma definitiva en chino a través de **WKDM** (AM 1380) y en cantonés en **WZRC** (AM 1480), que siguen en el aire.

Estas y otras radios de la zona de la *Gran Manzana* habían sido adquiridas en los 90, pero primero se programaron en varios idiomas y formatos y algunas fueron vendidas. A partir de su conversión total a chino y cantonés cesó el servicio en subportadora **Sinocast**.

Multicultural adquirió también tres emisoras de AM en **Los Angeles** en la década del 90. En 1994 compró **KALI** (desde 1999 **KMRB**) (AM 1300) y la puso a transmitir en chino y cantonés y luego solamente en cantonés.

En 1998 sumó a **KAZN** (AM 1430), que ya irradiaba en chino desde 1989 y en 1999 abrió una nueva estación con la señal reutilizada **KALI** (AM 900), con programas igualmente en chino. Después pasó a difundir en español.

En 2000 incorporó **KAHZ** (AM 1600), en la que se experimentó con programas económicos en chino, cantonés y vietnamita, pero a los cinco años se la convirtió en repetidora de **KMRB**. En la actualidad solo operan **KMRB** (cantonés) y **KAZN** (chino).

En **San Francisco**, la compañía de Liu habilitó en los 90 la emisora **KEST** (AM 1450) como manera de superar el sistema cerrado Sinocast. Hasta 2005 el diario **Sing Tao** realizaba en **KEST** programas en cantonés. Hoy continúa en el aire con programas chinos y cantoneses **propios**.

Aunque **California** cuenta con una población de herencia china importante por razones históricas, fue **Nueva York** la ciudad en donde se formó la colectividad más importante, lo que se reflejó en el número de emisoras.

Richard Hsueh, periodista taiwanés, comenzó en 1986 **Chinese American Voice (CAV)** en el barrio neoyorkino de Flushing, también a través del sistema de subportadora (hasta

2014 en WACD-FM, luego en WQCD-FM 101.9). En 2014 CAV lanzó una señal china de televisión por cable, **ICN TV**, mientras la emisora fue rebautizada como **ICN CAV Radio** y actualmente está solo en plataformas de Internet.

El **Chinese Radio Network**, como la anterior, emite exclusivamente para **Nueva York**: entre 1988 y 2015 lo hacía en una **subportadora de FM** (el canal de WCBS-FM 101.1). A partir de 1998 agregó la frecuencia abierta (horas alquiladas) de **WGBB** (AM 1240, en paralelo con FM 104.9 desde 2017 y luego 95.9). Hoy lo hace las 24 horas online y solo unas pocas horas en la radio.

En los primeros años de este milenio y además de sus programas propios **retransmitió segmentos en chino de varias emisoras**, desde BCC de Taiwán o la BBC hasta **CRI desde Beijing**, aparentemente en este último caso por decisión programática (no por espacio contratado).

Otra emisora para la ciudad es **Chinese Radio New York** solo en *streaming* en Internet, pero iniciada en 2007 en la subportadora de la emisora WPAT (FM 93.1), que ya no se emplea. Algunos programas se retransmitían por WNWR de Filadelfia.

La **CWBC**, de **Liu**, la pionera que había comenzado por cable y transmitía en cantonés solamente en Nueva York para una audiencia identificada con Hong Kong, comenzó a usar a fines de los 70 la subportadora de WEVD-FM (luego WSKQ-FM 97.9). Hace varios años dejó de emitir.

En la **independiente KVTO** (AM 1400), de **San Francisco**, desde 1997 y hasta hoy la mayor parte de sus horarios están tomados en alquiler por **Sing Tao Daily** (cantonés), que al mediodía transmite un editorial. En el pasado hubo también programas de **Sound of Hope**, la señal radial simpatizante de **Falun Gong** (—ver, más adelante, el apartado **Epoch Times y Falun Gong**—).

La radio orientó su programación al **público chino a principios de los 90** y pasó por varios propietarios. A partir de 2013 fue adquirida por una empresaria vietnamita y agregó un transmisor en dúplex en **FM 93.7**.

Desde hace unos años, asimismo, **Sing Tao** alquila a la mañana la frecuencia de una emisora en portugués en San José, **KSQQ 96.1**, para emitir solamente programas en **mandarín**. (San José, localidad californiana que forma parte de la zona de Silicon Valley, posee una importante comunidad portuguesa que trabaja en construcción.)

La primera **señal de alcance nacional de TV en chino** de los Estados Unidos fue NATV North America Television (desde 2001 **Sky Link TV**), que pasó a transmitirse tanto en cable como en canales abiertos afiliados (al estilo de las cadenas latinas norteamericanas como Univisión y Telemundo).

Fundada en 1989 en Los Angeles por **chinos-americanos de herencia taiwanesa**, **Sky Link TV** fue adquirida por una empresa de **China** en 2009. En 2013 fue comprada por la radio y TV del estado provincial chino de **Guangzhou (Cantón)** y en 2019 pasó a una productora audiovisual privada con sede en **Beijing**.



La señal china SkyLine TV en el canal abierto digital 38.2 en San Francisco. Fue adquirida por una productora audiovisual privada con sede en Beijing (der) – KSQQ, la emisora de San José, CA, que transmite en distintos horarios en portugués y en chino (Sing Tao Radio) (izq).

Phoenix Channel de Hong Kong inauguró en 2001 una versión cablesatelital para Estados Unidos, con unos pocos programas locales –incluyendo noticias– y que continúa siendo importante hoy. Esta red fue **comprada por el gobierno chino en 2021** (–ver, más atrás, el apartado *La TV satelital: el ave Phoenix que devoró el PCCh–*). Aun así, sigue operando en Estados Unidos, pese a los problemas que tuvo su radio de Tijuana-Irwindale.

Igualmente en 2001 salió al aire otra señal de TV en chino, de naturaleza muy diferente a Phoenix, totalmente producida en los Estados Unidos: **NTD**, de la cual se hablará luego (–ver, más adelante, el apartado *Epoch Times y Falun Gong–*).

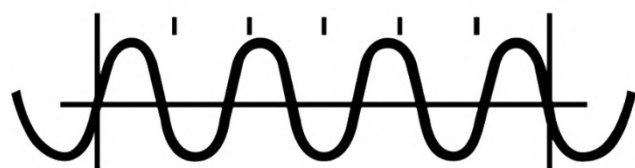
EBC (ex ETTV), una empresa taiwanesa, ofrece desde 2003 un amplio paquete de señales de cable de la isla a los hogares de Estados Unidos. Lo propio hacen hoy algunos **canales de Hong Kong**, especialmente los del grupo **TVB** (dramas, comedias y noticias en cantonés), los cuales en los últimos años se han inclinado a **las posturas de Beijing**.

iCitiTV, del ya mencionado **James Su**, comenzó a transmitir en mandarín desde **Los Angeles** por la plataforma satelital **Dish** en 2013, cuando estaba asociado con CRI. Esa señal de TV, así como **KWRM** (AM 1370), una de las más importantes emisoras chinas angelinas, siguen hoy a cargo de Su. También cuenta con un portal de noticias, **iCityNews**.

Si bien estos medios étnicos tienen contenidos tanto de color **chino como taiwanés**, los vínculos de Su con Beijing continúan –ya sin lazos con CRI– y debió registrarse como “**agente extranjero**”. Aún organiza **festivales de cine de China** en la metrópoli californiana, iniciados en 2005, con el respaldo de diplomáticos y medios de ese país.



La emisora de radio de James Su (KWRM) en Los Angeles (izq) y la de Sing Tao (KVTO) en San Francisco (der)



MultiCultural Radio Broadcasting Inc.



El logo de Multicultural Broadcasting y su emisora en chino WKDM en Nueva York

Epoch Times y Falun Gong

En los 90, el “movimiento espiritual” **Falun Gong** había obtenido millones de seguidores en China e incluso algunas simpatías entre integrantes del PCCh. Muy pronto se lo consideró **una amenaza** por su capacidad de movilización, su filosofía y su independencia del Estado.

El movimiento fue declarado ilegal y muchos de sus miembros han sido perseguidos y a veces detenidos en **campos de “reeducación”**.

Al iniciarse este milenio, seguidores de este culto fundaron el **Epoch Media Group (EMG)**, compañía de comunicaciones con sede en Nueva York. Pese a sus numerosos lazos con Falun Gong, el EMG dice que “no tiene relación” con él.

Técnicamente, este grupo de comunicación —por sus orígenes y filiación— se enmarca en la definición de la comunidad de la diáspora china. Pero sus **actividades mundiales** y su condición de **exiliados opositores** le dan una **característica especial**.

Se presume que cuenta con un **importante respaldo financiero**, ya que su volumen de ingresos por sus actividades puramente comunicacionales (ventas y publicidad) no parece que bastaran para cubrir sus operaciones.

Los medios del EMG, a la vez que son **fuertes opositores a la línea de Beijing** y al PCCh, han adoptado una abierta línea **pro Trump**. También se los ha acusado de recurrir a la propaganda, *fake news* o **posturas conspirativas, sensacionalistas o extremas**.

En 2000 comenzó a editarse el periódico ***Epoch Times***, en chino, para los Estados Unidos, al que se añadió en 2004 una edición en inglés. Después se lanzaron versiones en **español** y otros idiomas, con sedes en varios países.

En la actualidad ofrece ediciones en **23 idiomas para 36 países** —con contenidos ajustados a las distintas zonas— en la web y algunas veces como periódico semanal en papel. *Epoch Times* tiene asimismo una **fuerte presencia**, igualmente multilingüe, en **redes sociales**.

En 2001 el grupo inauguró la señal ***New Tang Dynasty TV (NTD)*** que transmite en chino para Estados Unidos y Canadá y es una de las principales en ese idioma. En 2020 se añadió una **señal en inglés** para América del Norte y el Reino Unido.

Desde 2002 tiene una **red de radio en chino**, en este caso con centro operativo en **San Francisco** y que emite 24 horas (online y 96.9). Hasta unos años atrás salía también en ciertos horarios por las emisoras KVTO y KSQQ y hoy lo hace solo por WQEG-LP de Chicago.

La misma red, llamada **Sound of Hope** (*Xi Wang Zhi Sheng*), emite programación diferenciada desde 2003 usando **decenas de pequeños transmisores de onda corta en Taiwán** (Miaoli y Pingtung) para llegar al territorio continental chino con contenidos en mandarín y cantonés.

Algunos simpatizantes de Falun Gong han instalado transmisores adicionales sin permiso en **Vietnam** (2009) y **Tailandia** (2011), pero fueron detenidos por las autoridades y los equipos decomisados.

Estas señales fueron **intensamente interferidas con jamming** por el gobierno chino desde el principio y hasta hoy. Sin embargo, entre las múltiples frecuencias usadas en forma simultánea —pese a su escasa potencia— **alguna logra “pasar” el bloqueo.**

THE EPOCH TIMES

VERDAD, TRADICIÓN, ESPERANZA

El encabezamiento de la edición de 'The Epoch Times', en español.



New Tang Dynasty TV (NTD), señal de TV paga que transmite en chino para Estados Unidos y Canadá y es una de las principales en ese idioma.

En 2020 añadió una señal en inglés para América del Norte y el Reino Unido (captura de pantalla).



La emisora Sound of Hope, en onda corta, con transmisiones pro Falun Gong dirigidas desde Taiwán hacia China (video @ChinaInsiderWithDavidZhang).

Periódicos pro-Taiwán y pro-PCCh en una misma ciudad

Los periódicos chinos de los Estados Unidos ofrecen un panorama propio. Además de publicaciones pequeñas de ciudades o aun de barrios como *chinatowns*, hay cinco diarios nacionales, ya todos en la web y con actualizaciones cotidianas.

El principal de ellos es el World Journal (世界日報, *Shijie Ribào*), creado en 1976 y actualmente propiedad de un grupo de medios de Taiwán (United Daily News). Circula en papel en Nueva York y en las principales ciudades estadounidenses. Hasta 2016 publicaba ediciones locales en Canadá.

Históricamente tuvo una línea anticomunista y opuesta a Beijing. Sin abandonar del todo esta última postura, en años recientes se tornó más ecléctico para abarcar a audiencias tanto chinas como taiwanesas.



Un furgón del World Journal, principal diario en chino de alcance nacional de los Estados Unidos, de un grupo de medios con sede y actividades en Taiwán (sitio www.worldjournal.net)

Otro periódico importante es The China Press (僑報, *Qiaobao*). A diferencia del anterior, no solo se adhiere a la línea de Beijing, sino que insólitamente es propiedad real del PCCh, más allá de su estructura societaria formal, pese a estar ubicado en pleno barrio de Manhattan.

En efecto, el medio fue abierto en 1990 por personal especialmente enviado desde China —en parte vinculado con la agencia CNS— para contrarrestar las percepciones del país luego de Tiananmen, según coinciden Reporteros sin Fronteras y los profesores Diamond y Schell de Hoover Institution. Continúa al día de hoy en esta situación, pero debió registrarse como “agente extranjero”.

El diario tenía una señal de TV producida localmente en chino: Sinovision, inaugurada también en 1990 y que estaba en los cables de Nueva York. En ese momento casi no había canales similares en los Estados Unidos. Desde 09.2024, seguramente como consecuencia del clima de época, quedó solo como portal web.

Sing Tao Daily (星島日報, *Xīng Dǎo Rìbào*), uno de los diarios más importantes de Hong Kong, lanzó una edición en San Francisco en 1963 que continúa editándose. En 1978 se agregaron ediciones en Nueva York (1965, relanzada en 1978) y en Los Angeles (1989). Desde 1997 tiene un servicio de radiodifusión que sale al aire a través de emisoras de San Francisco.

Desde los 90, la matriz hongkonesa había adoptado una postura más favorable a Beijing y en 2001 la operación fue adquirida por un empresario local, con simpatías por China continental.

A su vez, en 2021 el diario y sus filiales en el exterior fueron comprados directamente por capitales privados de China continental, pero con vínculos con el PCCh (—ver, más atrás, el apartado *El caso especial de Hong Kong*—). En los Estados Unidos debió anotarse como “agente extranjero”.

China Digital Times es un portal-ONG creado en 2003 con abundante información sobre temas que son silenciados en China, desde la “interna” del PCCh hasta el uso de la inteligencia artificial para la censura.

Recibía subsidios del National Endowment for Democracy (NED) que fueron eliminados en 2025 por el DOGE de Elon Musk. El empresario había propugnado el cierre del NED, objetivo que no consiguió (al contrario de lo que ocurrió con la mayoría de los medios globales norteamericanos, la USAID o el Wilson Center).

La existencia del medio ***The China Press*** (*Qiaobao*), la situación del *Sing Tao Daily* o de las señales Phoenix o de TVB e incluso el pasado de James Su como radiodifusor asociado a CRI definirían un grado de cooptación de cierto peso del gobierno-partido chino sobre los medios locales étnicos chinos estadounidenses.

Sin embargo, tal cooptación es menos considerable si se la compara con casos como los de Canadá, Europa o América Latina.



China Press (der) y su extinta señal televisiva de cable en Nueva York (izq), medios vinculados con el PCCh situados en la ciudad más emblemática de los Estados Unidos.



El logo general de Sing Tao Daily (der) y de la edición East USA que se edita en Nueva York (izq)

Canadá: ¿control casi total?

En Canadá existen dos grandes grupos de comunicación en chino que operan en varias plataformas: **STMH**, iniciado por el diario hongkonés *Sing Tao Daily* y el **Fairchild Media Group**.

Como había hecho en los Estados Unidos, el hongkonés *Sing Tao Daily* (星島日報, *Xīng Dǎo Rìbào*) también lanzó ediciones autónomas para Canadá en Toronto, Vancouver y Calgary en 1978. A principios de 2025 abandonaron el papel y se convirtieron en medios online.

Su matriz en Asia había adoptado una línea de no confrontación con Beijing en los 90 y en 2021 fue adquirido por empresarios continentales favorables al PCCh.

El diario hongkonés es parte en Canadá del **STMG** (ex **Sing Tao Daily Group** (Canada)), asociado entre 1998 y 2023 con el importante medio general *Toronto Star* y luego con otros capitales canadienses. STMG posee además semanarios y sitios web, así como un servicio de radio mayormente en cantonés: **A1 Chinese Radio**.

Este último se emite por espacios tomados en alquiler varias horas por día a la emisora **CHIN** (FM 91.9, FM 100.7), una importante radio multicultural fundada en los 60 y operada hasta hoy por la familia **Lombardi** para emitir en italiano en Toronto, pero que luego aceptó producciones independientes étnicas en varios idiomas.

Cuenta, asimismo, con las frecuencias de AM 1540 en Toronto y una repetidora en FM 97.9 en Ottawa, por la cual se difunden programas en español, italiano y otros idiomas. (Es una casualidad insólita que la señal distintiva de la estación, asignada en 1966, evoque a China: según los fundadores aludía a *cin-cin*, palabras para brindar en italiano y que convirtieron en inglés en *Canadian Happiness International*.)

Fairchild Media Group es del empresario hongkonés residente en Canadá desde los 60, **Thomas Fung**, con intereses inmobiliarios, financieros y de comunicaciones.

Se inició cuando en 1993 compró **Chinavision**, la primera señal en chino para cableoperadores que transmitía desde 1984 en Vancouver, con programas locales y de Hong Kong.

Fairchild convirtió la señal adquirida en **TalenTVision** (sede en Vancouver, primero en cantonés y chino mandarín y desde 1998 solamente en mandarín), a la vez que lanzó **Fairchild TV** (sedes en Toronto y Vancouver, solo en cantonés). El 20% de estas señales es propiedad del canal **TVB** de Hong Kong.

Fairchild también opera radiodifusoras. En 1972 había salido al aire la primera estación multicultural de Vancouver, **CJVB** (AM 1470), propiedad de un inmigrante holandés pero cuya mayoría de horas alquiladas desde el año siguiente correspondía a **Overseas Chinese Voice**, una empresa local que emitía en chino y cantonés.

En 1993 Fairchild adquirió la emisora y lanzó su propia programación en chino (junto a varios idiomas adicionales a ciertas horas), desalojando a Overseas Chinese Voice. Fairchild incorporó una frecuencia de FM en 1997, con lo cual se creó en Vancouver una combinación **CJVB** (AM) y **CHKG-FM** (96.1) y a través de las cuales prosigue emitiendo principalmente en chino y cantonés.

En 1997 inauguró en **Toronto** la emisora **CHKT** (AM 1430), con transmisiones en chino y cantonés. Para esa época, el grupo alquiló tiempo en la radio multicultural de la misma ciudad **CIRV** (FM 88.9) (originariamente de un inmigrante portugués) y colocó en ella varias horas de programas en mandarín. Ambas frecuencias siguen operando.

Fairchild cuenta con otras emisoras en **Calgary**, mientras existen emisoras independientes en chino en otras localidades de Canadá.

Los programas de **Overseas Chinese Voice**, que en 1993 fueron retirados de CJVB, pasaron al año siguiente a la recién habilitada segunda radio multicultural de Vancouver, **CHMB** (AM 1320), con mayoría de horarios y que continúa actualmente.

La radiodifusora global china, **CRI**, **tomó en alquiler** gran cantidad de espacios en CHMB desde 2011 y hasta alrededor de 2018 para emitir programación en inglés por intermedio de la compañía estadounidense **G&E Studio**.

Omni Television -privada- es la primera red multicultural de TV iniciada en 1979 por canales abiertos y con emisiones en varios idiomas, incluido chino. La señal para cable **NTD Canadá** (New Tang Dynasty), asociada a su similar de Estados Unidos y afín a Falun Gong, comenzó por su parte en 2012. Por otro lado, **EBC** ofrece un paquete de señales pagas de Taiwán.

En cuanto a periódicos, el hongkonés **Ming Pao Daily** (明報, *Míng Bào*), tiene ediciones locales desde 1993 en Vancouver y Montreal. Además, con dos ediciones en esas ciudades y sus zonas de influencia circulaba el **World Journal** (世界日報, *Shìjiè Tìbào*) (1991-2016), de la misma empresa mediática de Taiwán que lo edita todavía para Estados Unidos.

La Press Chinoise (中国媒体, *Zhōngguó méitǐ*) es un semanario de **Montreal** que comenzó en 1995 y brinda también una plataforma de servicio para chinos en esa ciudad, Huaqiao.net. Es virulentamente anti-Falun Gong. En la misma ciudad, aparece desde 2006 otro semanario, **Sept Days** (七, *Qītiān*), al que se lo supone vinculado al PCCh.

En 2009, un editor chino-canadiense del **Sing Tao Daily** local **alteró la traducción** de un artículo sobre el Tibet del *Toronto Star* que debía publicar en el medio chino, eliminando los aspectos críticos sobre el gobierno central chino. El editor fue despedido.

Diez años después, se produjo otro despido **por razones contrarias**. En este caso fue un periodista de las emisoras de Fairchild en Toronto, quien dijo que fue **cesado por criticar a Beijing** durante los disturbios y la represión en **Hong Kong**.

En 2024, el regulador canadiense CRTC inició una investigación sobre medios chinos en Canadá. Según la emisora pública CBC había preocupaciones **de que China estuviera “presionando” a medios étnicos de ese origen** para impulsar “posiciones del gobierno” o para “no tratar” temas delicados.

Al mismo tiempo se creó la Hogue Commission para investigar posibles injerencias extranjeras en las elecciones del país. Frente a esta comisión, el comentarista radial **Ronald Leung** y el exeditor **Victor Ho** dijeron que Beijing tiene un **control “casi total”** de los medios en chino en el país.

Ho indicó que si bien muchos propietarios de medios chinos residen en Canadá, **tienen inversiones en China** y no difunden nada que vaya en **contra de Beijing**. Pero además el

control se profundiza con la incorporación de personal pro PCCh, la publicidad y la “presión directa” de diplomáticos chinos.



Las distintas frecuencias y localizaciones de CHIN. En dos de ellas se emite la programación de Sing Tao (Cuenta de Facebook de la emisora).



Radio china de ‘Sing Tao’ en Canadá, que usa dos frecuencias de CHIN (2025) (izq) y logo del grupo Sing Tao en Canada, en el cual el diario hongkonés tiene un 50% y un grupo canadiense la otra mitad (der).



Una de las dos señales de TV del grupo Fairchild (la otra es TalenTVision) (izq) y su emisora CJVB en Vancouver (der)

Medios de la diáspora en Australia y Nueva Zelandia

Australia se considera hasta hoy un país de inmigración, con un ambiente y marco regulatorio que favorece a los medios étnicos. El sistema de medios en chino es fuerte y muy variado, con una creciente influencia de China continental, que ha tratado de ser limitada por los gobiernos liberales y laboristas.

Las **publicaciones periódicas en chino** existieron en Australia desde fines del siglo XIX. Para 2000 había unas 90 —muchas precarias y de tipo barrial— y **dos décadas después quedaban menos de 30**, según la periodista Hannah Blackiston. La mayoría tiene hoy sitios web, pero no todas.

Desde su lanzamiento en 1982 y hasta su cierre en 2020, la **versión australiana del *Sing Tao*** (Melbourne y Sydney) era el periódico en chino más importante y antiguo del país. Como en Estados Unidos y Canadá, se constituyó como una **filial del diario del mismo nombre de Hong Kong**, que en los últimos años había atravesado problemas económicos y tenía desde los 90 una postura proclive a Beijing.

Chinese News and Media Group, que se anuncia como “*la compañía de medios chinos más grande 100% australiana*”, fue establecida en 1986 por un empresario australiano-taiwanés, pero en 1998 fue vendida a un inmigrante nacido en China continental.

Publica varios diarios en chino, entre ellos el ***Daily Chinese Herald***, con circulación nacional e importantes anunciantes (Quantas, Century21 o Vodafone). Tiene revistas y una importante plataforma (*1688 Chuanmei Jituan*).

El **Australian Chinese Daily** fue iniciado por una emprendedora inmigrada de Hong Kong en 1987 y tiene presencia como impreso en las principales ciudades del país y también en la web.

En 2004, según Xinhua, se fundó en Sydney el **Australian News Express**, **primer diario australiano de capitales de China Continental**, de una empresa privada hotelera e inmobiliaria de Guangdong (Cantón). Desde 2018 pasó a versión digital y continúa hasta hoy, con una postura afín al PCCh, aunque no es parte de ninguna estructura estatal.

Existen varios sitios **web de noticias nativos digitales en chino**, así como plataformas o aplicaciones importantes diseñadas *ad hoc*. Al tratarse de una comunidad de inmigrantes, la “**información útil**” cumple un rol relevante en todos los medios chinos domésticos.

Yeeyi se lanzó en 2006 y es una de las principales aplicaciones de este tipo. Surgió como sitio de noticias, pero hoy, en su propia descripción, es “*una plataforma (...) integral (...) [para la] búsqueda de pareja, alquiler, compraventa de automóviles o mascotas, [y] mercado de segunda mano*”.

Media Today Group, fue fundada en 2010 en Sydney, actúa en Australia y Nueva Zelanda y ofrece noticias y servicios por redes; posee una popular aplicación de noticias, *Jinri Aozhou/Australia Today News*. **Lion Media Group** es de 2011 y está en Melbourne, cubre noticias por redes Weibo, WeChat, Douyin y Red. **Aozhou Hongling Jun** (Australia Chinese News) está en Wechat y se lanzó en 2016.

Salvo los casos especiales del diario hongkonés o del *Australian News Express*, la mayoría de estos medios son de **empresarios residentes chinos o chino-australianos** con visiones diversas pero con posturas históricamente independientes.

En los años recientes, sin embargo, varios **se acercaron a los medios globales chinos**; a veces por cuestiones económicas, necesidad de contenido o bien por un sentimiento de orgullo nacional.

Distinto es el caso de **Nan Hai Culture and Media**, fundada en Sydney en 2011, que es una plataforma de servicios, agencia de marketing y edita una revista en chino. También es titular de la popular cuenta WeSydney (WeChat).

Una investigación de 2020 de Alex Joske y otros autores revela que **Nan Hai** está controlada por una **empresa “fachada” de Hong Kong vinculada al PCCh**, de la cual uno

de sus directores es a la vez el titular del **diario Nanmei Qiaobao de Brasil (NMQB)** (—ver más adelante, el apartado **Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina**—).

Asimismo, el fundador de Nan Hai, **Li Bing**, fue previamente ejecutivo en el diario *Qiaobao*, establecido por el CNS y el PCCh en los Estados Unidos, en forma encubierta, en 1990.

La misma investigación señaló como vinculado al PCCh al **Pacific Media Group**, de Melbourne, que posee dos diarios en chino con sus sitios en Internet: ***Pacific Daily*** y ***Pacific Times***.

La **radiodifusión en chino en Australia** tiene una trayectoria peculiar. Los primeros programas se emitieron a través de **SBS**, una **cadena pública** especialmente creada en 1975 para transmitir en idiomas para los inmigrantes.

Esos programas internos en chino, los cuales **siguen transmitiéndose hasta hoy por dos horas diarias**, no deben confundirse con el antiguo servicio al exterior **Radio Australia**, también en diversas lenguas. Al emitirse en medios estatales, los espacios deben sujetarse a ciertos estándares y por esta razón no han sido un conducto de propaganda.

Las primeras **emisoras privadas y de tiempo completo** en chino salieron en Sydney en 1994/95: **2CR** (China Radio Network, chino) y **2AC** (Australian Chinese Radio, chino/cantonés). Transmitían sólo en forma codificada en frecuencias especiales (152 MHz).

Ambas se extendieron a **Melbourne** y otras localidades y hoy se transformaron en radio gratuita en la web. 2AC tiene acuerdos con medios en China, Taiwán y Hong Kong.

El derrumbe de los medios de **Tommy Jiang** —el empresario que se vinculó con el gobierno de Beijing para operar radios, mencionado en el **Capítulo 2**— provocó la pérdida de varias emisoras en chino (—ver, más atrás, los apartados ***Pensamiento global con actuación local*** y ***CRI: traspies, reconversión y situación actual de las retransmisiones***—).

Las de **Perth**, por ejemplo, cesaron en 2017 y pasaron a un grupo indio. Sus otras radios cerraron o se vendieron a propietarios no étnicos para 2019, entre ellas la emblemática **3CW de Melbourne** (hoy es la estación 3GL de clásicos pop australianos), cuyas emisiones en chino se prolongaron por dos décadas.

En los últimos años aparecieron dos emisoras independientes de tiempo completo: **AC878 Sydney** (chino/cantonés) (FM 87.8) (2019) y **3ACR Melbourne** (3CW en cantonés) (AM 1629), hoy inexistente, que usaba la frecuencia de la ex repetidora de CRI de Jiang.

Desde 2000 la empresa hongkonesa **TVB** ofrece en Australia un paquete de TV paga (hoy solo como plataforma OTT) de canales en chino, todos transmitidos desde el extranjero: desde China, Taiwán y Hong Kong.

En **televisión**, en 2010 salió al aire la señal **Rainbow TV** (Sydney), la primera en chino generada en Australia, con acuerdos para acceder a contenidos de CCTV y canales provinciales chinos, y algunos programas locales. **Cesó por razones económicas** en 2015.

Australia Chinese TV, otra señal local, lanzada en 2011 y que continúa hoy, está a cargo de la ya mencionada compañía **Nan Hai**, operada por el PCCh. En ese mismo año se lanzó **Zhong Hua TV Australia**, aún vigente y supuestamente creado como canal cultural en mandarín “*por una anciana dama china que no habla inglés*” pero que también hace realizaciones para la CCTV estatal china y usa muchos de sus contenidos.

Tanto la **televisión pública ABC** (general) como la igualmente estatal **SBS-TV** (étnica) tienen programación en chino. Esta última desde 2013 retransmitía las noticias de la TV global china en mandarín y en inglés, pero las canceló en 2021.

Esa cancelación replicaba la decisión del regulador del Reino Unido, que determinó que CGTN había televisado una “confesión forzada” de un experiodista británico prisionero de las autoridades de Beijing.

Con respecto a **Nueva Zelanda**, un informe del Asia Democracy Network de 2022 dice que actualmente “casi todos” los medios en chino del país *“son parte de una red más amplia controlada por el PCCh”*.

No siempre había sido así. En 1998 se había inaugurado **Chinese Radio** en Auckland (AM 990), la primera radio de 24 horas en chino y cantonés, con programas locales y retransmisiones de la BBC, emisoras de Hong Kong y Taiwán. La emisora cesó en 2003.

En 2004 la empresa **World TV** habilitó nuevas emisoras: **AM936** y **Real Good Life** (FM 95.8, luego 99.4). En 2007 lanzó un **canal de TV chino** en TV abierta —el primero del país— y en 2016, en el mismo sistema, **Panda TV** (en inglés con contenidos chinos).

World TV era de un grupo de chinos y taiwaneses de Nueva Zelanda. En 2010 se asociaron con CAMG, la empresa manejada por CRI y el chino-australiano **Tommy Jiang** para lanzar **Radio 9** (FM 104.2) con 12 horas en chino y 12 en inglés, en gran parte provenientes de CRI.

Separadamente, **Jiang** había habilitado también en Auckland otra frecuencia en 2007 para retransmisiones de CRI (FM 90.6, luego 90.4).

World TV tuvo aparentemente disputas internas entre sus miembros para 2016 y terminó quebrando. Una nueva compañía, **BNE**, cuya accionista mayoritaria es una empresaria residente taiwanesa acreedora de la anterior, compró en 2019 la emisora AM y la 99.4. Dos años después adquirió los canales chinos.

BNE cerró la 104.2 en 2021, afectada por la propia quiebra de Jiang, que llevó asimismo a desactivar la 90.4. Liquidadas tales estaciones, **acabó la presencia directa de CRI en el país**.

La historia todavía no termina, porque a mediados de 2025 BNE, que se presenta como “el mayor grupo de medios chinos de Nueva Zelanda”, **entró a su vez en convocatoria de acreedores**, si bien sus dos radios (AM 936 y Real Good Life), así como el canal de TV chino, siguen funcionando.

Auckland es el centro de actividad de la diáspora china y su comunicación en el país. No hay medios de ese tipo en la capital Wellington, pero los contenidos de los primeros pueden accederse nacionalmente por Internet y plataformas digitales.

También de Auckland es el principal medio impreso, el **Chinese Herald** (semanario papel y actualizado diariamente en la web), lanzado en 1994 y hoy **gestionado por la agencia china CNS**. En la misma situación estaba en 2019 la versión en chino del tradicional diario **New Zealand Herald**.



Una agencia de publicidad de Australia, Bagel Marketing, ofrece campañas en su página web para llegar a las audiencias chinas del país (2024).



Noticias en chino en SBS, la emisora pública australiana destinada exclusivamente a lenguas extranjeras para inmigrantes y expatriados, 2011 (captura de pantalla, transmisión SBS).

Diáspora china y medios en Europa

Europa vio surgir medios locales en chino desde hace relativamente poco tiempo, con las excepciones de un puñado de periódicos muy pequeños de estilo barrial que habían aparecido en Londres o París desde principios del siglo XX.

El gran medio informativo chino europeo es *Nouvelles d'Europe* (*Ōuzhōu Shibào*, 欧洲时报), fundado en 1983 en Francia y con sede en París, la mayor comunidad china del viejo continente. A veces se lo designa también como *European Times*. Cuenta con edición diaria en papel y la web y es uno de los medios en chino subsistentes más antiguos de Europa. Es aparentemente operado por el PCCh desde 1992, a través de la misma compañía fachada de Hong Kong que lanzó *The China Press* en Nueva York.

Tiene varias **ediciones diferenciadas**, igualmente en papel y web, que en este caso son semanales: británica (2011), europea oriental (2012), germana-nórdica (2013), italiana (2014) y española (2018). Se dirige a las comunidades chinas europeas con **temas locales** (información práctica sobre comercio, inmigración o cuestiones inmobiliarias) y sobre **asuntos de China** e internacionales.

Los contenidos están **sujetos por completo a la línea y estrategia de Beijing** y, fuera de los locales, son en gran medida provistos por la **agencia CNS**. La operación, ya con una importante presencia en redes sociales, abarca hoy **varias ciudades europeas** con oficinas propias e incluye una editorial de libros y revistas y hasta una agencia de viajes.

El gran competidor de este medio había sido el **Ōuzhōu Ribào (歐洲日)** o **European Journal** publicado desde 1983 por el grupo taiwanés **United Daily News** (el cual posee además en los Estados Unidos el *World Journal*). En 2009 cerró sus ediciones citando, entre otras cosas, “*el desarrollo de medios noticiosos en Internet*”.

El hongkonés **Sing Tao Daily** lanzó en 1978 una versión diaria para Francia que recién en la década del 80 comenzó a publicar noticias locales. Esta edición subsiste hasta hoy y es una alternativa a *Nouvelles d'Europe*, aunque más que nada por sus contenidos cantoneses, ya que Sing Tao terminó asimismo con una línea **afín al PCCh**.

Reino Unido posee varios periódicos y portales en chino y casi todos ellos están **cooptados por Beijing**. **Sing Tao Daily** sacó en Londres en 1975 su primera edición impresa en el viejo continente, la que se editaba en Hong Kong y se transmitía por fax satelital a Francia.

En los años 80 se formó una redacción local que buscaba **noticias y publicidad** en el país. Hubo también ediciones en los **Países Bajos** y en **Alemania**. Más tarde, el periódico se fue acercando gradualmente al gobierno chino. Hoy continúan las ediciones papel en Londres y en Amsterdam. Existe además una **edición europea en la web** que se prepara en la capital británica.

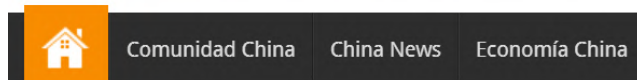
Todos los periódicos en chino del Reino Unido **son parte de la GCMCU**. No obstante, la importante comunidad china británica cuenta con sectores muy refractarios a la influencia del PCCh.

Tales sectores recurren a sitios como la web en chino de la **BBC** (desde 2011 sólo texto y videos cortos con notas, sin emisiones lineales de audio) y la del **Financial Times** (cuya edición **FT Chinese**, en mandarín, data de 2005), aun cuando en principio ambos están destinados al continente asiático.

El caso del *Financial Times*, el principal periódico económico británico que desde 2015 pertenece a la compañía japonesa **Nikkei**, es interesante porque al día de hoy, siendo **bastante crítico con Beijing**, continúa incluyendo el *insert* pago **China Watch**.

España posee un importante periódico semanal y portal web de actualización frecuente en chino, **Ōuhuá**, lanzado en 2002 y que también busca servir a las comunidades inmigrantes. Tenía una versión en español impresa, llamada **El Mandarín**, que apareció en 2005 y se convirtió en portal solo digital en 2012.

Recurre a **CNS y Xinhua** y tiene **alianzas informativas con los medios de China** continental, donde cuenta con “oficinas y reporteros a tiempo parcial”.



'El Mandarin' es la versión en español en la web (con algunos contenidos diferenciados) del semanario en chino, en papel y en la red, 'Ōuhuá' de Madrid, que usa también la denominación en inglés 'Euro Chínese News'.

Il Tempo Europa Cina (*Ōuhuá Shi Bao*), semanario de **Italia** con sede en **Roma**, pertenece al grupo de medios del **municipio de Wenzhou**, ciudad de la provincia de Xhejiang. Creado en 1997 por un inmigrante de esa ciudad fue el primer **medio chino italiano** y terminó adquirido en 2014 por el citado municipio.

Desde entonces, incrementó su cobertura internacional empleando material de **CNS** y **Xinhua**. Abrió sucursales en Madrid (2019) (pese a existir ya un medio chino allí). Su sitio web está hoy alojado en China.

En varias de las **naciones europeas mencionadas** y en otras (**Alemania**, **Rumania**, **Hungría**, etc.) hay otros **periódicos chinos muy pequeños**, algunos sin presencia en la web.

Asimismo, hay ediciones de **Epoch Times** para Gran Bretaña, Francia y Alemania y otros países en los correspondientes idiomas de cada lugar, con un objetivo más de llegada a la sociedad general.

En **Rusia**, donde la comunidad china local es reducida, prácticamente **no existen medios étnicos locales en chino de ningún tipo**, si bien la señal **RT** y **Radio Sputnik**, ambas estatales, ofrecen contenidos en ese idioma para el exterior y mantienen una buena relación –e intercambio de contenidos– con los medios globales de Beijing.

La **radiodifusión local en chino** tampoco había sido muy frecuente en Europa. La británica **Spectrum** (AM 558) vendía desde 1990 espacios a comunidades expatriadas, incluso a producciones chinas independientes (que desde ese año contaron por primera vez con programas locales diarios en ese idioma en **Gran Bretaña**).

Sino Spectrum, una asociación de la anterior con la finesa **GBTimes**, pasó aparentemente a otros propietarios en 2018 y cambió su nombre a **Panda Radio**, con programas en inglés y chino. Sin embargo, dejó de emitir en 2019. En ese año quebró la propia **Spectrum**. Hoy no hay emisoras chinas locales de tiempo completo en el Reino Unido.

En cambio, **Radio Mandarin d'Europe (RME)** surgió en 2004 en **París** como una serie de espacios radiales alquilados. Desde 2014 se convirtió en una **emisora de tiempo completo**, pero bilingüe, a través de la radio digital (DAB). Sigue siendo hoy la única en su tipo en **Francia**.

Difunde **12 horas en chino y 12 en francés cada día**, con lo que tiene una proyección también hacia el **público general**. En su web dice que fue “*fundada por chinos de ultramar*” y “*participa activamente en la Iniciativa de la Franja y la Ruta*”.

A pesar que posee acuerdos con **medios estatales chinos** y realiza **actividades con la embajada china**, Freedom House observó que **la emisora muestra cierta independencia** de la narrativa oficial china, ya que ha destacado protestas contra Putin o actividades del presidente ucraniano.

Muchos chinos en Francia y en Europa que buscan una perspectiva desvinculada de Beijing recurren a la web de **Radio France International**, que incluye un *streaming* de audio en chino las 24 horas, si bien tanto el sitio como el audio están dirigidos a Asia.

RFI es la **única emisora global occidental importante** que permanece realizando **emisiones lineales sonoras en mandarín para China**, aunque solo en Internet.

Uno de los emprendimientos audiovisuales étnicos más importantes en Europa es **China FM de Madrid** (FM 92.9, ex 97.4), fundada en 2017 por **Dawei Ding**, que llegó a **España** en 2010 como corresponsal del *Diario del Pueblo*, el periódico oficial del PCCh, pero se quedó en el país. Entre 2014 y 2019 operó también otra FM, con programas en español y retransmisiones de CRI: **Radio Internacional de España** (FM 92.9).

China FM fue la primera y hasta hoy única emisora de radio local europea de 24 horas que transmite **totalmente en mandarín y en esa banda**. Su programación es generalista, con música china y noticias de actualidad de la comunidad china de España, informaciones españolas y notas sobre el país asiático.

La emisora pertenece a la GCMCU e informa en su perfil en LinkedIn que es “apoyada” por la **embajada china** y que “**colabora**” con los medios globales de Beijing.

China FM se ha expandido a **Italia**, con cuatro frecuencias; entre otras en **Roma y Milán**. Estas frecuencias son o fueron propiedad de **Giulio Sun** (Sun Yunzhi), un físico chino residente en el país desde los 90 y que había operado en el pasado Radio Globale, asociada de CRI desde 2012 a través de una empresa finesa.

La otra emisora italiana que difunde en mandarín, **Radio Italia Cina** surgió en 2016 en **Prato**, ciudad toscana que alberga la quinta comunidad china europea absoluta fuera de París, Londres, Milán y Madrid: casi el **20% de su población** es de ese origen.

La emisora ofrece un *streaming* de TV, se manifiesta “independiente” y no parece tener mayor contacto con medios o autoridades de Beijing. Emite muchos videos y música pop china para alcanzar a jóvenes y sus programas son en chino e italiano.

Además de algunas señales generadas en los Estados Unidos que se distribuyen en Europa, **el viejo continente tiene dos canales con emisiones en chino** que se ven en plataformas satelitales, cables locales, TV digital o IPTV.

Propeller TV se inició en el **Reino Unido** en 2006. A los tres años fue adquirida por un empresario residente en China, entonces sin experiencia en TV ni en negocios en el exterior, **Ye Maoxi**, según señalaba la propia agencia Xinhua. Transmite a tiempo completo en chino y ofrece a la vez servicios de marketing, publicidad y eventos.

La señal está también en la propia plataforma satelital de China, de modo que puede considerarse que sus contenidos gozan de la aprobación de Beijing.

En 2014 salió al aire en Francia **Mandarin TV**. Esta señal es bilingüe, pero con extensos espacios en chino y fue iniciada por un inmigrante procedente de China llegado al país en

los 80. Puede verse en cable en el país y en forma satelital en toda Europa. Tiene acuerdos con **medios globales y provinciales chinos** para adquirir y compartir contenidos.

Radio Italia Cina TV, que no sigue una línea pro-Beijing, tiene un *streaming* que puede considerarse un canal televisivo, si bien reproduce los programas de la radio y sus videos musicales. No obstante, está también en la **TV digital terrestre (TDT)**.



*Nota en CGTN sobre la expansión de China FM de Madrid hacia Italia
(captura de pantalla de transmisión de 2018)*



Cartel del periódico chino 'Nouvelles d'Europe' con sede central en Francia, pero con sucursales y ediciones en varios países europeos, en este caso la oficina en Alemania (captura de pantalla de programa ZAPP de la cadena germana NDR, 2023).

Medios domésticos en chino en África

Hay pocos medios domésticos en chino en **África, Medio Oriente y gran parte de Asia**, debido al tamaño generalmente reducido de la comunidad de expatriados, inmigrantes o de **herencia china** y, en ciertos casos, también por limitaciones del sistema de medios local.

Las repetidoras de CRI en idiomas nacionales en algunos de estos lugares reproducen a determinadas horas la **transmisión en mandarín desde Beijing**, con lo cual llegan a esa comunidad, aunque sin noticias o contenidos locales.

En **Nigeria**, el periódico ***West Africa Business Weekly***, fundado en 2005 en Lagos por un empresario chino, es el principal medio en chino de África occidental. Se distribuye en **varios países de la zona** y tiene una cuenta en WeChat con actualizaciones diarias. Con una **línea similar a la de Beijing**, realiza actividades con diplomáticos locales y se manifiesta en contra de las fuerzas que buscan “dividir a la patria”.

Otro semanario chino del país, ***Voice of China-West Africa***, comenzó en 2015 y es cercano a las autoridades diplomáticas chinas.

En **Sudáfrica**, pese a que se presenta como una “agencia de noticias”, ***Fēizhōu Shíbào* (非洲时报, *African Times*)** es un portal y un periódico impreso fundado en 2005 con sede en **Johannesburgo**. Usa la aplicación **52hrtt.com** (parcialmente desarrollada en Argentina —ver, más adelante, el apartado ***Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina***—) y tiene actualizaciones en WeChat.

Durante la pandemia del Covid cesaron los otros dos periódicos chinos que hasta el momento funcionaban en el país, por cual el ***Fēizhōu Shíbào/African Times*** quedó como **único medio de texto** y que **aparentemente no tiene un alineamiento directo con China**, pese a ofrecer algunos videos de CCTV. Dice ser el “periódico chino más grande de África”.

No obstante, en la práctica compite con otro periódico/portal en mandarín en la cercana **Botswana**, con **fuertes lazos con los medios chinos** y que opera con una **cobertura regional** en África austral.

Anteriormente se imprimía en Sudáfrica el ***Huáqiáo Xīnwén Bào* (南非华侨新闻报, *China Chronicles, ex China Express*)**, iniciado en 1994 por un expatriado de Taiwán. Circulaba también en países vecinos —incluso en Mozambique y Angola— pero su editor fue asesinado en un robo (común) en 2007 y **comenzó a decaer**.

En ese momento tomó fuerza el ***Nánfēi Huárén Xīnwén - South African Chinese***, iniciado en 1999. Ambos estaban situados en Johannesburgo y dejaron de aparecer alrededor de 2020.

En 1995 comenzó **Mandarin Chinese Radio (AM 1269)**, creada por capitales chinos locales, igualmente en Johannesburgo. En 2011 apareció en la misma frecuencia **ArrowLine Chinese Radio**, con programas locales y retransmisiones de CRI, lo que podría haber indicado un cambio de propiedad.

La emisora, **única radio en chino de tiempo completo en África**, y que aparentemente no era de propiedad directa de CRI, se silenció por razones desconocidas en 2019 y **no fue reemplazada**, pese a que en las redes sociales hay posteos con su nombre de temática no china.

En **Botswana**, el empresario constructor chino residente en el país **Miles Nan** inició en 2009 el primer semanario en mandarín en el país, ***The Oriental Post***, con sede en Gaborone, la capital. La comunidad china es muy pequeña en esa nación, pero parecía que Nan buscaba alguna **proyección hacia Sudáfrica** o abarcar la zona sur del continente.

No resulta claro hasta qué punto Nan tenía entonces alguna **vinculación con el gobierno chino**. Había emigrado de China continental en 1998. Quizás los lazos eran tenues, ya que en 2013 el periódico registró varios cambios.

El nombre en inglés del medio varió ligeramente a ***The Africa Oriental Post*** (en chino pasó a ser 非洲華僑週報, *Fēizhōu huáqiáo Zhōubào* —semanario chino africano de ultramar—).

Mucho más llamativo es que desde ese año el medio renumeró sus ediciones y se presentó como una versión del **Diario del Pueblo**, es decir, con un **alineamiento completo con el PCCh**, si no es que fue comprado por intereses vinculados al mismo. La compañía titular pasó a ser **Africa Chinese Media Group**, que a su vez es subsidiaria de **Global Max Media Group (Pty) Ltd.**, ambas constituidas en **Botswana**.

Al mismo tiempo, se lanzó su **sitio web** (con actualizaciones diarias y con un nombre diferenciado: **Qiáowǎng.com** o 侨网, es decir, *red de chinos en el exterior*) y en la cual se incluye una **versión pdf del semanario** en papel para descargar.

Esta es una secuencia muy parecida a la que se produjo en los casos del relanzamiento de los periódicos **NMQB** (Brasil) y **Horizonte Chino** (Argentina) por las mismas épocas, a la vez que adoptaron la línea editorial afín a Beijing (—ver, más adelante, el apartado **Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina**—).



El aniversario del primer periódico en chino de Nigeria y de África Occidental, dedicado a los negocios (captura de pantalla de transmisión de TV360, Lagos, 2024).

非洲時報
AFRICAN TIMES

非洲華僑週報
THE ORIENTAL POST
2025年03月17日 星期一
第342期
本報共8版
www.qiaowang.org 非洲僑網
刊号: BP112/12
ADP 非洲华文传媒集团

首页 南非要闻

全国政协十四届三次会议闭幕
本报讯 3月13日上午9时，全国政协十四届三次会议在北京人民大会堂举行闭幕会。中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平等党和国家领导人出席会议，出席闭幕会。
闭幕会通过了：
政协第十四届全国委员会第三次会议关于政协十四届三次会议以来提案工作情况的报告

*Sitio web de 'African Times' (Sudáfrica) (izq) –
Edición papel/pdf de 'The Oriental Post' (2025) (Botswana) (der) (capturas)*

Medios domésticos en chino en Asia

En Asia se registran varias **situaciones especiales**. En Singapur y en menor medida en Malasia parte de su población tienen herencia china y el chino no puede considerarse un idioma “de nicho”, pese a que se usan en buena medida el inglés y el malayo.

La libertad de expresión **es limitada en ambos países**, aun siendo naciones fuertemente capitalistas, con parlamentos y con relaciones estrechas con Occidente.

En Singapur, donde existe un régimen de partido dominante desde su independencia, los medios en chino están en una situación declinante. El principal diario en ese idioma, Lianhe Zaobao no es abiertamente pro Beijing, pero utiliza mayormente contenidos de **medios globales chinos** e intenta no incurrir en posturas confrontativas.

Los **medios audiovisuales en mandarín**, en cambio, están en manos del Estado y tienden a adoptar posturas neutrales. El **chino mandarín** se promueve como segunda lengua — después del inglés— para erradicar “dialectos” y “fortalecer la unión nacional”.

Singapur se ha acercado a China en los últimos años, aunque el gobierno ha visto históricamente a Beijing con desconfianza.

En Malasia, en cambio, con casi un 25% de población china y que se expresa en esa lengua, **gran parte de los medios en mandarín** y variantes están a cargo de la familia **Tiong**. Este grupo, uno de los más ricos del país, tiene a la vez **medios en Hong Kong** y negocios en China continental.

El empresario **Tiong Hiew King** (industria forestal, energía y desarrollo inmobiliario) adquirió en 1988 el diario Sin Chew, fundado en 1929 y que desde los años 90 pasó a ser el diario chino líder de Malasia. En 1992, a cinco años de su aparición, compró el Guang Ming Ribao.

En 1995 **Tiong** no solo adquirió la edición local de Ming Pao, sino también su **matriz de Hong Kong** —uno de los principales periódicos en el enclave— y en 2007 compró los otros tres diarios malayos en chino: Sin Poh (fundado en 1941), el Nanyang Siang Pao (aparecido en 1923 y diario líder hasta fines de los 80) y el China Press (que editó su primer número en 1946 y desde los 90 es un periódico de la tarde hasta hoy).

Con este conjunto de vehículos fundó en 2008 el *holding* **Media Chinese International Ltd. (MCIL)**. De estos medios, Ming Pao es el que tiene un enfoque más cosmopolita y con mayor **profundidad** en temas **políticos y económicos**. Sin Chew posee una cobertura generalista, Nanyang Siang Pao es el más tradicional y China Press es de carácter popular.

Individualmente considerado, por su importancia comercial e influencia, **MCIL puede ser el conglomerado de medios chino más grande del mundo fuera de China, Taiwán y los restantes de Hong Kong**, si bien carece de medios audiovisuales. No puede considerarse una **editora meramente étnica** debido a la relevancia del mandarín en el país.

Para Freedom House, los medios de MCIL tienen una posición **“medianamente pro Beijing”** cuando se trata de **contenidos localmente producidos**. Pero ofrece también **fuentes internacionales diversas** con información y análisis a veces **críticos** de China. No obstante —afirma FH—, la cooperación económica entre **China y Malasia** es cubierta de manera positiva y se informa sobre los discursos y posiciones de Xi Jinping.

Fuera del MCIL, el otro diario chino importante del país es el **Oriental Daily News**, fundado en 2002 y del **GTL Group**, un conglomerado industrial igualmente maderero de la isla **Sarawak**.

El grupo ya editaba el **Hua Daily News**, que solo circulaba en esa isla y en **Sabah**, las que junto con el territorio peninsular —donde está la capital **Kuala Lumpur**— constituyen el país, es decir, la **Federación de Malasia**.

Desde 2021 *Oriental Daily News* abandonó el papel para editarse **exclusivamente online**. Se presenta como un medio con “veracidad, independencia y neutralidad”. Si bien no es especialmente opuesto a Beijing, publica a veces **contenidos críticos sobre China**.

Malasia fue gobernada por un partido hegemónico hasta hace unos años, pero ahora está dando pasos hacia una **democracia verdaderamente multipartidaria**.

En el pasado, **China** acogió al proscrito **Partido Comunista de Malasia**. Por su condición maoísta, se le permitió que instalara en 1969 una emisora en una precaria base rural en el **Monte Sifang**, en **Hunan** (provincia de nacimiento de Mao).

Suara Revolusi Malaya (La Voz de la Revolución Malaya) era una **radio clandestina** de onda corta no reconocida oficialmente por China, que usaba desde 1969 los superpotentes transmisores de **Radio Pekín** para llegar a Malasia.

Por esa razón su **señal se propagaba por todo el mundo** y se llegaba a escuchar hasta Argentina, el Amazonas o Europa. No obstante, proclamaba falsamente que emitía “**desde algún lugar de Malasia**”, donde las **guerrillas** del partido intentaban derrocar al gobierno y tomar el poder.

A pesar que Malasia estableció relaciones diplomáticas con China en 1974, la estación continuó funcionando hasta que **Deng Xiaoping** la cerró en **1981**. El partido continuó la **lucha armada** en Malasia hasta 1989.

Contrariamente a lo que ocurre en Singapur, la emisora **pública Radio Televisyen Malasia** —que no supera la quinta parte de la audiencia— carece de señales en chino; solo hay segmentos cortos o subtítulos.

La principal compañía **privada** malaya de medios audiovisuales es **Astro**, con sede en **Kuala Lumpur**. Astro Radio tiene cuatro redes de radiodifusión en chino: **MY-FM** (música pop para jóvenes), **GoXuan** (música para todas las edades), **Ai FM** (música melódica y *oldies*) y **CityPlus** (noticias, programas económicos y hablados).

Astro es también operador de **TV paga**, y ofrece varias señales en **chino** provenientes de China (CCTV-4 y otras), algunas generadas en Malasia y otras internacionales, además de señales nacionales e internacionales en **inglés y malayo**.

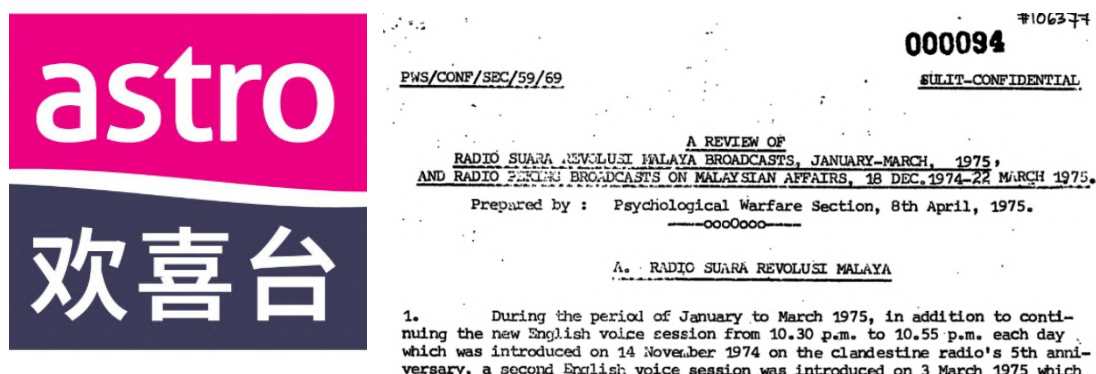
Entre las señales de generación local propia destinadas al público chino malayo posee **Astro Wah Lai Toi** (creada en 1996, en cantonés, con la mayoría de programas de **TVB** de Hong Kong y varios locales, convertida años atrás en un canal VoD) y **Astro AEC** (establecida en 1997, en mandarín, con programas variados de China, Taiwán, Singapur y malayos y noticieros nacionales).

Celestial Movies es otro canal de Astro (lanzado en 2003, con películas en cantonés, en asociación con Hong Kong). Otras señales son **Astro QJ** (también creada en 2003, en chino con contenidos juveniles y música) y **Astro Hua Hee Dai** (establecida en 2007, con

telenovelas y variedades, en hokkien, dialecto del sur de Fujian y partes de Taiwán que habla un tercio de la comunidad china en Malasia).

Astro tiene una postura de **no enfrentamiento con la narrativa de Beijing**, pero la mayoría de sus programas son **recreativos**, aunque con mucha presencia de contenidos de **China continental**. La información de la radio **CityPlus** o de la señal de TV **Astro AEC** con respecto a China está relacionada con **economía y negocios** en la primera y es **superficial** en el otro medio.

Algo parecido puede decirse de **8TV**, el único canal malayo 100% chino por aire que ofrece telenovelas, sitcoms y *realities* de China, Singapur, Taiwán y programas localmente producidos, con tan solo una hora de noticias diarias. Es del grupo privado **Media Prima**.



Logo de la televisora comercial Astro Hua Hee Dai (Grupo Astro), único canal de Malasia que difunde en la variante hokkien del chino (dialecto del sur de Fujian, partes de Taiwán y que hablan igualmente grupos chinos de Malasia y otros lugares) (izq) –

Un informe de 1975 del servicio de inteligencia de Malasia con respecto a Suara Revolusi Malaya, la emisora clandestina del Partido Comunista de Malasia que transmitía encubiertamente desde China. También analizaba las emisiones del servicio malayo de la entonces Radio Pekín (der).

En la populosa y dispersa **Indonesia**, pese a haber millones de habitantes con herencia china, **el mandarín se va perdiendo**. Este fenómeno tiene lugar desde las épocas del gobernante **Suharto**, a fines de los 60, quien **prohibió la educación y los medios en chino**, siendo sólo reautorizados hace unos años. Además, la nueva inmigración es escasa.

El **Guoji Ribao**, editado en la capital **Jakarta** y el **Qiandao Ribao** (*Thousands Island Daily*), de la ciudad de **Surabaya** y fundado en 2000, son los principales medios chinos del país. Ambos salen en papel y con actualizaciones cotidianas en la web.

Un estudio de Dian Effendi y Stenberg dice que usan mayormente fuentes de China continental para cubrir las noticias. El resto de los periódicos y portales en chino son en general bastante precarios.

La TV nacional china está asociada con una empresa privada local en la señal **Hi Indo!** que transmite películas chinas. Solo una de las emisoras de Jakarta, **Mandarin Station** (FM 98.3), emite en **chino** y es mayormente musical, con pocas noticias.

Hay un programa de noticias en chino en **Metro TV**, canal abierto privado, proveniente de la **TV nacional china (CCTV-4)**. El canal tiene acuerdos con los medios globales chinos para usar sus contenidos de las emisiones en indonesio.

El noticiero en mandarín de CCTV-4 se presentaba a la par de otro en ese mismo idioma de la VOA (Voice of America), pero desde los recortes de Donald Trump **este último fue eliminado y quedó solamente el primero.**

En India, que desde 2023 desplazó a China como país más poblado del planeta, la comunidad china siempre fue muy pequeña. En toda su historia contó apenas con dos periódicos en Kolkata (Calcutta): Journal of India (1935-2001) y Seonmg Pow (1969-2020).

Ninguno llegó a estar en la web y el último tiraba **apenas 200 ejemplares** al momento de cerrar. Las restricciones que hay para desarrollar radios privadas o la carestía de la operación de la TV impidieron el surgimiento de emisoras en chino.

Tailandia tiene una gran comunidad china, pero no hay emisoras de radio o TV en chino de tiempo completo. En cambio, cuenta desde hace 120 años con una **fuerte prensa en mandarín**, crecientemente cooptada por Beijing.

En 2024 cerró el Shi Jie Ribao (*Universal Daily News*) que era propiedad de un diario taiwanés (no tenía sitio web). Aún quedan otros **cinco impresos de frecuencia diaria** — muchos abonados a CNS— y dos portales nativos en chino: Thailand Headlines y Vision Thai.

Vision Thai, lanzado en 2014, es bilingüe en **chino-thai** y se considera “*la plataforma líder de medios online en chino de Tailandia*”, con una audiencia chinohablante en el país y también en China continental, Hong Kong, Taiwán y Malasia. Sus fundadores son de origen taiwanés y no siguen una línea pro Beijing.

La empresa china **Tencent** (Wēixìn/We Chat) es propietaria del más visitado portal de noticias y contenidos generales de Tailandia, Sanook, adquirido en 2016. Es un caso **bastante particular**, por ahora, de operación directa por intereses chinos de una **compañía de contenidos online nacional**.

El sitio tenía una emisora de FM, **Sanook 94.5**, pero para 2025 su frecuencia había pasado al Departamento de Comunicaciones Militares del ejército, el cual desde Phlappia, Distrito de Wang Thonglang en **Bangkok**, operaba una estación con programación musical.

Japón tiene varios **periódicos pequeños en chino**, la mayoría independientes y sin vínculos extranjeros, que atienden a una comunidad china local creciente.

Pero, con varias restricciones para abrir estaciones particulares, **no tiene radio propiamente en chino** (la red privada comercial de FM Meganet, que transmite en inglés y japonés, pasa breves anuncios de interés público en mandarín y otros idiomas).

La compañía Daifu fue constituida especialmente para ofrecer programación en chino por parte de la **TV comercial privada japonesa, Sony y otras corporaciones**, con destino al cable, satélite o IPTV. En una época (1999-2005) sacó un **quincenario en chino**.

Solo tiene dos señales: **Daifu Channel** (lanzado en 1998), que retransmite la TV nacional china de Beijing (CCTV-4) e inserta programas locales en chino. La otra es una versión de la estación satelital hongkonesa **TV Phoenix** para **Japón**.

En **Corea del Sur** la influencia de Beijing sobre los medios de la diáspora china es muy limitada. Los **pocos periódicos en chino son precarios** y de alcance barrial, sin vinculaciones externas y a veces sin presencia web.

Algo parecido puede decirse de las realizaciones audiovisuales, limitadas a **espacios radiales alquilados** en emisoras privadas generales. Por su parte, el importante diario **Chosun Ilbo**, conservador nacionalista, publica una sección en chino en su sitio web.

Tanto la radiodifusora internacional japonesa **NHK World** como la surcoreana **KBS World** transmiten en **mandarín para China en onda corta** (KBS también en AM). Su sitio y *streaming* de Internet son utilizados también por las comunidades chinas locales.

En **Filipinas**, la radio y TV local en chino son muy limitadas, pero no así la prensa. En 1965 había **cuatro periódicos de salida diaria** en chino. Las primeras hojas periodísticas escritas en chino aparecieron en 1888, cuando el país era todavía una colonia española.

El principal y más antiguo diario general filipino, **Manila Bulletin**, comenzó una **edición en chino desde 2020**, impresa y en la web. El medio, que se publica en inglés desde 1900, es propiedad de la familia Yap —originaria de Fujian y emigrada hace un siglo— desde la década del 60.

Actualmente hay además una **decena de periódicos en chino**. Los principales son **Chinese Commercial News** (diario, fundado en 1922), **World News** (diario, 1981) y **United News** (ex *United Daily News*), que son abonados de CNS pero publican noticias chinas de otras fuentes.

United News afirma ser el diario chino “más antiguo y más grande” del país, ya que si bien se creó en 1973 era una fusión de los diarios *Kong Li Po* (1911) y *Great China Press* (1945), ambos partidarios del **KMT**. Tenía una edición en inglés que se fusionó con la china. Hasta la década de 2010, *World News* lo superaba ligeramente en circulación.

El **resto de los periódicos** (*World Journal*, *Commercial Daily*, *Philippine Chinese Daily* y *Philippine Chinese News*) parece bastante **vulnerable a la influencia de Beijing**: un cable de CNS señala que esos periódicos publicaron en 2021 especiales con motivo del centenario del PCCh, cosa que no hicieron los mencionados en los párrafos anteriores.

Hay unos pocos **programas de radio en chino** en emisoras generales en horarios determinados. Desde los años 50 se transmitió por onda corta **un programa religioso cristiano** desde Filipinas para China por parte de la asociación estadounidense **FEBC**, *La Voz de la Amistad* (友谊的声音), que se oía igualmente por emisoras locales del área de Metro-Manila en AM.

A pesar que la minoría china es numerosa y lleva siglos en **Vietnam** el sistema de comunicación del país es **marcadamente estatista** (casi no hay medios privados) y no se ofrecen **contenidos en chino en los medios tradicionales**. Los grupos chinos del país recurren a plataformas de TV paga para ver señales del exterior, **Internet y redes sociales**.

Las relaciones entre **Vietnam** —que sigue siendo un régimen de partido único— y **China** son actualmente buenas, pero durante mucho tiempo fueron hostiles debido a que **Hanoi** seguía la línea **soviética**, a la vez que la **minoría china** era internamente marginada. Aún hoy, están **marcadas por algunas reservas y problemas limítrofes marítimos**.

La narrativa de la mayoría de los medios vietnamitas, incluso, es **bastante reticente a Beijing**, no obstante que —como ocurre en otras naciones de la región— **telenovelas y sitcoms de China continental** son populares.



El sitio de Internet de 'United News', que afirma ser el más antiguo y más grande periódico chino en Filipinas (captura).



Love 97.2: la radio china de Singapur, a cargo de la estatal Mediacorp. El gobierno de Singapur promueve el uso del inglés y del mandarín entre los jóvenes para evitar la fragmentación provocada por dialectos y "fortalecer la unidad nacional", pese a tratarse de una ciudad-estado de escaso territorio.

A despecho de las estrictas y conservadoras leyes sociales singapurenses, la programación de la emisora —que combina rock y pop— es muy informal y bastante distinta a lo que podrían ofrecer las radios de China continental (captura).

Televentas y negocios de Dubai a Beijing

Un medio chino muy particular y que tampoco puede considerárselo un medio puramente de la diáspora china —situado, además, en una localización inesperada— es el **China-Arab TV (CHATV)**, en los **Emiratos Árabes Unidos**, con proyección internacional y cuya señal se incluye en plataformas satelitales y de cable de la propia China.

En 2006, dos empresarios chinos que habían llegado hacía menos de una década a **Dubai** adquirieron una frecuencia de la TV estatal y crearon un **canal satelital de televentas** de productos mayormente chinos (que transmitía en **chino y árabe**) y que resultó un gran éxito en la región.

La señal se asoció en 2014 con un **emir de la familia gobernante local**. Desde entonces desarrolló una programación orientada a promover negocios y polos de inversión/tecnología entre las naciones árabes y China. En 2016, una **compañía**

hongkonesa, pero con negocios en China continental, compró un interés controlante y continúa funcionando hasta hoy.

“Comience su negocio con China y siempre ganaremos juntos”, decía un slogan del canal del año 2017 que todavía puede verse en su cuenta de X.



*El canal árabe chino CHATV en un programa de venta y presentación de productos en 2025
(captura de pantalla)*

Medios de la diáspora china en América Latina: Perú, Panamá y Cuba

En las últimas tres décadas, la comunidad de ultramar identificada con la **China pre-1949** o **Taiwán**, que era la predominante en muchas naciones latinoamericanas, ha sido **superada por familias del sur chino** arribadas en búsqueda de horizontes económicos y que están más orientadas a **China continental**.

Son estos últimos grupos los que han contribuido a forjar la imagen tan típica (y estereotípica) de los chinos en la región, que los relaciona hoy con **pequeños y tenaces comerciantes de autoservicios o supermercados barriales**.

Sobre esas comunidades chinas de la diáspora se desarrolló una política comunicacional específica de **Beijing**, que ha cumplido en gran parte con sus objetivos: la mayoría de los medios latinoamericanos destinados a las comunidades chinas locales —**los medios étnicos chinos**— **reflejan hoy la línea gubernamental**, es decir, la del **PCCh**.

Aun cuando predominen en ellos contenidos superficiales, culturales o utilitarios (para **inmigrantes o comercio minorista**), tales medios étnicos están hoy, en buena parte a cargo de personas que **actúan en coordinación con el gobierno chino** y/o están geopolíticamente alineados con su narrativa, mientras omiten temas incómodos.

Muy atrás en el tiempo, cuando no existía el **PCCh** y ni siquiera la **China republicana de Sun Yat Sen (1912)**, durante las postrimerías del largo reinado de la **dinastía Qing**, en la segunda mitad del siglo XIX, comenzaron a formarse las **primeras comunidades chinas en América**.

Estas comunidades surgieron a veces como parte de **historias dramáticas**, como las de trabajadores chinos semi esclavizados (*coolíes*) y se desarrollaron en zonas de **San Francisco y Columbia Británica (oeste de Canadá)**, así como en **Perú, Panamá y Cuba**.

En esos tres países latinoamericanos aparecieron **publicaciones chinas** mucho antes que en el resto de la región. Insólitamente, ya en los años 20 algunas fueron parte del enfrentamiento entre **nacionalistas (KMT) y comunistas (PCCh)**.

Fue en **Perú** donde se crearon los primeros medios chinos de América Latina: los periódicos ***Man Shing Po*** (pro KMT desde su lanzamiento en 1911) y ***La Voz de la Colonia China (Cu Yin Po)*** (1917 y que ya en los 40 inclinó su línea editorial por el PCCh). Ambos eran diarios hasta los años 70-80 y estaban situados en **Lima**, como el resto de los que se mencionan en los párrafos siguientes.

El ***Man Shing Po*** mantuvo hasta su cese en 2002 una postura distante del PCCh. ***Cun Yi Po***, que subsiste, **sigue la línea de Beijing hasta hoy**: su director actual, **Meng Kexin**, es corresponsal en Lima de ***Global Times***.

En 1992 apareció el ***Chung Hua Pao-Diario Chino***, cuyo nombre cambió en 1998 a ***Chia Pao-Periódico Chino en Ultramar***, pero al poco tiempo cesó sus ediciones.

El ***Diario Comercial Peruano Chino*** se fundó en 2000. Se edita hasta hoy totalmente en chino y usa algunos materiales y fuentes de los medios globales del PCCh. No toca temas controversiales y está orientado a la comunidad mercantil.

La revista mensual ***Oriental*** (iniciada en 1931) cubre temas chinos y japoneses en español y esos idiomas: mantiene una postura neutra y **alejada de polémicas**, pero también emplea contenidos de medios estatales de China, incluso de Xinhua. Tiene secciones sobre China, Japón y Corea del Sur, así como el espacio fijo ***“Noticias de Taiwán”***.

El diario ***Nuevo Mundo***, que hasta 2012 se llamaba ***Nueva Visión***, fue relanzado ese año bajo los auspicios de una fundación de amistad chino peruana y de la **embajada china**. Hoy es un importante **sitio web** que brinda notas de distinta temática, aun noticias internacionales chinas suministradas por fuentes vinculadas con el PCCh.

A diferencia de los **Estados Unidos, Canadá o Australia**, con un fuerte e histórico sector audiovisual étnico chino local, América Latina hasta el día de hoy –con una excepción panameña– carece de **emisoras de radio, TV o cable** que transmitan en chino para audiencias locales y sean producidas en los respectivos países.

En 1956 había comenzado un programa chino en la entonces estatal OAX4F **Radio Mundial** de Lima (AM 1130), dirigido por **Epifanio Ruiz Chong**, quizás el primero de la región.

Lo que sí es seguro es que en la capital del Perú funcionó por unos años la **primera emisora latinoamericana** que transmitió extensas horas en **chino y cantonés**: OBZ4L **Radio Oriente** (AM 560) de propiedad del comerciante chino-peruano **Andrés Chang**, lanzada en 1965 (también ofrecía programas en japonés e iddisch).

La radio editaba además una revista, ***La Voz del Oriente***. No tenía vínculos externos y dejó de difundir en idiomas para concentrarse en la **cumbia amazónica** a partir de 1974.

Cuba fue otro caso de puja temprana entre medios del KMT chino y afiliados al PCCh. En La Habana existió desde 1921 el ***Man Sen Yat Po***, directamente apoyado por el KMT desde su central asiática.

El **Kwong Wah Po**, era de comunistas chinos... ¡en Cuba y en 1928!, el año de su aparición. Por un tiempo fue un medio clandestino. Entre los años 20 y 50, había asimismo dos periódicos en chino de aparición **diaria**, también en la capital cubana, dirigidos a **comerciantes y un público más amplio**, de los cuales uno era opuesto al KMT.

Todos cerraron tras la Revolución de 1959, pese a que en los últimos años el gobierno cubano, con el apoyo del PCCh y medios globales chinos han revivido en forma simbólica al **Kwong Wah Po**.

Panamá contaba con una vigorosa y plural prensa china desde los años 30 concentrada en su capital: **La República** (共和國, Gònghéguó) (1930), **La Justicia** (正义, Zhèngyì) (1943-1960s) —procomunista—, **Yin Po** (existía en los años 50 y 60) y **El Vocero** (发言人, Fāyán rén) (circulaba igualmente durante las décadas del 50 y 60).

Los dos últimos tuvieron en 1960 una fuerte polémica con **La Justicia**, donde se habían publicado notas a favor de China Popular y de la Revolución Cubana.

A partir de los 90 quedaron solamente **dos periódicos en idioma chino**. Uno de ellos era **El Expreso** (拉美快报, Lāměi kuàibào), fundado en 1992 y de publicación **diaria en papel**, el cual cerró en 2022.

Sin embargo, la compañía que lo editaba, **Publicitaria El Expreso SA**, y cuyo director es **Yong En Li**, continúa operando un **sitio web** con noticias en chino: **China 507.net**, que al mismo tiempo es un grupo de intercambio y posteos informativos en español y en chino en las redes sociales.

El Expreso posee otra página, **Soucha 168**, destinada a notas publicitarias locales y completamente en chino. Desde 2014 desarrolló también un canal de You Tube —**China TV**— con notas sobre temas chinos en Panamá que en un principio era mayormente en chino y hoy es casi totalmente en español.

Otro periódico, subsistente hoy en papel y en la web, es **Voz de los Chinos de Ultramar** (Lāměi qiáo shēng), que desde 2002 agregó el nombre en español **Diario Chino Latinoamericano**, con salida de **martes a sábado**. Ese año fue adquirido por la compañía propietaria actual **DCL Editores Inc.** y contabiliza sus años de edición desde entonces.

El diario circula en **Panamá y Costa Rica** y tiene un sitio web propio en chino y español. Adicionalmente, su edición en pdf se puede obtener en la página del diario brasileño NMQB (—ver, más adelante, el apartado **Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina**—). Fue fundado en los años 80 y hasta 1998 se llamaba **Noticias de los Chinos de Ultramar** (海外华人消, Hǎiwài huárén xiāox.)

El **Diario Chino Latinoamericano** tenía hasta hace unos 15 años una postura de cierta independencia, pero cada vez más tendió a adoptar **la línea del PCCh**. En 2012 sacó además una revista bilingüe en papel, **Panamá Oriental** y luego un semanario en chino llamado en español **Sudamérica**; aparentemente ambos dejaron de salir en 2019.

“La agencia noticiosa de China [CNS] nos proporciona un par de páginas pre-hechas”, decía ya en 2014 en un video el entonces director del **Diario Chino Latinoamericano** desde 2002, **Leung Chu**. En 2019, otro director, **Zhou Jian** destacaba la cooperación con los medios chinos globales y revelaba —según un informe de Freedom House— que **seguía la consigna de Xi Jinping de “contar bien la historia” de China**.

En 2001 comenzó **China Visión** (AM 1180), “la radio china de Panamá”, que en los cinco años previos fue un programa en chino independiente y local de 3 horas sin estación propia. Su salida al aire como **emisora autónoma** fue posible con los **fondos de Radio Internacional de China**, que compraba **10 horas diarias** para retransmitir sus programas en chino y español desde Beijing. El resto eran espacios locales en chino.

Fue así una de las **primeras retransmisoras locales de CRI en el mundo a tiempo extendido**, lo que permitió a los medios globales chinos reforzar la presencia en la zona. También era la **segunda radio china en la historia latinoamericana**, luego de una estación chino-peruana que desapareció en los 70. Las antenas de China Visión se sitúan en **Villa Lorena**, al noreste de la ciudad de **Panamá**, donde están los estudios.

Aparentemente cesó las retransmisiones de CRI desde que esas emisiones en español se convirtieron en “relleno”. Fue en esa época en que tuvo varias **interrupciones y bajas de potencia** que se prolongaron de 2018 a 2022.

Hoy, **China Visión** prosigue con programas locales en chino, cantonés y música china. Sus fuentes informativas y enlaces del sitio web corresponden **exclusivamente a medios del gobierno chino**.

El análisis de dicho sitio y posteos de redes sociales evidencian un **alineamiento total con Beijing**. Para 2022 el director-fundador de China Visión, **Gu Wen Yuan**, se expresaba — por ejemplo— contra la visita de la política demócrata estadounidense **Nancy Pelosi a Taiwán** en términos que **reflejaban por competo la narrativa del PCCh**.

*“La arrogancia de una señora de 82 años sólo demuestra la decadencia política de su nación (...) pero confío en la **Sabiduría de los Gobernantes Chinos liderados por el Presidente Xi Jinping para conducir la Reunificación de China**”,* escribió Gu en la página web de su emisora, en un texto recogido luego por **CGTN**.

El sitio web, mejorado en 2025 con un mayor volumen y actualización de noticias (solo en español), expresa últimamente **críticas y rechazos, a veces muy agresivos**, contra políticos o funcionarios panameños que objeten a China o sean pro Taiwán.

Desde 2018, *El Expreso*, el *Diario Chino Latinoamericano* y China Visión comenzaron hacer un **pool** de sus fuentes chinas (contenidos de los medios globales, CNA y otros) y se han vinculado con el **GCMCU**.

El Expreso y el resto de sus canales, sin embargo, centran sus contenidos en temas **prácticos y de interés general con foco predominantemente panameño**, sin incurrir en bajadas de línea política, aun cuando sea parte de ese sistema de alianzas y se identifique con China continental.

El *Diario Chino Latinoamericano* panameño, en cambio, posee una línea **pro-Beijing** mucho más decidida y marcada. En 2018 se asoció con el diario brasileño *Nanmei Qiaobao (NMQB)*, el principal periódico chino latinoamericano, cooptado completamente por el gobierno chino, para lanzar conjuntamente una **edición centroamericana**.



La revista 'Oriental' de Perú en su 90 aniversario en 2021 (perfil Facebook) – Primera plana del 'Diario Chino Latinoamericano' de Panamá, el único que subsiste ahora.



china507pma 22/05/2025

Chinavisión, China TV, china507.net, soucha168.com, Diario Chino Latinoamericano, WeChat, Douyin, Rednote...

Nosotros les ayudamos a armar su plan de medios chinos para promocionar sus productos y servicios a la comunidad china de Panamá 🇵🇶



👍 🗨️ 🔄 📌



“¿Sabías que hay alrededor de 300 mil miembros de la comunidad china en Panamá y manejan alrededor de 25 mil negocios? (...) Si quieres saber cómo llegar a ellos, contáctanos”, dice esta cuenta de ‘china507pma’ en la aplicación Threads (Meta) (izq) — El diario ‘El Expreso’, de Panamá cuando todavía tenía una versión impresa (der).



www.china507.net

El sitio web China 507, continuación de la versión en papel de ‘El Expreso’



China Visión: “la radio china de Panamá”, sitio de Internet con sus enlaces y “alianzas” en 2025, antes de una mejora de diseño a fines de año, cuando incluyó un vínculo con un portal chino con todas las emisoras de radio del país asiático (captura).

Medios de la diáspora china: Brasil y Argentina

El principal medio latinoamericano en chino se encuentra en **Brasil**, el *Diário Chinês para a América do Sul*, que usa más frecuentemente su nombre en chino *Nanmei Qiaobao* (南美侨报), abreviado **NMQB**. Sale impreso de **martes a sábado**, con actualizaciones diarias en su sitio web en chino.

Como los restantes medios chinos del Brasil mencionados aquí, se encuentra localizado en **São Paulo**, ciudad capital del estado donde reside la **mayoría de los chino-brasileños** (y donde también está la mayor comunidad de japoneses —si bien ya es casi toda *nikkei*, descendiente— fuera de Japón).

El **NMQB** empezó en 1960 como una **publicación pro taiwanesa** y fue la primera publicación escrita en chino en Brasil. Tras un cambio de propiedad en los años 80 pasó a una postura más favorable a **China**. En 1992, con otro cambio de propiedad, se convirtió en un **cuasidiario** (martes a sábado).

En 1999 adoptó su nombre actual (ex *Jornal Chinês para Brasil*). Pero solo en 2011 fue constituido jurídicamente a nombre de la compañía **Diário Chinês para a America do Sul Ltda.** (registro de persona jurídica CNPJ 14363210/0001-59).

A partir de entonces tuvo un importante **potenciamiento económico** y una **vinculación muy cercana a Beijing**, a la vez que pareció posicionarse como **centro de la comunicación regional para la diáspora china en América Latina**.

En **2005** lanzó su **versión web**, que fue completamente renovada y mejorada en 2014. El sitio brinda **noticias en chino, con actualizaciones diarias**: las locales son redactadas por el **NMQB**, las internacionales provienen de CNS, Xinhua o *Diario del Pueblo* o del **South American Chinese News Network**.

Este último es un **sistema de intercambio de información** que se compone de una red de periódicos chinos en Latinoamérica que se citan más adelante. Asimismo, la web de **NMQB** ofrece **noticias en portugués** (que vienen de las mismas fuentes que las internacionales).

El **NMQB** lanzó una **serie de medios chinos locales en varios países** de la región y en un caso —en Argentina— adquirió un medio preexistente (o se asoció con él).

Tales medios, que son todos **semanarios en papel con sus versiones en web** (como pdf), se inauguraron de la siguiente manera: **Ecuador** (2016), **Argentina** (relanzamiento, 2016), **Chile** (2017), **Paraguay** (2018) y **Guatemala** (2019).

“*Dos de estos periódicos se publican en países que aún no han establecido relaciones*”, dice **NMQB** en su presentación ante la **GCMCU** en 2023, de la cual la compañía es integrante. Se refiere a **Paraguay y Guatemala**, que todavía mantienen vínculos diplomáticos con Taiwán.

También hay una **Edición Centroamericana** —en asociación con el *Diario Chino Latinoamericano* de Panamá— (2018) y una **Edición Sudamericana** —en conjunto con el *Semanario Argentino-Nuevos Horizontes*— (2018).

El **archivo pdf de las ediciones impresas** en cada país de tales periódicos puede encontrarse y descargarse en el sitio brasileño. El *Diario Chino Latinoamericano* de Panamá y su revista hasta 2019 están igualmente alojados en ese sitio.

Hay además páginas web nacionales asociadas a algunos de estos periódicos: en ellas hay noticias sueltas, avisos clasificados, enlaces a grupos de WeChat y servicios dirigidos a inmigrantes (pero, extrañamente, no el archivo del periódico respectivo).

Salvo el semanario ecuatoriano y la *edición sudamericana*, **todos continúan saliendo en papel y en versión digital símil papel**

NMQB continúa su **podcast diario de noticias de 6-7 minutos en chino**. Iniciado en 2016, este noticiero o *Transmisión Latinoamericana de Audio* (拉美音频播报, *Lāměi yīnpín bōbào*), suple parcialmente la carencia de emisoras domésticas latinoamericanas (excepto la única local en Panamá) que difundan en ese idioma.

Para 2013 *Folha de São Paulo* dijo que el NMQB era “**una puerta hacia Beijing**” y que sus contenidos latinoamericanos estaban “**atentos a Argentina y Venezuela**”, a los cuales consideraba entonces los dos países regionales más cercanos a China.

Por un lado, el medio impreso se concentra en **información “práctica”** y de integración para expatriados o inmigrantes. Como Argentina y al contrario de Perú y hasta cierto punto Panamá, **Brasil cuenta con muchos inmigrantes chinos recientes** que siguen utilizando preferentemente su idioma.

Pero por otra parte, la web del NMQB incluye artículos sobre **Brasil, China y América Latina** con un enfoque de información política. Se usan extensivamente todas las fuentes chinas estatales y no se informa sobre asuntos incómodos para el PCCh. La imagen de Xi Jinping y la voz de la embajada aparecen con frecuencia.

NMQB desarrolla **comunidades en las redes sociales** en chino en **WeChat y Weibo** y en portugués en **X y Facebook**, donde también postea noticias y anuncios de interés.

Meizhou Huabao (*Jornal Chinês “Americana”*) fue fundado en 1983 y se hizo diario una década después. Posee una postura **explícitamente pro Taiwán**, si bien apoya el principio de “un país, dos sistemas”.

A veces publica material de la agencia taiwanesa CNA y del *China Times*, diario taiwanés con una visión favorable de Beijing y con alguna inclinación hacia el KMT, pero tiene una **buena cobertura tanto de Taiwán como de China continental**.

En 2016 cambió de propietario, con presencia renovada en la web y redes sociales y una cobertura más comercial. Mantiene un quincenario llamado *Meizhou Shibao*.

Otra publicación, en este caso semanal y que duró solamente entre 2000 y 2013, *Taiwan Qiobao* (desde 2005 *Taiwan Zhoubao*), era también pro taiwanesa. Al contrario de *Meizhou Huabao* apoyaba la independencia de Taiwán y al partido DPP.

Existen en Brasil varios medios digitales nativos como *Baxi Huaren Tenxunwang* (desde 2017, chino, inglés, portugués, español; pro KMT-Taiwán), *Baxi Qiaowang* (chino, pro Beijing) y *Baxi Huarenwang* (chino, pro-Beijing). Los dos últimos son parte de la GCMCU.



El logo del NMQB usado en su carácter de empresa y punto central de la red de periódicos chinos sudamericanos (izq).

Con aparentes lazos con el gobierno chino, NMQB es propietario o está asociado con la mayoría de los periódicos en chino de América Latina.

Las versiones digitales pdf de estos periódicos de cada país se encuentran alojadas en su sitio web, en subsecciones respectivas, a las cuales se puede acceder a través del mapa que se muestra.

Los nombres de los periódicos de ese mapa están traducidos del chino al español con inteligencia artificial, pero surgen dudas acerca de si la elaboración de dicho mapa y sus límites fue realizada verdaderamente por alguien familiarizado con la geografía regional (sitio web de NMQB) (der).



El primer día del podcast de noticias diario en chino del periódico NMQB en su sitio web, de 2016, que continúa hasta hoy (izq) —

En su edición brasileña, el NMQB usa el nombre 'Diário Chinês para a América do Sul' y los caracteres chinos de la expresión 'Nanmei Qiaobao' (edición del 28.08.2025) (capturas).

En **Argentina**, donde la comunidad china inicial era mayoritariamente taiwanesa, el **primer medio y aún el más importante** en idioma chino es ***Horizonte Chino*** (*中国的天际线, Zhōngguó de tiānjì xiàn*), **semanario de Buenos Aires** fundado en 1984 por el taiwanés Xie Junlin y, consiguientemente, con una línea pro Taiwán.

En 2008 fue comprado por **Hugo Xiaorong Wu**, que maneja una imprenta (Dong Fang) y agencia de turismo y es originario del sur de China.

La orientación dejó de ser taiwanesa y gradualmente se fue haciendo prochina. **Desde 2016 fue relanzado** y se asoció con el brasileño **NMQB**, que es decididamente **pro Beijing**. El acontecimiento fue anoticiado en el canal de TV **CCTV-4**, que transmite desde la capital china.

El medio cambió su nombre en chino por *阿根廷周刊*, **Agenting Zhoukan -semanario argentino-**, aunque su título en español continuó con la leyenda ***Horizonte Chino***.

El sitio web y las redes de ***Semanario Argentino-Horizonte Chino*** funcionan como un foro de intercambio y noticias sueltas, pero en ellos no se encuentra su edición, que **sigue siendo distribuida en papel** en la capital argentina y otras ciudades. Digitalmente, su edición pdf solo se puede **descargar desde la página de NMQB alojada en Brasil**.

Por otra parte, en 1998 apareció el semanario ***Nuevo Continente*** (*Shijie Zhoukan*), en una época en que la inmigración desde el sur de China hacia Argentina comenzó a incrementarse. En 2006 cambió a caracteres **chinos simplificados** (más apropiado para leer para los chinos continentales). Para ese año, la publicación se había acercado al gobierno argentino kirchnerista y al gobierno de China.

Cuando la agencia argentina gubernamental de noticias **Télam** y **Xinhua** firmaron un acuerdo para intercambiar informaciones, ***Nuevo Continente*** y su entonces director, **Qiu Zhengyu**, fueron contratados para traducir las noticias.

El encargado de redes del embajador argentino en China del gobierno del presidente Alberto Fernández (2019-2023), **Sabino Vaca Narvaja** —recordado por su fuerte promoción y defensa de intereses chinos— era un periodista de aquel medio.

Nuevo Continente ha usado **material de los medios estatales de Beijing** y asistido a reuniones de medios colegas celebradas en esa capital. No obstante, parece haberse dejado de editar o de tener presencia en redes a partir de 2022.

InfoMundo (*Shijie Zhōukān*), también un semanario papel, comenzó a principios de los 90 y se posicionó como el medio más orientado a los **pequeños comerciantes y a los inmigrantes comunes** chinos, con información práctica sobre trabajos, precios, etc. La mayoría de su personal era taiwanés, pero aparentemente no tenía vínculos externos. Cesó en 2020.

Además de ***Semanario Argentino-Horizonte Chino***, los otros vehículos subsistentes son dos plataformas web, las cuales siguen la línea de Beijing.

Una de ellas es el portal nativo **ArgChina** (lanzado en 2011), con noticias de fuentes chinas globales (CCTV, CNS y otras), solo en mandarín (www.argchina.com). Desde 2017 posee versión en español: **Red de Noticias China-Argentina** (www.newsargenchina.com.ar), con actualizaciones casi diarias, tanto en Internet como en las redes sociales.

El **perfil en chino** de ArgChina en Facebook y en X mostraban apenas cerca de 200 seguidores cada una. En el **sitio en español**, la cuenta de Facebook tenía unos 1000 seguidores y la de X unos 2200 (mediados de 2025).

La compañía fue fundada por **Willy Liu** (Liu Fangyong), residente chino en Buenos Aires **muy activo en instituciones**. Preside la Fundación de Cultura y Educación de China en Argentina, la agencia de viajes Antártica Argentina, la Cámara de Comerciantes de China y el “Grupo Fuwang”.

Según su página web en mandarín, **ArgChina** es propiedad de “Jiangxi Liushi Industrial Co., Ltd.”, empresa **aparentemente registrada en China**, aunque suministra una dirección en la capital argentina. Su objetivo, dice, es “*servir a los chinos en Argentina (...) transmitiendo activamente la energía positiva de China*”.

Existe un interesante proyecto con el nombre **Huaren Toutiao (52hrtt.com)**, que se inició en Argentina y se expandió a **escala mundial**, apoyado por el programa “Qiaomengyuan 6.18” del **gobierno provincial chino de Fujian**.

Su titular es el emprendedor tecnológico residente entre Buenos Aires y su ciudad natal, Fuzhou, **Huang Qiwan**, quien se presenta como “vicepresidente de la Federación Mundial de Jóvenes de Fujian y de la Asociación Argentina de Emprendedores”.

Huaren Toutiao es una aplicación agregadora de noticias de medios locales chinos de numerosos países (América Latina, Estados Unidos, Europa, África, Oceanía). La aplicación intercambia también información con los **medios globales chinos** como la agencia CNS. Como se puede suponer, no hay ningún medio de Taiwán ni medios locales que se opongan al gobierno de Beijing.

En una entrevista con la TV china CGTN Huang expresó: “*como China se ha vuelto fuerte (...) [y] el internet ha mejorado (...) los medios de ultramar chinos deben cambiar tecnológicamente o desaparecerán*”.

Argentina tuvo una **emisora china codificada** que se recibía por suscripción y que funcionó entre 2007 y 2011: **MKT Radio**. Transmitía en chino y español, aunque era esencialmente musical. (El nombre era probablemente un juego de palabras entre “*market*” -mercado- y la abreviatura KT, las siglas tradicionales de “*guǎngbò diàntái*”, es decir, “*kwanpo tientai*”: estación radiodifusora.)

A veces podía ser escuchada en **supermercados chinos** de Buenos Aires, algunos de cuyos dueños eran accionistas de la estación. Aparentemente, cesó por razones económicas.

Todos los medios chinos de Argentina hoy subsistentes, incluso el histórico **Horizonte Chino**, son parte de la **GCMCU**.



El canal CCTV-4 informa desde Beijing, con un presentador de gala por el año nuevo chino, sobre el “relanzamiento” del periódico argentino ‘Horizonte Chino’ (17.02.2016). Esta es la fecha en que este medio argentino, fundado por taiwaneses en los años 80, pasó a vincularse con el NMQB brasileño, asumiendo una línea más favorable a Beijing (captura de pantalla).



‘Horizonte Chino’, de Buenos Aires, al poco tiempo de ser relanzado e incorporado a la red de NMQB, con Xi Jinping en la tapa (edición del 20.10.2017) (izaq).

Otra edición de ‘Horizonte Chino’ con una noticia sobre las redes 5G, publicidad de la aerolínea neerlandesa KLM y publicidad del Casino Buenos Aires, el único que funciona en la capital argentina debido a que aprovecha un resquicio legal que le permite operar sobre un buque en aguas de jurisdicción federal (edición del 05.07.2019) (der).



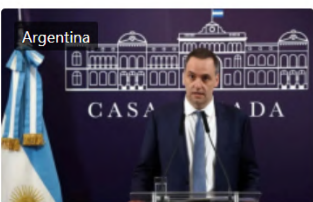
Una entrega más de ‘Horizonte Chino’ sobre las elecciones en la Provincia de Buenos Aires en 2025, que enfrentan a candidatos que responden al presidente argentino Javier Milei y candidatos vinculados con su rival, el gobernador kirchnerista-peronista de dicha provincia, Axel Kicillof (edición del 15.08.2025).



置顶 诚邀旅阿侨胞支持 (Manuel Adorni) 竞选布市议员

亲爱的阿根廷侨胞们，今天我们怀着无比激动的心情，向大家介绍一位值得我们全力支持的重要人物——曼努埃尔·阿多尼 (Manuel Adorni)。他不仅是阿根廷总统米莱的新闻发言人，...

lisa 阿根廷华人网 2个月前 0 0 3



Pegajoso Invitamos sinceramente a los chinos de ultramar en Argentina a apoyar la candidatura de Manuel Adorni para el...

Queridos compatriotas argentinos, hoy nos complace presentarles a una figura significativa que merece todo nuestro apoyo: Manuel Adorni. No solo es el portavoz del presidente...

Lisa Red China Argentina hace 2 meses 0 0 3

El portal argchina.com invitó el 17.05.2025 a votar por Manuel Adorni, candidato de La Libertad Avanza (LLA, partido del presidente Javier Milei), sin que esta noticia trascendiera. La segunda imagen (aba) es una traducción automatizada, ya que el sitio no ofrece contenidos en español (Argchina.com).

Medios de la diáspora china: México, Ecuador, Chile, Colombia y Venezuela

En México, con una comunidad china pequeña, existe desde 2014 Huawen Times (华文时报, Huáwén Shíbào), un semanario que pasó a ser exclusivamente online tras la pandemia. El medio dice estar patrocinado por una “asociación de jóvenes chinos mexicanos” y por otra agrupación similar de la provincia de Zhejiang (norte de Fujian y al sur de la ciudad de Shanghai).

Es parte de **GCMCU** desde 2017 y usa contenidos de la CNS, *Diario del Pueblo* y el periódico del gobierno provincial *Zhejiang Daily*.

La revista *China Joven*, escrita en español y con cobertura centrada en negocios, informaba desde **Guayaquil, Ecuador**, sobre **China y Taiwán** sin un alineamiento. No resulta claro cuándo apareció, ya que parece haber estado unida al *Semanario Económico* —también en español y fundado en 1983—, de la misma ciudad e idéntico propietario, un empresario ecuatoriano con ascendencia china de segunda generación.

La publicación china tuvo un último ciclo desde 2012 hasta que cesó en 2019, pero el medio económico continúa y ofrece **abundante información sobre asuntos chinos y taiwaneses**.

En **Quito** apareció en 2015 el *Semanario Chino Ecuatoriano* (厄瓜多尔华人周报, Èguāduō'ěr Huárén Zhōubào), parte de la red asociada con el **NMQB** de Sao Paulo y probablemente fundado en forma directa por el medio con sede en Brasil.

Como director de la publicación fue designado **Wei Fuyan**, un inmigrante arribado en 2005 que siete años después estableció la agencia de viajes **Andywei Travel**. Este medio tuvo una **trayectoria particular**, develada por periodistas de investigación locales.

En 2022, la ONG Safeguard Defenders había denunciado la existencia de una **red de “centros de servicio policiales chinos” en varios países**, que incluían a Ecuador y otros de América Latina.

Aunque las oficinas oficialmente ayudaban con trámites a chinos en el exterior, el gobierno de Beijing las utilizó —según la ONG— para **coaccionar** a algunos de ellos a que **regresen al territorio para ser juzgados por fraudes online** (bajo amenazas de represalia a sus familiares en China).

De acuerdo a Safeguard Defenders, también se emplearon para **espionar e intimidar a compatriotas disidentes de Beijing**. Todo, sin el conocimiento de las autoridades de los países anfitriones. **China rechazó todos los cargos** y dijo que ninguna oficina era de carácter policial.

Sin embargo, los propios medios chinos en el exterior hablaron de la **inauguración de locales de la “policía de Fuzhou” o “de Qingtian”**, ambas ciudades del sur chino con importante emigración.

La revista *Vistazo* y el portal Código Vidrio, en una investigación conjunta, denunciaron en 2024 que **Andywei Travel** era una **“estación clandestina de agentes encubiertos” (policía china)** y que **Wei estaba vinculado con el ‘Frente Unido’ del PCCh** (una estrategia que entre otros instrumentos recurre a la agencia de noticias CNS para cooptar a medios chinos de la diáspora).

Tras la investigación, la agencia de viajes fue cerrada. Wei —de viaje en China— no regresó a Ecuador y el semanario **tuvo su última edición el 25.06.2024**.



习近平：在全国科技大会、国家科学技术奖励大会、两院院士大会上的讲话

新华社北京11月11日电 习近平11月11日上午在人民大会堂出席全国科技大会、国家科学技术奖励大会、两院院士大会并发表重要讲话。他强调，要深入实施创新驱动发展战略，加快实现高水平科技自立自强，为建设社会主义现代化强国提供有力科技支撑。

习近平在讲话中充分肯定了我国科技事业取得的成就，指出我国在载人航天、探月工程、深海探测、超级计算、量子信息等领域取得了一系列重大突破，科技创新能力显著增强。他强调，科技是第一生产力，人才是第一资源，创新是第一动力。要深入实施创新驱动发展战略，加快实现高水平科技自立自强，为建设社会主义现代化强国提供有力科技支撑。

习近平要求广大科技工作者弘扬科学家精神，勇攀科技高峰，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。他勉励广大科技工作者要胸怀祖国、服务人民，勇攀科技高峰，为全面建设社会主义现代化国家、实现中华民族伟大复兴的中国梦作出新的更大贡献。

Ultima edición del ‘Semanario Chino Ecuatoriano’ en 2024.
Dedicó toda su primera plana a un discurso de Xi Jinping y fue publicada al poco tiempo de revelarse la
cuestión de la estación de policía china en Quito, que complicó a su director (captura).



‘China Joven’: diario de Ecuador con cobertura de China y Taiwán, pero con notas sobre Huawei (captura).

En **Chile**, desde 2017 circula el semanario **Ventana a Chile** (智利之窗, Zhìlì Zhī Chuāng) de Santiago, igualmente creado por el NMQB de Brasil. Presenta características similares al resto de los periódicos latinoamericanos vinculados a esta red (incluyendo una narrativa pro Beijing) y su edición en formato pdf se aloja también en el sitio de Internet brasileño.

Este semanario ofreció entre 2017 y 2021 un **podcast** con noticias en chino llamado **La voz de Chile** (智利之声, Zhìlì zhī shēng dì)

Otro medio es el sitio bilingüe web **Noticias Chile-China** (chilecn.com), con noticias sobre China, de interés bilateral e internacionales. Fue fundado en 2015 y dice ser continuador del **Chile-China Business Daily** (fundado en 2009). El medio se presenta como corresponsal del **Diario del Pueblo**. Las noticias sobre China exclusivamente en español proceden de Xinhua.

Se identifica también como **Zhihua News Agency** (智华新闻社) en los textos en chino, pero no se trata realmente de una agencia noticiosa (ni tampoco debe ser confundida con

la global Xinhua). Es un rótulo que le permite formular al sitio chileno declaraciones más confrontativas.

En 2019, por ejemplo, se alineó con el gobierno chino en ocasión de la **represión en Hong Kong** y sigue una línea afín al PCCh en el resto de los temas.

La revista mensual **Gente Común** (小人物, Xiǎorénwù), fundada en 2012 con sede en la capital chilena, es de tipo cultural y ofrece artículos sobre viajes, vida social y estilo de vida. Su lema es “*todos somos chinos, somos gente común*”. Pese a que este medio no tiene contenidos políticos, Freedom House dice que en sus redes sociales desarrolla una visión similar a la de Beijing.



El semanario 'Ventana a Chile'(izq) y el sitio Noticias Chile-China (der)

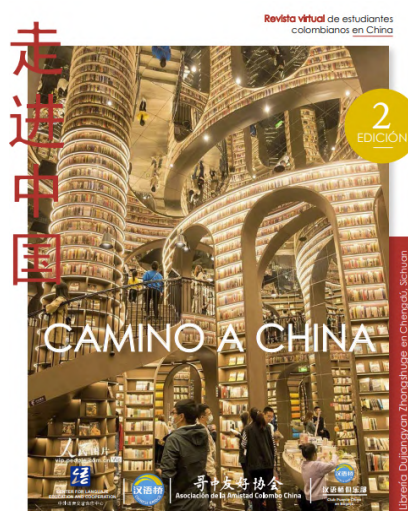
Colombia tiene una colectividad china mínima, pero cuenta con dos revistas en español: **Camino a China** (desde 2002, anual o semestral, contenidos culturales, históricos y actualidad) y **Amigos de China** (revista digital fundada en 2021 con historias personales de colombianos que estudiaron o trabajaron en China; tiene publicidad de Huawei).

Ambas revistas son de la **Asociación de la Amistad Colombo China**, en cuya directiva no había en 2025 ningún miembro chino. Advierte que reconocen al gobierno de Beijing “como el legítimo bajo el precepto de ‘*una sola China*’”. No obstante, las publicaciones **no son parte del GCMCU**.

En **Venezuela**, si bien la comunidad china ha tenido cierta dimensión, la situación económica llevó a muchos a **salir del país**, mientras que también —en combinación con el ambiente político— resulta difícil **desarrollar medios de comunicación independientes**.

La alianza política entre China y los gobiernos chavistas ha generado **sitios o entidades de estudios chinos**, generalmente con un sesgo convalidatorio de Beijing. Más allá de esa circunstancia, se trata de contenidos que **no tienen mayor relación** con las necesidades locales de inmigrantes.

Un ejemplo es la sección en chino del semanario *Cuatro F*, “medio al servicio del Partido Socialista Unido de Venezuela” (oficialista) y que está “dirigida a la comunidad chino-venezolana”. En la web, la sección está sin embargo inactiva desde 2023, aunque el medio continúa actualizándose en español.



“现在是欧洲人民觉醒的时候了”

在 PSUV 和 Jpsuv 的每周新闻发布会上，Diosdado Cabello 将打击腐败的斗争置于委内瑞拉社会某些结构的中心。

POR CUATRO F CHINO © 10 DE ABRIL DE 2023

La revista colombiana 'Camino a China' y una nota en chino del sitio web partidario de Caracas del PSUV (chavista) 'Cuatro F' (capturas)

Medios de la diáspora china: Paraguay, Centroamérica y otros

El semanario *Paraguay Hoy* (今日巴拉圭, *Jīnrì Bālāguī*) comenzó a publicarse en 2018. Hasta entonces la comunidad local china se abastecía con el diario brasileño NMQB, quien fue el fundador de esta versión local en Asunción y que circula impresa en varias ciudades de Paraguay (en especial Ciudad del Este y Pedro Juan Caballero).

Como los otros periódicos de la red que converge en NMQB, su edición digital en un archivo pdf se puede **descargar del sitio de Internet del medio brasileño**. En cuanto a contenidos está igualmente **alineado con Beijing**.

Esta edición debe ser muy importante para China, ya que **Paraguay es uno de los dos países latinoamericanos hispanohablantes que al día de hoy mantienen relaciones diplomáticas con Taiwán**.

El otro país es Guatemala, donde existe desde 2019 un semanario también lanzado por NMQB (o vinculado con éste), *Nuevas Voces de Guatemala* (危地马拉新声, *Wēidīmǎlā xīn Shēng*). Una vez más, su edición web se descarga desde el sitio NMQB y, como el medio brasileño, sigue la narrativa política de China.

NMQB publica además en asociación con el *Diario Chino Latinoamericano* de Panamá el semanario *Edición Centroamericana* (中美洲版, *Zhōng Měizhōu Bǎn*) que circula en las naciones **no cubiertas por el medio del istmo**. Comenzó en 2018 y su edición en la web está también alojada en el sitio de la publicación brasileña.

Costa Rica tiene la *Revista 168*, dedicada a la comunidad china, bilingüe y con pocos textos dedicados mayormente a negocios, eventos y otros contenidos “livianos” como horóscopos o gastronomía. Incluye mucha publicidad local.

Su periodicidad es muy variable (desde bimestral hasta anual). Sus tapas eran casi siempre ilustradas por jóvenes chinas locales, pero en los números de 2022 y 2024 se dedicaron al aniversario del establecimiento de relaciones entre China y Costa Rica (que suspendió relaciones con Taiwán en 2007).

La revista no parecía políticamente alineada en sus primeros tiempos, más allá de publicar actividades de la embajada. En los últimos años ha comenzado a postear noticias (en español) en redes sociales de manera frecuente, en las que se observa un uso de contenidos de los medios globales chinos.

En el resto de las naciones hispanohablantes (Uruguay, Bolivia y República Dominicana) no hay publicaciones o portales web chinos y se sirven de los de naciones limítrofes. Pueden también existir grupos en redes sociales de intercambio directo y noticias.



Los periódicos en mandarín ‘Paraguay Hoy’ (izq) y ‘Nuevas Voces de Guatemala’ (cen) junto a la costarricense ‘Revista 168’ de temática china bilingüe, aunque con textos mayoritariamente en español (der).

CAPÍTULO 9

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL E INCLUSIÓN DE CONTENIDOS CHINOS

China y la cooperación internacional en medios y periodismo: el contexto de la IFR

China es un país con **periodistas encarcelados, perseguidos** por sus actividades y con estrechos márgenes de autonomía. En la nación asiática **no hay libertad de expresión ni de información**, los medios están **fuertemente controlados y censurados** y replican un **discurso único oficial**. Y cuenta con un **Internet sujeto a bloqueos**, “grandes murallas” (cortafuegos de censura) y a la **vigilancia** de sus usuarios.

Resulta dudoso que China, por estas razones, pueda aportar algo al desarrollo del periodismo en el mundo, la información o los medios con una perspectiva democrática o simplemente con un enfoque superador de lo existente en el orbe.

En todo caso, podrá sorprender con algún tipo de **innovación o aplicación tecnológica** o con el uso ilimitado de **fondos para multiplicar contenidos o vías de comunicación** al servicio de narrativas unilaterales y previsibles.

No obstante, dentro de su posicionamiento y actividades de expansión geopolítica, ha buscado presentarse como una **referente de la comunicación para el mundo**, promoviendo **foros internacionales, asociaciones de periodistas o de medios** de alcance mundial, capacitaciones para terceros países, y otros **mecanismos de cooperación**.

En 2013 China lanzó la llamada **Iniciativa de la Franja y la Ruta (IFR)**, a veces designada como **nueva Ruta de la Seda** y que en inglés se conoce como **Belt and Road Initiative** o bien como *One Belt, One Road*; en chino: 一帶一路).

Es una estrategia de **desarrollo de infraestructura global y cooperación internacional** que el gobierno de **Xi Jinping** —asumido en ese año— ha definido como el núcleo de su política exterior.

Consiste en una combinación de **vías, medios, facilidades e infraestructura** de transportes, comunicaciones y otros aspectos para favorecer la **vinculación de China con el resto del mundo** y que se explicita en memorándums, tratados y mapas.

Pero no es una estrategia debatida y confeccionada multilateralmente, sino que más bien funciona como un “**contrato de adhesión**” a un proyecto internacional cuyos aspectos más salientes **han sido diseñados exclusivamente por China** teniendo en vista primordialmente su **propia conveniencia**.

Beijing busca así tener **vías expeditivas** para su necesidad de obtención de materias primas y productos muy específicos a cambio de yuanes, productos terminados o tecnologías con destino hacia los países abastecedores.

A la vez, procura autosituarse en el **centro de la escena geopolítica** y en una posición de **hegemonía mundial** como una **nación-potencia**, operación que presenta una seria chance de **exportación y difusión global** de su modelo autoritario de gobierno.

Tales son los **objetivos** que persigue Beijing, pero —como bien reza el dicho del ajedrez “*las piezas negras también juegan*”—, esto no significa que China logre necesariamente dichos objetivos, ni tampoco que los participantes reaccionen o actúen de la manera que se espera.

Aun así, el riesgo de **influencias y dependencias** que superen los beneficios se proyecta siempre como una espada de Damocles para muchos países.

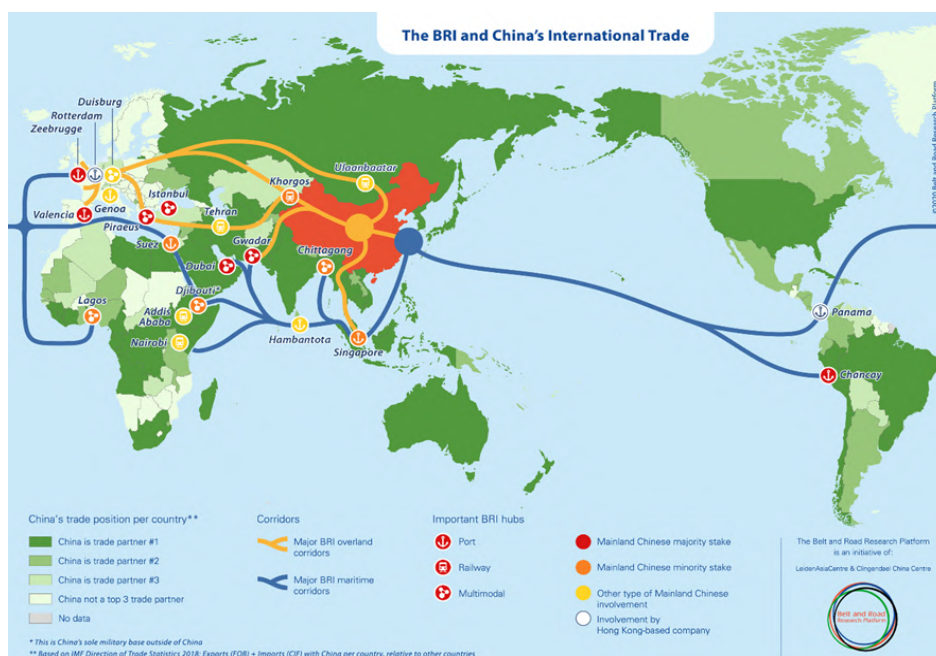
Dentro del esquema IFR —o fuera de él— se han esparcido **fondos, créditos, know-how, personal o materiales chinos** por numerosos lugares del mundo, aplicados a **infraestructura** (carreteras, puertos, puentes, centrales y líneas eléctricas o despliegues de telecomunicaciones) o a proyectos de **cooperación comercial, financiera o científica**.

Es en este contexto que deben entenderse varias actividades chinas en el campo de las **comunicaciones globales**.

Por un lado, está la **cooptación de medios de la diáspora china** (—ver, más atrás, el **Capítulo 8—**) y la “**inclusión de contenidos**” chinos en medios extranjeros (—ver, más adelante, el apartado *La era de la “inclusión” (de los contenidos chinos)*) y el **Capítulo 10—**).

Por otra parte, hay una serie de **acciones diplomáticas, reuniones o estructuras internacionales**, en las cuales convergen medios o periodistas de diferentes naciones.

Como se verá a continuación, estas acciones, reuniones o estructuras **tampoco responden a una voluntad “multilateral”** como la que frecuentemente pregona China, sino que se desarrollan bajo su **iniciativa y dirección**. A sus participantes les cabe una **tarea convalidatoria** o bien de debate y proclamación de puntos funcionales a la **estrategia internacional de Beijing**.



La Iniciativa de la Franja y la Ruta expuesta en un mapa (2018) (Leiden Asia Center, Países Bajos)
<https://leidenasiacentre.nl/english-new-map-of-the-belt-and-road-initiative/#>.

La Cumbre Mundial de Medios (CMM)

La Cumbre Mundial de Medios (CMM) (World Media Summit) es una iniciativa sustancialmente china que se realiza desde 2009. Sus orígenes son anteriores a la **asunción de Xi Jinping** y a la **presentación de la IFR**, pero coinciden con el tiempo en que se registró una **gran expansión de las comunicaciones globales chinas**.

Se trata de una especie de “réplica” del histórico **World News Media Congress** que se viene celebrando desde 1948 por parte de la **World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA)**.

Mientras en el **congreso de WAN-IFRA** participan entidades, directivos y periodistas de **más de 100 países**, sin hegemonías y en un ambiente de valores democráticos, donde se generan debates a fondo y se emiten documentos relevantes, **la Cumbre Mundial de Medios ofrece un panorama muy distinto**.

Aunque no siempre aparece como organizadora, la **verdadera promotora y gran protagonista del evento es la agencia Xinhua**. Solo en dos oportunidades la organización formal de la **CMM** recayó en otras entidades: en 2012 figuró la agencia rusa **ITAR-TASS** y en 2016 la cadena qatarí **Al-Jazeera**, dado que la cumbre tuvo lugar en sus países.

Las **CMM** se desarrollaron de la siguiente manera: la I en **Beijing** (2009), II en **Moscú** (2012), III en **Doha, Qatar** (2016), IV en **Beijing** (2021), V en **Guangzhou/Kunming, China** (2023) y la VI en **Urumqi (XInjiang), China** (2024).

Esta última cumbre tuvo por sede el territorio donde se registran numerosas denuncias de violaciones de derechos humanos (prisioneros políticos, persecuciones étnico-políticas y miles de internaciones forzadas).

Organizaciones y profesionales de distintos países, posiciones e importancia han asistido a las distintas cumbres, aunque atraen en particular a **medios o periodistas militantes o funcionales a la estrategia china**.

Las deliberaciones son cubiertas en detalle por la misma **Xinhua** o medios chinos —con abundantes **declaraciones de sus participantes**— pero **muy poco** por otras instancias. Gran parte de los **medios asistentes le dedican a la CMM escasos párrafos o minutos audiovisuales**, tendiendo a resaltar casi exclusivamente la participación propia.

Xinhua y los pocos medios que ensayan alguna cobertura general **citan declaraciones de los intervinientes** y otras que parecen **resultados o conclusiones** que en su versión completa no **resultan fáciles de encontrar**. Sin embargo, suelen ser análisis obvios o superficiales vinculados con **posturas geopolíticas o comunicacionales chinas** o “alternativas” a Occidente.

Un cable de Xinhua (03.12.2023) dice que el titular de medios sudafricano **Iqbal Survé** (cuya compañía está participada por capitales chinos, —ver, más adelante, el apartado **Inversiones chinas en compañías de medios no étnicos—**), manifestó en la CMM de ese año que *“los medios deben ayudar a las personas a aumentar la confianza para construir un mundo mejor”*.

En la misma nota, el titular de Xinhua, **Fu Hua**, sostuvo que *“la veracidad es la fuerza vital de las noticias”* mientras destacó *“la importancia de adherirse a la objetividad y la verdad para elevar la credibilidad de los medios”* [subrayado propio].

En otro cable con idéntica fecha, pero de la agencia cubana **Prensa Latina**, su presidente señala en la Cumbre que “*se debe incentivar un acceso equitativo para los medios que, desde el Sur Global, como Cuba, enfrentan restricciones, sanciones y bloqueos que les impiden emplear nuevas herramientas*” [subrayado propio].

El evento, para la agencia cubana, es un “*marco apropiado para intercambiar sobre objetividad, credibilidad y ética ante la escalada de noticias falsas en diversos soportes, incluidas las redes sociales (...) Esta es la verdad y objetividad que defiende Prensa Latina*” [subrayado propio].

Más allá de los medios afines y militantes, **medios independientes de primer nivel y claramente no alineados con China**, como **AP, Reuters, AFP, el New York Times, la BBC** o del *mainstream* latinoamericano como **Folha de São Paulo** han participado también en estas cumbres.

En las primeras, incluso, algunos de estos medios accedieron a estar en el **comité organizador**, lo que aparentemente **ya no hicieron en eventos sucesivos**.

Pero hasta la última Cumbre todavía directivos de tales medios formulaban declaraciones sobre la “importancia” y “trascendencia” del evento y sus debates, las cuales eran hábilmente aprovechadas y difundidas por Xinhua y otros medios chinos para legitimar la CMM.

En ocasión de una reunión preparatoria del comité organizador de 2019, por ejemplo, un editor adjunto de **Folha de São Paulo** citado por el cable de Xinhua de 19.11.2019 dijo que la Cumbre es “una iniciativa fascinante” y que “*su importancia está aumentando con los años*”.

En la **CMM 2024**, **Ling-Sze Gan**, directora de ventas de medios de **Reuters** para Asia Pacífico, participó en la apertura de la cumbre (cuyo tema central era la inteligencia artificial y los medios) con un **comentario más neutro**: “*nos entusiasma el potencial de la IA generativa... dotando a nuestros periodistas de instrumentos para aumentar su capacidad de trabajo*”.

Esta frase no figuró en ningún texto suministrado por **Reuters** sino en un recorte del **Consulado Chino en Nueva York** colocado en la red social X el 15.10.2024.

La agencia, sin embargo, es rutinariamente acusada de difundir “falsedades” o “inexactitudes” por el gobierno chino, a la vez que sus sitios web resultaron **bloqueados** en varias oportunidades. Igualmente, sus periodistas fueron objeto de **restricciones o denegaciones de visas**.



Cumbre Mundial de Medios 2021 (World Media Summit) organizada por Xinhua en Beijing

“Líderes de medios” China-América Latina

El primer foro que China organizó con la participación de América Latina en el que se trató específicamente la comunicación fue realizado en la propia región y a los tres años de llegar al poder Xi Jinping.

El evento tuvo lugar en la sede de la CEPAL en Santiago de Chile y fue inaugurado por el propio Xi, con la asistencia de la entonces mandataria chilena Michelle Bachelet y las autoridades del organismo económico latinoamericano de las Naciones Unidas.

Se trataba de la **“Cumbre de Líderes de Medios de Comunicación China-América Latina 2016”**. A diferencia de las “cumbres mundiales” iniciadas en 2009 o las que se realizarán en el futuro como foros BRICS o del “sur global”, este evento tuvo la franqueza de incluir en su denominación explícitamente a China como la verdadera parte interesada.

En el transcurso de esta Cumbre, el gobernante de una potencia extracontinental y con un sistema político muy poco compatible con el de las democracias latinoamericanas pronunció un discurso en el cual exponía su visión acerca de cómo debía ser la cooperación entre los medios de China y la región.

Pese a que se hablaba de **“aprender los unos de los otros”**, los resultados del evento o las noticias de los medios chinos no destacaron ningún aporte latinoamericano.

En esa ocasión (según transcribe el Ministerio de Relaciones Exteriores de China en un comunicado fechado el 23.11.2016 en su sitio web), “en medio de un cálido aplauso”, Xi Jinping señaló que debía crearse **“un nuevo patrón de cooperación mediática entre China y América Latina”** (título oficial de su discurso).

El comunicado califica la cumbre como **“una acción sin precedentes y un gran acontecimiento en la historia de la comunicación entre China y América Latina”** y prosigue:

“... si compartimos la misma voz y la misma virtud, podemos correspondernos y admirarnos unos a otros independientemente de la distancia y el encuentro.

La comunicación mediática es una parte importante de la relación entre China y América Latina. Los medios de comunicación en China y América Latina pueden lograr mucho en heredar y desarrollar la amistad entre los dos pueblos.

Xi Jinping presentó tres propuestas sobre la profundización de la cooperación de los medios entre China y América Latina.

En primer lugar, debemos aprovechar las ventajas mutuas para mejorar conjuntamente la influencia de los medios de comunicación chinos y latinoamericanos, mostrar al mundo una China y una América Latina más auténticas y vibrantes, y opinar conjuntamente sobre la paz y el desarrollo mundiales y otros temas importantes.

En segundo lugar, tenemos que seguir comprometidos a impulsar conjuntamente nuevos desarrollos en la cooperación pragmática bilateral, inspirar el entusiasmo y la confianza en la cooperación de ambas partes, y promover modelos de cooperación innovadora.

En tercer lugar, debemos aprender unos de otros y elevar los intercambios de los medios de comunicación China-América Latina y la cooperación a un nuevo nivel.

China ha anunciado la creación de un centro de intercambio de medios entre China y América Latina e invitará a algunos periodistas de esta región a trabajar y estudiar en China.

Al mismo tiempo, China capacitará a 500 profesionales de los medios de comunicación para los países de América Latina y el Caribe en los próximos cinco años para lograr la prosperidad común en el campo.

Xi Jinping señaló que la CEPAL desempeña un papel importante en la promoción de la cooperación entre China y América Latina. Esperamos que la CEPAL pueda promover la articulación de las estrategias de desarrollo de las relaciones entre China y América Latina” [subrayados propios].

El diario *Monitor Mercantil* de Brasil, cercano a Beijing, reveló el 24.11.2016 que la concurrencia al foro de China no era libre, sino que requería “*invitación de Xinhua*”.



El comunicado sobre la “Cumbre de Líderes de Medios de Comunicación China-América Latina”, tal como aparecía en el sitio del Ministerio de Relaciones Exteriores de China (2016).

Foros de “medios y think tanks”

China, a través de Xinhua, impulsa también foros en distintas regiones del mundo en los que se reúnen **medios y “think tanks”**. En África, por ejemplo, se realizaban desde 2012, aunque solo en años recientes adquirieron su formato actual.

En América Latina el primero de estos eventos tuvo lugar en Buenos Aires, el **Foro de Medios de Comunicación China-América Latina y el Caribe 2018**. Según Xinhua, asistieron “13 medios chinos” y un centenar de medios latinoamericanos.

Quizás porque las deliberaciones y conclusiones fueron vistas como generalidades o **propaganda china**, el evento pasó bastante inadvertido tanto a nivel local como regional, incluso con la presencia de autoridades argentinas, como el titular local de los medios públicos, **Hernán Lombardi**.

El evento fue casi **exclusivamente** anoticiado en los propios cables de Xinhua, con la visibilidad limitada a los mismos medios suscriptores que los reprodujeron.

El presidente de Xinhua, **Cai Mingzhao**, dijo entonces que la cooperación entre los medios chinos y latinoamericanos debían regirse por “tres principios” (distintos de los enunciados en 2016 por Xi Jinping, aunque no contradictorios) (—ver, más atrás, el apartado, **“Líderes de medios” China-América Latina—**).

Tales principios, según **Cai**, eran los de “profundizar” las coberturas informativas de la otra parte, “intensificar” los intercambios y, por último, “participar conjuntamente” en la construcción de la IFR (Iniciativa de la Franja y la Ruta).

Tras el paréntesis impuesto por la pandemia del Covid, una reunión de naturaleza parecida se realizó en **São Paulo** el 11/12.11.2024, planificada y organizada por **Xinhua** pero esta vez co-organizada por la empresa estatal brasileña de comunicación **EBC**: el **“Foro de Medios de Comunicación y ‘Think Tanks’ del Sur Global”**.

A partir de aquí, el clima militante ya se volvió más marcado que, por ejemplo, en la CMM o el anterior evento en Buenos Aires de 2018.

Ahora predominaba la asistencia de medios y periodistas afines a ideas de izquierda, y, además, se hicieron presentes en esta oportunidad “think tanks” en su mayoría poco conocidos y de posiciones politizadas, así como académicos que defienden las posiciones chinas en la región.

Hubo mensajes de los presidentes Xi Jinping y Lula con varias definiciones ideológicas. La frase que Xinhua destacó de Xi fue **“China siempre ha sido y será parte del mundo en desarrollo”**.

Habló asimismo el director de comunicación del PCCh, quien llamó a **“defender un mundo equitativo (...) [y construido] de manera justa y razonable, liderando la tarea de desarrollar la estabilidad de un mundo multipolar”**.

El periodista y diplomático chileno **Fernando Reyes Matta**, titular del Centro de Estudios sobre China (Universidad Andrés Bello, Santiago), recordó el informe McBride de la UNESCO de 1980 sobre “desequilibrios informativos” entre el norte y el sur.

La senadora del Partido del Trabajo (mexicano, izquierda), **Yeidckol Polevnshy Gurwitz** (red Asia-Pacífico) dijo que los medios deben dar **“voz a quienes no la tenían”** y evocó al escritor uruguayo **Mario Benedetti** con su frase **‘el sur también existe’**.

En este tipo de eventos se evidenciaba claramente el denodado trabajo de coordinación de Xinhua, que parecía más un agente geopolítico y diplomático en favor de los objetivos del estado-partido chino que una agencia de noticias.

Desde 2016 se ha organizado también el **BRICS Media Summit**, alternadamente en cada uno de los cinco países de este mecanismo, aunque con participación de otras naciones que se han sumado en distinto carácter al mismo (Irán, Etiopía, Bielorrusia, Cuba o Turquía, entre otras).

La responsabilidad central de este evento mediático, una vez más, es de China y Xinhua, pero los rusos hacen su aporte a través de una señal y red de intercambio audiovisual con sede en Moscú: **BRICS TV**.

El **“Foro de Mídia e ‘Think Tanks’ do BRICS”** —tal su nombre en portugués— correspondiente a 2025 tuvo lugar meses después del foro de comunicación del “sur

global”. En esta oportunidad se celebró el 16/18.07.2025 en Río de Janeiro y fue nuevamente protagonizado por Xinhua y co-organizado por EBC.

Contó también con una nutrida presencia de medios y comunicadores militantes o afines a la izquierda, en un ambiente similar al foro de 2024 (para una descripción parcial del evento, a partir de la cobertura del diario uruguayo *La R* —ver, más adelante, el apartado *Uruguay: acuerdos con medios públicos, de izquierda y del interior—*).

Xinhua presentó en esa ocasión un libro físico de su informe *El ascenso del Sur Global*, lo que volvía a destacar su autoasumido rol geopolítico y diplomático, equiparable, quizás, al que cumplían algunas agencias de noticias europeas en el ya lejano siglo XIX (muy en particular la francesa Havas o la germana Wolff).

Extrañamente, el informe no puede descargarse de Internet y prácticamente ningún medio latinoamericano participante hizo una reseña de su contenido.

Otro cable de Xinhua de 05.09.2025, fechado en la ciudad de Kunming, informaba de un nuevo foro de comunicación y *think tanks* del “sur global” en ese mes (que no debe confundirse con el de BRICS).

“Unos 500 periodistas, académicos, funcionarios gubernamentales y empresarios de 110 países u organizaciones internacionales y regionales —decía la nota— se reunieron el viernes en la provincia de Yunnan, en el suroeste de China, para el [Segundo] Foro de Medios de Comunicación y ‘Think Tanks’ del Sur Global 2025” [subrayado propio].

Como se aprecia, el foro no solamente fue organizado por China, sino que también se desarrolló en el país asiático. Pero apenas fue reportado por los medios internacionales, incluso los de las naciones participantes.



Video en formato de telefonía móvil de Xinhua colocado en redes sociales, en el cual se comunica que Xi Jinping “felicita” al “Foro de Medios y ‘Think Tanks’” del Sur Global (2025) (captura en YouTube).

Profusión de foros e iniciativas en América Latina

En los últimos tiempos, América Latina vio una **profusión de estos foros internacionales** sobre medios impulsados por China, aunque sus **repercusiones han sido bastante limitadas**.

Tan solo un mes antes del foro de medios y *think tanks* del “sur global” de 2024 se hizo un **“Foro de Cooperación de Medios de Comunicación China-Latinoamérica y el Caribe”** (10.2024), esta vez organizado conjuntamente en Río de Janeiro por el vocero del PCCh, el *Diario del Pueblo* y el diario económico cercano a China *Monitor Mercantil*.

En 09.2022 se había realizado en Buenos Aires un **foro especial** para medios e “intercambio cultural” por los 50 años de relaciones entre China y Argentina, promovido por el **CMG** y la **Secretaría de Medios** del gobierno argentino.

En esta última reunión en la capital argentina fue también un activo participante la cadena brasileña privada **Bandeirantes**, que desarrolla desde hace varios años proyectos con los medios globales chinos.

En declaraciones a **CGTN**, el “director de relaciones exteriores” de la cadena, el ex dirigente político **Caio Luiz de Carvalho**, manifestó en esa ocasión que a la empresa le *“interesa cada vez más el intercambio cultural [con China], en el sector tecnológico y en el de los negocios”*.

En 2021, **Bandeirantes** había a su vez preparado con **CMG** en **São Paulo** un **seminario** (—ver, más adelante, el apartado **“Mundo China” de Bandeirantes (Brasil)**—).

Entre otras actividades más recientes, la cadena brasileña participó asimismo en un **“evento mediático”** en la ciudad de **Chongqing** en 06.2025 junto a periodistas de **Globo**, **TV Record** y la revista **Veja**, quienes —dice una nota de **CGTN**— *“sintieron la vitalidad innovadora de Chongqing como ciudad moderna y su encanto único”*.

Por otra parte, en el marco de una **reunión entre China y la CELAC** (foro regional intergubernamental de los países de América Latina y el Caribe) Beijing anunció en 2021 el lanzamiento de la **“Iniciativa Acción de Medios China-ALC”**.

Pese a que se emitió un programa especial en **CGTN** el 04.12.2021 para formular el anuncio, en su transcurso solo se habló en forma general de “cooperación” e “intercambios” entre China y los medios de la región.

En la transmisión apareció el titular del **CMG** y dijo que existían acuerdos firmados con **“30 medios de comunicación”** de América Latina y el Caribe (algunos de los cuales fueron mencionados).

Sin embargo, se trataba de **entendimientos bilaterales ya suscriptos dentro de los últimos seis o siete años** (—en su mayoría detallados en el **Capítulo 10** del presente texto—) y que por lo general derivaron en **pocas realizaciones concretas**.

Pese a esta **“Iniciativa Acción de Medios...”**, la situación no registró una variante significativa en los años venideros: **no aumentó el ritmo de celebración de nuevos acuerdos** bilaterales con otros medios, ni desembocaron en una presencia adicional apreciable y continuada de **contenidos chinos**.

Por lo tanto, y como en otras ocasiones, el anuncio de CGTN y la propia *Iniciativa* podía considerarse como una acción con **finés de propaganda geopolítica**, pero de incidencia limitada.



El foro organizado en 2024 en Rio de Janeiro por el 'Diario del Pueblo' y 'Monitor Mercantil'

Conferencias de Internet

Desde 2014 China comenzó a organizar por su cuenta, hasta ahora anualmente (excepto en 2020), una llamada World Internet Conference (WIC), conocida también como **Wuzhen Summit**, debido a realizarse hasta ahora, en todas las ocasiones, en esa ciudad.

A la reunión han asistido compañías y partes interesadas de todo el mundo, incluso muchas de Occidente. No obstante, **ha habido llamados al boicot del evento** —como el realizado por RSF en 2015— o **repudios varios**, en razón de la actitud de China con respecto a la libertad de expresión y los **controles sobre la red**.

En las primeras reuniones, **los organizadores actuaban con escaso tacto y sutileza**, quizá porque estos eventos eran preparados por el regulador de Internet, la **Administración del Ciberespacio de China** (CAC por sus siglas en inglés), todavía con menor interacción y sensibilidad internacional que los medios globales.

Insólitamente, la noche previa a la primera Cumbre (2014) los participantes recibieron en sus habitaciones de hotel un **borrador —deslizado por debajo de las puertas—** con la declaración que aparentemente China **pretendía que se apruebe**, reveló *The Wall Street Journal*.

El texto carecía de firma, pero respondía a las **narrativas y posiciones de Beijing**, en particular el concepto de **“soberanía de Internet”**, que habilitaba a cada país a ejercer —como lo hace China— una censura plena de la red.

Frente al **desconcierto y protestas** de algunos participantes, las autoridades chinas **no volvieron a referirse al asunto** ni se responsabilizaron por el extraño episodio.

En la conferencia de 2017 China presentó **tecnologías de reconocimiento facial y vigilancia** que provocaron **preocupación** de parte de defensores de libertades civiles. En las últimas, en cambio, se debatió la **regulación de la inteligencia artificial**.

Las declaraciones finales de estos eventos, como las de muchos foros internacionales chinos, **suelen ser superficiales y generales** y se utilizan para **convalidar posiciones geopolíticas chinas**.



El logo y lema de la World Internet Conference organizada por China en 2024

Periodistas y comunicadores de la Franja y la Ruta

China intenta también actuar directamente sobre los periodistas en pos de sus **objetivos diplomáticos y geopolíticos**. Más allá de los viajes de capacitación y visitas promovidas y pagadas por el país asiático (que a veces pueden extenderse a propietarios de medios), Beijing ha creado una especie de **agrupación mundial de comunicadores**.

En 2019 lanzó The Belt and Road News Network (BRNN), generalmente conocida en español como *Plataforma de Periodistas de la Franja y la Ruta*. La mayoría de sus adherentes, como puede suponerse, **simpatiza o milita políticamente con la línea de Beijing**.

Sin embargo, no faltan algunos más independientes pero que **son indiferentes ante la relación entre China y la libertad de expresión** o bien no advierten, o no les molesta, suscribir la propaganda de ese origen.

La red está liderada por el *Diario del Pueblo*, el portavoz del PCCh y su dirección está a cargo de un “presídium” entre cuyos primeros integrantes figuró la argentina **Lidia Fagale** (—ver, más adelante, el apartado “Clave China” y *otros programas en la radio argentina*—).

Según afirman sus documentos constitutivos, la BRNN busca ser **una fuente de información sobre la IFR**, de modo que sus miembros presenten a China y a la citada iniciativa de forma “positiva”.

Además de realizar foros internacionales de periodistas, entre las actividades del BRNN se ofrecen giras informativas, seminarios, acceso a archivos y bases de datos de noticias. También hay **premios, workshops y programas de capacitación**.



La página inicial del sitio de Internet la BRNN tal como se ve en 2025 y que muestra el omnipresente 'meme' que a lo largo del año se ha difundido en los distintos medios globales de China sobre el líder de ese país



La embajada de China en Chile retransmite un mensaje X de CGTN que informa sobre la finalización “con éxito” de un foro del BRNN realizado en la ciudad de Juangxi en 2025. A dos meses y medio de su posteo había obtenido 119 visualizaciones y 3 “likes”.

La GCMCU: la comunicación de la diáspora china como activo geopolítico

En 2009, el mismo año en que se realizó la primera Cumbre Mundial de Medios, la **agencia de noticias CNS** —dependiente del PCCh y destinada a la diáspora china— creó la **Global Chinese Media Cooperation Union** (Asociación de Cooperación Global de Medios Chinos), que es conocida en Occidente por su sigla en inglés **GCMCU**.

En su sitio web, en mandarín, se caracteriza como “una organización cooperativa global sin fines de lucro, iniciada por China News Service y formada voluntariamente por diversos medios de comunicación chinos en el extranjero” [subrayado propio].

Busca “promover la (...) cooperación (...) entre los medios de comunicación chinos en todo el mundo, así como los intercambios y la **colaboración con la industria de China continental**, para impulsar el desarrollo y la **influencia de los medios de comunicación chinos en todo el mundo y ampliar su presencia**” [subrayado propio].

En suma, la GCMCU comparte recursos entre **los medios étnicos entre sí y con los medios globales centrales**, lo que posibilita reducir costos y ofrecer mejores contenidos.

Como una misión más general, la creación de la GCMCU marcó una **firme voluntad de promover y alinear a los medios de la diáspora china** detrás de los objetivos geopolíticos del gobierno-partido.

Hasta ese momento, tales medios no habían recibido la debida atención, si bien existían los servicios de la **agencia CNS** y, en los 90, se establecieron medios étnicos chinos subsidiarios en naciones como Estados Unidos, directamente a cargo del **gobierno de Beijing**.

Como habían vislumbrado en los años 30 del siglo pasado los gobiernos de Berlín y Roma con respecto a migrantes y descendientes de ultramar alemanes o italianos, **Beijing comenzó a ver en este milenio a la comunidad china en el extranjero (y a sus medios) como un activo geopolítico**.

La GCMCU ha desarrollado acciones concretas de **cooptación de tales medios**. De modos a veces opacos, incluyen desde el acceso a **contenidos y facilidades** hasta **subvenciones de distinto tipo** y en algunos casos una **posible operación y propiedad directa**, más o menos encubierta.

Un índice de su éxito es que **la mayoría de medios étnicos chinos en todo el mundo son parte de la GCMCU**. La pertenencia a la agrupación es un **indicador probable de una línea editorial alineada y aún controlada por el gobierno chino** y de un posible acceso a algún tipo de apoyo económico.

La GCMCU también realiza anualmente desde su creación el foro que en inglés se conoce como **World Chinese Media Forum**. Suele hacerse en territorio chino y normalmente participan CNS, la Oficina de Asuntos Chinos de Ultramar (dependiente del Consejo de Estado, el poder ejecutivo) y algún gobierno provincial.

En la reunión de 2019, el presidente del *Diario Chino Latinoamericano* de Panamá, **Zhou Jian**, sostuvo que la “cooperación” con los medios de China continental facilitada por la GCMCU fue **fundamental para mantener su “competitividad”**. Proclamó que una de las razones por la que dirige el medio es para **cumplir con el deseo de Xi Jinping de “contar bien la historia de China”**.

Más allá de estos casos, debe señalarse que unos pocos medios adheridos a la GCMCU exhiben **pequeños márgenes de independencia**.



La era de la “inclusión” (de los contenidos chinos)

Hasta la década de 2010, los medios globales chinos ejercían su acción mayormente a *distancia*.

CRI, la TV internacional, publicaciones y sitios web llegaban a sus audiencias desde el país asiático: aunque podía recurrirse a repetidoras de radio en ciertas zonas o *inserts* en unos pocos diarios norteamericanos, **no había compartición de contenidos, coproducciones ni acciones conjuntas** con medios de las zonas *target*.

La TV global CCTV (luego CGTN) ya se veía por satélite e Internet a partir de los primeros años de este milenio. De a poco, irá ingresando a algunas plataformas de cable o satélite DTH de las distintas naciones, Sin embargo, todavía **no había ubicado programas ni realizado coproducciones** en canales locales (actividades que tendrán lugar en años venideros especialmente en África, América Latina y partes de Asia).

En cuanto a Xinhua, como toda agencia internacional de noticias con objetivos de propaganda política, no se preocupaba demasiado **en cobrar sus contenidos** ni en obtener sustentabilidad económica, pero tampoco tenía mucho control sobre lo que finalmente difundían sus abonados.

Por un lado, la agencia china había arreglado **intercambios mutuos con otras agencias** (—por ejemplo, ver, más atrás, el apartado *Xinhua en América Latina*—).

Por otra parte, y además de estos intercambios entre agencias, había algunos **pocos medios occidentales** que utilizaban limitadamente, si bien en forma directa, la información de Xinhua, pagando un abono muy bajo o no pagando y **generalmente acreditando sus contenidos** en su cabecera de fechamiento como se suele hacer con otras agencias: “(AP)” o “(EFE)”.

En simultáneo a las nuevas posibilidades de **distribución que Internet y redes abrieron para los medios globales** y más allá de actividades con impulso previo (como la expansión internacional de *China Watch* o el avance de la TV internacional), la asunción de Xi Jinping en 2012 cambió notablemente este escenario.

Bajo su gobierno, por primera vez, **comenzaron a incluirse, producirse o coproducirse en medios mundiales y latinoamericanos, en forma sistemática, contenidos afines a China, bajo la dirección o auspicios de los medios globales chinos** y donde éstos pasaban a tener el control del mensaje.

Si hasta el momento China había **suministrado material** a los medios extranjeros para que lo utilizaran **libremente**, ahora se pasaba a **promover activamente tales contenidos**, muchas veces mediante **retribución económica** de los medios globales chinos.

Las inclusiones de **contenidos prochinos como si fueran publicidad** permitían vehiculizar la propaganda directa de Beijing en medios generales locales.

Hoy día es raro que un **gobierno**, en especial si es democrático, **lleve adelante este tipo de acción comunicativa en el extranjero, salvo en forma ocasional o para temas muy específicos** (promoción del turismo o búsqueda de inversiones) y con una clara indicación de su carácter publicitario.

En el caso chino, las objeciones son varias. Aun cuando se advierta de que se trata de **espacios pagados** o del uso de **contenidos chinos “positivos”** especialmente **provistos**

por la parte interesada, queda la cuestión sobre si es correcto contar una historia incompleta o con exclusión de otros hechos o voces.

Más todavía, cabe preguntarse si la inclusión de contenidos pagados no estará condicionando la independencia de la cobertura del mismo medio sobre China fuera de esos espacios.

En esto, cada caso es distinto. Hay muchos medios que reciben publicidad de **compañías transnacionales o del gobierno**, la presentan como lo que es y todo ello no les impide críticas ni afecta su cobertura económica ni política. Otros medios, en cambio, **hacen todo lo contrario**.

Finalmente, más allá de que no se condicione al medio, existe siempre un **ángulo ético**. En los 70, la firma estadounidense de relaciones públicas **Burson-Marsteller (hoy Burson)** realizó trabajos para **dictaduras militares sudamericanas**, particularmente para **Argentina**, los que derivaron en la publicación de suplementos de **propaganda** en diarios norteamericanos.

Las empresas involucradas se defendieron señalando que se trataba de **clientes que pagaban por el asesoramiento o la publicidad** —en este último caso indicándose que se trataba de un ‘espacio contratado’ por el respectivo gobierno—, pero este razonamiento **no convenció a todo el mundo** y provocó fuertes críticas.

En el caso de **China**, se vio que hace unos años varios diarios norteamericanos **decidieron discontinuar el suplemento pagado *China Watch*** en razón de críticas de **entidades de derechos humanos o de exiliados chinos** que sostenían la **inadmisibilidad ética** de recibir fondos para vehiculizar mensajes de un régimen como el chino.

De cualquier manera, **los casos de inclusión de contenidos chinos directos en medios mundiales**, basados en **acuerdos explícitos o tácitos**, que han tenido lugar en los últimos años, son **incontables**.

(Por “contenidos chinos directos basados en acuerdos” se entienden en este texto a aquellos que están suministrados por fuentes chinas y son incluidos **sin edición, chequeo o contrapeso** y son parte de la **narrativa del gobierno-partido de China**, o son **funcionales a dicho mensaje**, medie o no una contraprestación económica o de otro tipo.)

Por esa razón, **solo analizaremos en forma minuciosa esa inclusión y los acuerdos correspondientes en los casos de países de América Latina** (—ver, más adelante, el **Capítulo 10—**), sin perjuicio de examinar algunos **ejemplos variados** del resto del mundo en los próximos apartados.



3) PUBLICIDAD DIRIGIDA

El tercer elemento de este programa es la publicidad dirigida. Bajo este título incluimos todas las publicaciones, entrevistas y colocaciones de artículos que se produzcan en el transcurso del programa. En nuestra introducción, nos comprometemos a un programa de comunicaciones que apoyará a la Argentina en términos de demostrar la estabilidad nacional a tiempo de lograr los objetivos de:

1. Atracción de las inversiones extranjeras y desarrollo industrial;
2. Expansión de las exportaciones;
3. Promoción del turismo;
4. La promoción del entendimiento de los actos y políticas del gobierno.

Documento de la consultora de relaciones públicas Burson-Marsteller de 1976 que proponía realizar “publicidad dirigida” con noticias positivas sobre el gobierno militar argentino de la época para “demostrar la estabilidad nacional” (María Teresa Piñero, <https://www.archivosenuso.org/viewer/3477>).

Casos seleccionados: inclusión de contenidos en África

África es seguramente el continente donde China ejerce hoy la mayor influencia diplomática, económica y comunicacional.

Xinhua tiene intercambios de información con varias agencias informativas africanas, las que usan el material de distinto modo: el más obvio es incluir en sus flujos noticias sobre China, aunque no siempre contextualizadas o balanceadas.

Más aún, algunas de esas agencias emplean a Xinhua también para dotar de contenido a gran parte de sus secciones internacionales, absorbiendo y difundiendo así una visión del mundo correspondiente al gobierno de Beijing y el PCCh.

Y al mismo tiempo, esos servicios de agencias africanas suelen ser tomados por muchos medios nacionales o de países vecinos, ante su bajo costo o la carencia de otras fuentes.

Casos particulares pueden ser, en los países angloparlantes, las notas de Kenyan News Agency (KNA) (acuerdo con Xinhua en los 2010s), Ghana News Agency (GNA) (2010s), News Agency of Nigeria News (NAN) (2019) y Zambia News and Information Services (ZANIS) (2023). Todas estas agencias son de propiedad estatal.

Existe asimismo un arreglo con la privada African News Agency (ANA) (2015), esta última de un grupo económico —Independent Media/Sekunjalo— que trabaja con China (—ver, más adelante, el apartado *Inversiones chinas en compañías de medios no étnicos*—).

“La reutilización de material de (...) Xinhua en la prensa ghanesa, con notas que cubren temas más allá de China, es un verdadero éxito para la diplomacia pública china”, dice el autor Michael Serwornoo.

En cuanto a naciones francoparlantes está el acuerdo con la privada Seneweb (2017) y con la oficial Agence de Presse Sénégalaise (APS), las que también tienen cierta proyección regional.

Numerosas cadenas de TV africanas, especialmente las estatales, tienen entendimientos con Xinhua o CMG para incluir en sus transmisiones **material audiovisual periodístico o de ficción**: desde acuerdos de hace una década y media, como el firmado con Kenia (2011), posteriores como los de Senegal o Zambia y los más recientes, como el celebrado con Etiopía (2025).

Dentro de un continente donde **los intereses chinos ya son fuertes**, un foco particular se encuentra en Kenia. En su capital, Nairobi, se genera la señal de la televisora global china CGTN Africa. También existe una importante oficina de Xinhua y se editan **medios impresos/portales chinos** para el continente.

Channel 1 TV KBC (estatal, uno de los más vistos del país), retransmitió por años el programa periodístico *Africa Live*, de lunes a viernes de 23 a 24. Es el espacio central de CGTN Africa que durante mucho tiempo condujo la periodista keniana Beatrice Marshall. Actualmente, KBC retransmite otros programas de la señal china.

Marshall es considerada la **principal periodista televisiva del país y era figura central en la KBC** y luego en la privada KTN hasta que fue contratada por CGTN Africa.

Además, Xinhua concertó un acuerdo con Nation Media, el más importante grupo privado de Kenia y que actúa asimismo en Tanzania, Ruanda y Uganda y posee **diarios y emisoras de radio y TV**.

En 2024 un sitio y canal de YouTube llamado DURban TV, en la ciudad del mismo nombre de Sudáfrica, anunció el lanzamiento de un “canal” llamado ChinaVU, con contenido relacionado con China, suministrado por CCTV+ de la TV nacional china.

El medio publica irregularmente videos de acontecimientos empresariales locales y parece una operación pequeña, pero se indicó que el **CMG estaría asociado a la iniciativa**. Sin embargo, a mediados de 2025 el sitio de DURban TV no mostraba ningún contenido al respecto.

Pese a la intensa actividad mediática china, encuestas de la respetada entidad **Afrobarometer** muestran que la opinión favorable sobre China tuvo una **disminución** en el continente si se considera un periodo continuado de **una década**. En varias naciones de África, pasó del **63% (2015)** al **59% (2020)** y subió **muy levemente al 60% (2025)**.

(En 2020, Estados Unidos tenía también **59%** y Rusia **38%**, pero en 2025 cayeron respectivamente al **53%** y al **36%**. En todas las mediciones de Afrobarometer, es el promedio de 18 países en 2015 y 2020 y el de 29 naciones africanas en 2025.)



Logo del Channel 1 KBC (Kenia)

Casos seleccionados: inclusión de contenidos en Occidente desarrollado y Asia

La influencia de los medios globales chinos puede llegar por distintas vías a Occidente. En los Estados Unidos, el sitio de **Microsoft News (MSN)**, que tiene un alcance mundial, realizó acuerdos de intercambio de material con Xinhua, como lo hace con otras agencias occidentales (**AP**, **Reuters**) o con diarios y otros portales.

Pero los textos de Xinhua, pese a contener la indicación de origen, podían salir en **MSN** con titulares abiertamente propagandísticos como *“Xinhua Headlines: Tibet makes great strides in 70 years after peaceful liberation”* (*“Titulares de Xinhua: Tibet logra grandes avances en 70 años luego de su pacífica liberación”*) (MSN, 27.05.2021, citado por John Dotson en un artículo de Jamestown Foundation).

En Europa, un programa en inglés llamado *“China Hour”* se transmitió entre 2016 y 2022 a través de la plataforma **Sky TV del Reino Unido**, con horarios variables, que oscilaron entre dos horas diarias hasta una hora semanal.

El espacio presentaba temas de **cultura y arte chino**, comida, turismo y tópicos de estilo de vida, aunque también se utilizó para ubicar **documentales, telenovelas y ficciones chinas**. Uno de sus segmentos estaba conducido por **Lucia Guo**, la esposa china del parlamentario conservador **Jeremy Hunt**.

El programa no bajaba línea política, pero durante la pandemia transmitió la serie documental *Lockdown Wuhan*, realizada por la TV china y que justificaba la conducta del gobierno sin críticas ni pareceres opuestos.

“China Hour” era coproducida por **CITVC**, una subsidiaria de la estatal **CMG** y la compañía local **Dove Media**. El espacio fue mencionado varias veces en los medios globales chinos con notas enjundiosas.

“Trevor Wicks, un asesor financiero, dice que se ha cambiado [de compañía de TV paga] solo para poder mirar ‘China Hour’, que lo ayuda a entender más sobre la cultura china y la historia (...) ‘Me ha ayudado para mi proyecto en Shanghai’”, publicó China Daily (02.06.2020).

Una nota del *Shanghai Daily* de 2016 informaba que el programa había comenzado a emitirse en **versiones locales en Sudáfrica, Nepal y Vietnam** y que había planes “el próximo año” de lanzarlo en **Rusia, Serbia y Myanmar**. En 2018 se transmitió en **Porto Canal**, una televisora privada de la ciudad de Oporto, en **Portugal**.

Cuando Italia se integró a la **IFR** firmó con China una serie de acuerdos. Uno de ellos, más allá de la renovación de los intercambios de contenido de uso libre, estableció que la **agencia noticiosa ANSA** ofrecería un **servicio especial de noticias de Xinhua en italiano**.

El servicio comenzó en 2019 y consistió en la transmisión de **50 notas diarias de Xinhua en el mismo circuito de cables** (canal de comunicación y sitio de Internet) de **ANSA**, que emitía aproximadamente, en forma cotidiana, 1000 notas en italiano y cerca de 300 historias diarias en cada uno de sus idiomas (español, portugués, árabe y alemán).

ANSA es la agencia de noticias más importante de Italia, una cooperativa de los 40 principales diarios italianos (con algún apoyo oficial que no afecta su independencia) y es una de las **seis más importantes y de cobertura global de Occidente**.

Si bien **ANSA** se limitaba a ser una **vía de distribución** y la responsabilidad editorial de cada nota de Xinhua se indicaba como tal, era la **primera vez que una agencia occidental de la jerarquía de ANSA celebraba un convenio de este tipo con Xinhua**, que no tenía reciprocidad (notas de ANSA en el servicio de Xinhua).

El convenio, que seguramente implicaba un **trato económico**, recibió críticas porque podía interpretarse como una convalidación de ANSA a la propaganda china, aun cuando la agencia italiana señaló que **no afectaría su cobertura normal** del país asiático.

Sin embargo, el sitio *decode 8* indicó que **tras la invasión de Rusia a Ucrania**, el apoyo creciente de **China a las acciones de Moscú** puso a la agencia en una posición incómoda.

Pero, más que nada, la **presión sobre ANSA del entonces primer ministro Mario Draghi** —que creía que el acuerdo era “moralmente” inaceptable— llevó a la cancelación del convenio, sin mayor publicidad, a mediados de 2022, según el medio web.

No obstante, la estatal **RAI** había firmado el mismo 2019 un **instrumento de intercambio con CMG, que se mantuvo vigente**. Entre 2017 y 2019 se suscribió un acuerdo similar entre Xinhua y AGI, una agencia italiana menor. Tras la cancelación de ANSA, los cables de Xinhua en italiano pasaron en 2022 a otra agencia pequeña, Nova.

En **Asia**, la señal noticiosa de TV con sede en Bangkok, **Tailandia, TNN24**, inició en 2014 un programa económico y de “oportunidades de inversión” coproducto con Xinhua, **China Report**.

TNN24 —que transmite en tailandés (thai)— es un 70% de un importante **grupo privado local** que además tiene fuertes inversiones en China, mientras que el 30% restante corresponde a **Telenor**, la compañía de telecomunicaciones de Noruega.

También en **Tailandia**, Xinhua inauguró en 2019 una agencia subsidiaria con un **servicio nacional en thai**, que consiguió una buena cantidad de abonados, pese que la agencia estatal **Thai News** ya tenía desde 2015 un entendimiento de intercambio de contenidos.

Por su parte, el consultado portal en inglés **Khaosod**, del diario general en thai del mismo nombre, suscribió un acuerdo de intercambio con Xinhua igualmente en 2019.

En **India**, nación que no tiene buenas relaciones con China, la agencia **United News of India (UNI)**, firmó un convenio de intercambio de textos y contenidos con Xinhua en 2018. Es la segunda agencia del país, después de la histórica **Press Trust of India (PTI)**.

En 2019, el director de la agencia de **Vietnam, VNA**, con una larga relación con Xinhua y **coincidencias ideológicas**, expresó “*su agradecimiento a Xinhua por su ayuda a VNA por medio de la provisión de equipos y la capacitación a reporteros y editores*”.

Los autores Ryan Loomis y Heidi Holz aseguran que entre 2015 y 2020, la radiotelevisión provincial de la región autónoma de Guangxi **ha doblado más de 200 programas chinos de TV** al idioma de **Laos**, para ser exhibidos en ese país del sureste asiático. En 2019 se lanzó la primera coproducción de cine entre ambos países

Otros acuerdos que se firmaron entre Xinhua y entidades de distintos lugares del mundo fueron —entre muchos— con **KPL**, agencia informativa también de Laos (2015), **Daily News Egypt**, único diario en inglés de **Egipto** (2018), **Radio Belarus (Bielorrusia)** (2018), la agencia **BTA (Bulgaria)** (2023) y **Jiji Press**, agencia de noticias económicas de **Japón** (2025).



Así se ve la sección de Xinhua que la agencia italiana Nova ofrece en su sitio web (captura de pantalla 23.08.2025)



泰華傳媒
Xinhua Thai Service

ABOUT US

สำนักข่าวซินหัวเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนระดับชาติ ของสาธารณรัฐประชาชนจีน องค์กรก่อตั้งเมื่อปี 1931 ปัจจุบันเป็นสำนักข่าวระดับโลกที่มีสำนักงานสาขาและผู้สื่อข่าวกระจายอยู่ในทุกเมืองของประเทศจีนและหลายประเทศทั่วโลก สำนักข่าวซินหัวมีการรายงานข่าวเป็นภาษาต่างประเทศหลายภาษา เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน รัสเซีย ญี่ปุ่น

สำหรับบริการข่าวสารภาษาไทย ของสำนักข่าวซินหัวเปิดตัวครั้งแรกในปี 2019 บนเว็บไซต์คลังข่าวของสำนักข่าวซินหัว และเว็บไซต์ XinhuaThai.com โดยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนและเรื่องราวจากทั่วโลกในรูปแบบข่าวที่แปลเป็นภาษาไทย กว่า 2,000 ข่าวต่อเดือน โดยมีข่าวทั้งในรูปแบบข่าวทั่วไป ภาพข่าว และคลิปวิดีโอ

Contact us: xinhuanewsthailand@gmail.com



泰華傳媒
Xinhua Thai Service

SOBRE NOSOTROS

La Agencia de Noticias Xinhua es el medio de comunicación nacional de la República Popular China. Fundada en 1931, es actualmente una agencia de noticias global con sucursales y reporteros en todas las ciudades de China y en muchos países del mundo. Informa en varios idiomas, como inglés, francés, español, ruso y japonés.

El servicio de noticias en tailandés de la Agencia de Noticias Xinhua se lanzó por primera vez en 2019 en el sitio web de archivo de la Agencia de Noticias Xinhua y en XinhuaThai.com. Presenta noticias sobre China e historias de todo el mundo en formato tailandés, con más de 2000 artículos al mes, incluyendo noticias generales, fotos y videoclips.

Sitio de la subsidiaria de la agencia de noticias Xinhua en Tailandia, que ofrece noticias en thai (arr) con su traducción al español por inteligencia artificial (aba) (captura de pantalla).

Inversiones chinas en compañías de medios no étnicos

El proveedor de TV satelital DTH chino **StarTimes**, que opera en África, produce algunas señales de entretenimiento con contenidos de terceros (películas, deportes, etc.), pero se trata **principalmente de una compañía de distribución** (—ver, más atrás, el apartado *StarTimes: China distribuye en África—*).

En el sudeste de Asia **empresas chinas han comprado algunos portales importantes**, que si bien ofrecen sus servicios a audiencias domésticas **no dejan de ser allí medios de menor influencia que los tradicionales**.

Por otra parte, compañías chinas vinculadas con el gobierno/PCCh han adquirido o montado **medios étnicos chinos en varias naciones del mundo**, generalmente desconocidos por la inmensa mayoría de la población.

Muy distintas a estas situaciones —ya tratadas en otros apartados de este trabajo—, pero bastante **más impactantes** son los casos en que **capitales chinos adquieren la propiedad total o parcial de compañías de medios *mainstream* y no étnicas en cada país (o de actuación internacional)**.

Los casos conocidos son pocos, aunque de bastante relevancia, y también comenzaron luego de la asunción de Xi Jinping en 2013. De ellos, dos continúan al día de hoy (Sudáfrica y España-internacional) y uno no se mantuvo (República Checa).

Independent Media, de Sudáfrica, es un grupo de diarios que en el pasado había estado a cargo de una compañía irlandesa y que se manejaba con relativa neutralidad en asuntos locales. En 2013, el conglomerado fue comprado por un fondo de inversión de un empresario local junto a dos compañías chinas.

Es el **segundo grupo de comunicación del país** y publica entre otros *The Star* y *The Independent* (Johannesburgo), *Cape Times* y *Cape Argus* (Ciudad del Cabo) y *The Mercury* (Natal). Tiene un **portal con contenido de estos diarios** (Independent On Line, IOL) y cuenta desde 2015 con una **agencia de noticias** (African News Agency, ANA, con sede en Cape Town -Ciudad del Cabo-).

La mayoría de Independent Media es del fondo **Sekunjalo**, con inversiones en distintos sectores y bajo la propiedad de **Iqbal Survé**. Se trata de un médico y empresario local de un alto y controversial perfil, con vínculos con **Jacob Zuma**, el también polémico expresidente del país (2009-2018).

Zuma se ha visto desacreditado por **acusaciones múltiples de corrupción y tráfico de influencias**, pero en los últimos tiempos ha logrado cierto **renacimiento político** con un partido propio.

Survé adquirió el 80% de Independent Media con un **préstamo gubernamental** otorgado bajo los auspicios de **Zuma**, que al parecer no devolvió en su totalidad. En la transacción participaron asimismo **China International Television Corporation (CITVC)**, subsidiaria de **CMG** y el **China-Africa Development Fund**. Ambas son del estado chino y se quedaron con el 20% del grupo mediático.

Los medios de **Survé** no sólo vehiculizan con o sin atribución **contenidos chinos** (Xinhua o audiovisuales del CMG) sino que además han **impuesto parámetros editoriales**. Por ejemplo, en 2018 se canceló intempestivamente la columna del escritor **Azad Essa** tras criticar las **detenciones masivas** de los uigures y otras minorías en China.

La **agencia ANA**, de Independent Media, tiene una sección en su sitio de Internet destinada reproducir un **gran volumen diario de fotos y cables en inglés de Xinhua** con noticias internacionales.

(La agencia no debe ser confundida con otra que tiene el mismo acrónimo, pero con el nombre Africa News Agency —en lugar de *African*—, concentrada en temas económicos y con sede en Kigali, Ruanda.)

Considerado un **protegido político de China**, Survé ha sido también cuestionado por usar sus medios para obtener **ventajas comerciales** para sí mismo y se lo ha acusado numerosas veces de recurrir a *fake news*, falsos periodistas y ataques infundados.

El **Press Council** expulsó en 2024 a Independent Media de la institución por *“permitir a intereses empresariales [de las compañías de Survé] influir en la decisión editorial de publicar”* notas que atacaban a periodistas que investigan a Survé.

Para la institución, que agrupa a las entidades periodísticas sudafricanas, **Independent Media** incurría así en un **“conflicto de Intereses”** en violación de los estatutos del Press Council.

El investigador Herman Wasserman, de la University of Cape Town —citado por *The Economist*—, dijo en 2022 que Independent Media practicaba el llamado **“blanqueo de información”** para **generar estados de opinión artificiales**.

“Por ejemplo, publica un artículo de una agencia de noticias china sobre la conspiración de los ‘biolaboratorios’ y luego consigue que un líder estudiantil de izquierda escriba un artículo expresando su preocupación por los supuestos ‘biolaboratorios’”, expresó.

Luego, *“las agencias de noticias chinas lo utilizan para escribir sobre la preocupación de los sudafricanos por el tema, inventando así una ‘historia’ de la nada”,* indicó [subrayados propios].

La **participación china en Independent Media continúa en la actualidad**, aun cuando las actividades de Survé han sido investigadas por presuntas irregularidades. En 2023 Survé fue condecorado por Rusia por *“su contribución a los BRICS”*.

En **República Checa**, su presidente entre 2013 y 2023, **Miloš Zeman**, inició su mandato como socialdemócrata, pero a los pocos años comenzó a inclinarse al **populismo y a posturas “euroescépticas”**. Mientras tanto, su gobierno era criticado también por lo que algunos veían como un exceso de **influencia china y rusa**.

El CEO de la privada **CEFC China Energy**, **Ye Jianming**, fue designado por el propio Zeman como **asesor presidencial** en 2015, a la vez que la compañía china invertía masivamente en el país y no solo en energía. Lo hizo además en distintas empresas checas, hasta en un **equipo de fútbol**. Algunos informes aludían a la compañía como **cercana al EPL**.

CEFC adquirió en aquel año la mitad accionaria de **Empresa Media**, que operaba **TV Barrandov** —una cadena situada en el cuarto o quinto lugar de las mediciones— y las revistas *Instinkt* y *Týden*.

Según un estudio de MapInfluenCE, a partir de entonces no solo **no se registraron menciones negativas** de China en estos medios, sino que también desaparecieron las

menciones neutras. Más aún, la totalidad de la cobertura sobre China se transformó en positiva.

Al mismo tiempo, cambió la agenda temática: la *Iniciativa de la Franja y la Ruta* fue cubierta en un grado mucho mayor que en el resto de los medios checos.

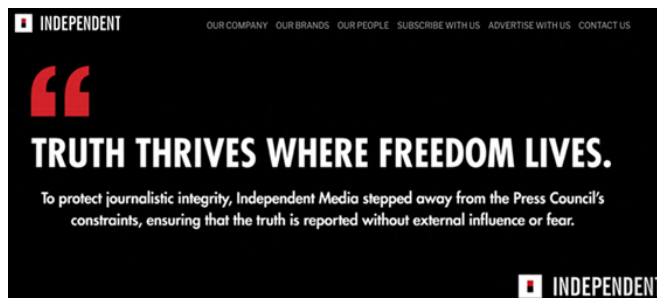
La inversión de CEFC en la compañía de medios checa fue retirada en 2017. Al año siguiente, Ye fue detenido en China acusado de sobornos y corrupción y en 2020 CEFC fue declarada en quiebra, con lo cual cesó sus actividades en el país asiático y en el resto del mundo. Condenado, Ye continúa en la cárcel. Empresa Media y el canal de TV se encuentran hoy en la República Checa bajo otros propietarios.

Por otro lado, Mediapro es una empresa con sede en España pero con mayoría de capital chino desde 2018, que es titular de importantes derechos deportivos.

Opera la señal deportiva **Golplay** y varias plataformas OTT en la península, mientras en **Argentina** está a cargo de las señales de **Fox Sports**. Adicionalmente, produce contenidos audiovisuales documentales y de ficción en distintos países. Su caso será analizado separadamente (–ver, más adelante, el apartado *Mediapro: chinos, catalanes, fútbol y series en España, Argentina y otros países*–).



La red de TV checa cuya mitad accionaria fue adquirida en 2015 por una empresa privada china que, según informes, era cercana al EPL.



La African News Agency de Independent Media, la importante empresa de medios sudafricana de Iqbal Survé que es propiedad en un 20% del gobierno chino (der).

Independent Media dice que “se apartó” del Press Council (asociación de prensa) de Sudáfrica para “proteger la integridad periodística”, cuando en realidad el Council expulsó al conglomerado por promover ataques comunicacionales contra periodistas que investigaban a Survé (izq).

Mediapro: chinos, catalanes, fútbol y series en España, Argentina y otros países

Mediapro fue fundada en **Barcelona** en 1994 por un grupo de productores de TV catalanes. Comenzaron a hacer algo que no se estilaba: comprar los **derechos de la televisión del fútbol** para emitirlos ellos mismos o revenderlos a otros medios, muchas veces produciendo las transmisiones.

De a poco, se convertirá en una de las **productoras más grandes de Europa** y terminará manejando la mayoría de los **derechos de fútbol en España**, una parte de los de **naciones europeas y de América Latina** y algunos derechos de **otros deportes**, así como también señales de TV y plataformas digitales deportivas.

Mediapro llevará a cabo asimismo producciones de cine y televisión no relacionadas con el deporte. La empresa matriz del todo el grupo adoptó el nombre **Imagina Media** (hoy día es **Joye Media SL**).

En 2006, junto con socios españoles y latinoamericanos (como la mexicana **Televisa** y **Albavisión** —Remigio Ángel González—), lanzaron una nueva red de TV generalista en España: **laSexta**, pero terminó siendo vendida a su rival Antena 3 en 2012. Mediapro, no obstante, conservó alguna participación en sus programas por varios años.

Entre 2015 y 2018 Mediapro estuvo asociada con **BeIN Sports** (subsidiaria deportiva creada por **al-Jazeera** y luego a cargo directo de la **familia real qatari**) para operar la señal **BeIN Sports España**, que transmitía el fútbol ibérico.

En 2018 el **fondo de inversión chino** con sede en **Hong Kong**, **Orient Hontai Capital (OHC)**, adquirió la mayoría de **Imagina Media/Mediapro**: el 53%. Hasta entonces, sus acciones estaban en manos de los **fundadores españoles**, con participaciones del grupo de publicidad británico **WPP** —el más grande del mundo—, de **Televisa** y de otros.

Del mismo modo que en algunos casos de acercamiento entre medios latinoamericanos y China (—que se analizan, más adelante, en el **Capítulo 10**—), es sintomático que el **fundador y director de Mediapro por casi 30 años**, **Jaume Roures** y a quien se consideró como el “**rey del fútbol**” español, con un enorme poder dentro y fuera del sector, fuese miembro en los años 70 de **Liga Comunista Revolucionaria (LCR)**.

LCR era un grupo trotskista español, obviamente clandestino durante el franquismo. Después actuó legalmente, **convergió con el maoísmo** y terminó disuelto.

Roures, además, fue a trabajar en los 80 con los **sandinistas en Nicaragua** y en España fue acusado de prestar ayuda al **grupo terrorista vasco ETA** (“Uno de los ‘etarra’ detenidos en Barcelona participó en el secuestro de Orbegozo”, *El País*, 03.07.1983).

Todavía un año antes que **Mediapro** fuera comprada por el fondo chino, **Roures** dijo al diario madrileño *El Mundo* “**soy trotskista**”, lo que ha repetido antes y después de distintas maneras y pese a tratarse de un **magnate millonario de una compañía multinacional** que gestiona rentables derechos.

En cuanto a cine, **Mediapro** coprodujo desde la película **Comandante** sobre la vida de **Fidel Castro**, dirigida por Oliver Stone (2003) hasta **Midnight in Paris** de **Woody Allen** (2011). La argentina **Iluminados por el fuego** (historia ficcional de un soldado en la guerra de Malvinas, 2005) es otro largometraje coproducido por Mediapro.

Política: manual de instrucciones, es una documental de Mediapro de 2016 sobre la formación del grupo de izquierda radical **Podemos** y la trayectoria de su líder **Pablo Iglesias**. Previamente, **Mediapro y Roures** le habían facilitado a Iglesias de distintas formas el acceso a los medios.

Todas estas producciones tuvieron lugar **antes del ingreso chino en Mediapro**, pero con posterioridad a dicha transacción y después de que **Iglesias** se retirase de la política, el

controvertido exlíder de Podemos inauguró en 2023 **Canal R(e)d**, con el con el **apoyo “personal” de Roures**.

Se trata de una **televisora “militante”** en abierto en la TV digital terrestre (Canal 48.4 TDT MUX Madrid).

Con **Roures ya alejado de Mediapro**, la empresa siguió produciendo contenidos audiovisuales no deportivos. Por ejemplo, a través de la **subsidiaria uruguaya Cimarrón**, se asoció con la israelí Dori Media Group para filmar **Objetivo AMIA**.

Es una serie actuada sobre el atentado contra la entidad judía del mismo nombre en **Buenos Aires** hace tres décadas y que **se estrenó en Argentina y Uruguay en 2025**. Está rodada en ambas naciones y en Israel, con **varios actores del Río de la Plata**.

Cuando Mediapro fue adquirida por el fondo chino OHC en 2018, tenía unos **60 estudios de producción, más de 50 unidades móviles** (HD y 4K) —primera flota de unidades móviles en España y la segunda de Europa—, así como una red de periodistas deportivos en España y Portugal. Al mismo tiempo ofrecía **servicios de transmisión vía satélite** desde centros en **Madrid, Barcelona, Miami y Sofía**.

La participación del fondo chino **llegó en 2021 al 80%**. En ese año **OHC** pasó a ser controlada por el **millonario chino Tang Hao**, residente en Hong Kong y quien utiliza desde entonces, a su vez, al fondo **Southwind Media**, registrado en Singapur, como su vehículo inversor.

A través de este último, invirtió también en **Spotify** y otras aplicaciones, así como en un **periódico dedicado al béisbol y otros deportes** en los Estados Unidos. La relación del magnate con Beijing, sin embargo, **no es evidente ni precisa**.

Tang, hasta el momento desconocido en España, **hizo aportes que salvaron de la quiebra al grupo mediático con sede en Barcelona**, aquejado por una **enorme deuda**.

En 2023, el nuevo inversionista chino forzó la salida de **Roures** como **CEO de Mediapro**. La posición del **directivo “trotskista” y “rey del fútbol”** quedó muy debilitada tras la enorme deuda y casi caída de la empresa.

Roures vendió por su lado el 5% de propiedad que le quedaba, con lo cual **OHC**, vía **Southwind Media**, **alcanzó el 85%** de las acciones. Como nuevo director quedó el otro fundador, **Tatxo Benet** (a su vez retirado en 2025).

Poco antes, en **2022 Mediapro adquirió el canal deportivo Fox Sports Argentina**. The Walt Disney Company, titular de **ESPN** en los Estados Unidos, había comprado las señales regionales y nacionales de **Fox Sports Latinoamérica** como parte de una transacción más amplia. En casi toda América Latina la marca **Fox** fue eliminada y sustituida por la de **ESPN**.

En Argentina, el organismo antimonopolio CNDC dispuso que **ESPN** (Disney) vendiera a terceros las señales de **Fox** (ambas tenían derechos deportivos que tras la fusión quedarían en poder de una sola entidad). Fueron entonces compradas por **Mediapro**, que les mantuvo como marca **Fox Sports Argentina**.

La titularidad de **derechos deportivos europeos y latinoamericanos**, entre ellos los del fútbol español y la Copa Libertadores, le permite a **Mediapro** televisar estos eventos en

su tradicional señal española **Golplay** y, desde su incorporación, también en las señales de **Fox Sports Argentina**.

Adicionalmente, en ambas transmite **programas periodísticos deportivos** producidos en forma local.

Mediapro posee asimismo en España tres **plataformas OTT** (con emisiones en directo y VoD): **GolStadium** (lanzada en 2011 con fútbol y otros deportes y en la cual igualmente se puede observar la señal Golplay), **Ubeat** (desde 2018, con “música urbana”, eSports y videojuegos) y **BarTV** (para lugares públicos).

Además de sus propios medios audiovisuales, **gestiona algunas señales y OTT de terceros en España y en Colombia**. También produce **películas y programas de TV en España y otros países**, a la vez que distribuye mundialmente audiovisuales y formatos propios y de terceros.

En varios **países latinoamericanos**, ofrece servicios satelitales y unidades móviles, mientras en **Argentina y México** cuenta con subsidiarias dedicadas a realizar series y películas que trabajan con Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Disney+ y Paramount.

Las razones de la inversión china en **Mediapro** pueden haber sido **fundamentalmente comerciales**, e incluso la de promover en el exterior la **Superliga china** de fútbol. Desde 2019 Mediapro tiene una oficina en **Shanghai**.

Pero **el fútbol no logra despegar en China**, con lo cual tampoco puede concitar interés fuera del país. La oficina de Mediapro en **China** terminó promoviendo más a **LaLiga** (española) o al **fútbol latinoamericano**.

La **participación china en Mediapro** apenas se nota. Ni se advierten intentos de **intervenir en sus contenidos** que son en buena parte deportivos, mientras que en documentales y ficciones existe mucho **margen de autonomía para sus productoras nacionales** (**Mediapro Studio**, como las de **Argentina y México**) y otras unidades menores. De hecho, era el retirado Roures quien **más contribuía a imprimir sus inclinaciones** en la **producción de contenidos no deportivos** en su momento.

Sin embargo, a veces pueden aparecer declaraciones o gestos reveladores en cuanto a **estrategias o contenidos vinculados con China**.

Cuando tuvo lugar la compra de 2018, el consejero delegado del fondo chino, **Tony Ma**, dijo que era *“un paso crucial en la expansión internacional de **Orient Hontai Capital** en Europa, en el marco de (...) la **Iniciativa de la Franja y la Ruta**”* [subrayado propio].

En 2024, **Mediapro** anunció que había firmado un **acuerdo con CMG** para realizar **intercambio de contenidos y coproducciones**, en línea muy similar a convenios celebrados en los últimos años en América Latina y otros lugares.

En suma, las **señales y plataformas que hoy permiten ver el fútbol español en la península** y en otros lugares del mundo, así como las señales generadas en la **Argentina** con la marca **Fox Sports**, están a cargo de un poco conocido fondo de origen chino.

Los derechos para España y América Latina de **LaLiga** (España), la **UEFA Champions League**, la **Copa Libertadores** y las eliminatorias del Mundial de Fútbol de los países de la **CONMEBOL** y de la **CONCACAF**, entre otros, terminan siendo propiedad de esa misma compañía china.

Y finalmente, también corresponden a la citada empresa china la producción y los derechos —en forma total o parcial— de **varias películas y series** que se pueden ver en TV y plataformas.



Mediapro (arr cen) tiene por slogan “Somos lo que ves”, pero pese a tratarse de una empresa con sede en España, es propiedad mayoritaria del fondo de inversión chino Orient Hontai Capital (Hong Kong), que a la vez emplea como instrumento de inversión en tecnología, medios y telecomunicaciones a Southwind Media, legalmente registrado en Singapur (arr izq).

Cuenta con filiales en distintos lugares del mundo, entre otros en Argentina (arr der), donde opera la señal de TV paga Fox Sports (aba izq) y que es titular de derechos de televisión de importantes eventos, como la Copa Libertadores (aba cen).

Mediapro ha incorporado como parte de su red internacional a empresas como la productora audiovisual uruguaya Cimarrón —que en realidad es una subsidiaria de su unidad Mediapro Studio— con sede en la calle Vilardebó de Montevideo y sucursales en Argentina y México (aba der).

CAPÍTULO 10

INCLUSIÓN DE CONTENIDOS CHINOS EN AMÉRICA LATINA

Botes prestados: primeros acuerdos de intercambio con América Latina

Como ocurría con el resto del mundo, la relación de los medios globales chinos con América Latina había sido, por décadas, bastante limitada.

El propio flujo de comunicaciones se emitía a distancia desde China por agencias, radio y TV. Había, a su vez, un intercambio de Xinhua con agencias de noticias latinoamericanas —mantenido intermitentemente desde los 80— o con medios que utilizaban como meros suscriptores el contenido de la agencia noticiosa china.

Pero recién en la década de 2010 comenzó un contacto ‘cara a cara’ entre los medios de China y los de la región, así como la firma de acuerdos entre ambos.

Era la aplicación intensiva del principio de *“tomar prestado un bote para salir al océano”* que se formulará explícitamente a partir de 2015 (—ver, más atrás, el apartado *2018 a hoy: nuevas estrategias de los medios globales chinos—*).

Los convenios suscriptos casi siempre contemplaban un “intercambio” de programas o noticias. En la práctica esto se limitó principalmente a la *inclusión de contenidos chinos en medios de comunicación latinoamericanos* —antes inexistente—, así como la captación y capacitación de algunos comunicadores regionales por parte de China.

En 2011, la TV china nacional CCTV había convenido con Caracol TV (Colombia) y la cadena Bandeirantes (Brasil) el uso mutuo de “imágenes periodísticas”. Fueron los primeros acuerdos con medios latinoamericanos (excluyendo agencias y algunas retransmisiones previas), aunque tuvieron un carácter aislado y poca trascendencia.

Luego, el gobierno chino publicó en 2012 en Perú varios *inserts* pagados sobre el aniversario de la proclamación de la República Popular China o del establecimiento de relaciones diplomáticas con Lima. El presidente del país era el recién asumido Ollanta Humala, hoy condenado por recibir ilegalmente aportes del chavismo venezolano y de la constructora brasileña Odebrecht.

Los suplementos se incluyeron en el poco leído diario oficial El Peruano, al estilo de *China Watch* en Estados Unidos y Europa, aunque sin esa denominación.

Igualmente fue una acción aislada, pero estuvo motivada por dos razones. Por un lado, la importancia que Beijing le daba a la firma del *tratado de libre comercio entre China y Perú*, uno de los primeros con América Latina. Por otro, la relación de Humala con el chavismo venezolano, que, sin embargo, se diluyó ya hacia la segunda vuelta electoral de 2011 para culminar después en un giro hacia la derecha política.

La siguiente movida de los medios globales chinos en la región tuvo lugar en 2014 en Argentina y esta vez involucró a la agencia Xinhua, que suscribió un acuerdo con Radio del Plata y la señal 360TV de Buenos Aires.

Los medios eran propiedad de la empresa *Electroingeniería SA*, protegida y beneficiada por el kirchnerismo gobernante y que se referenciaba en Carlos Zannini, secretario general de la Presidencia argentina, en ese momento ocupada por Cristina Kirchner.

El kirchnerismo, versión del peronismo entonces en el poder, tenía para esa época relaciones políticas y económicas estrechas con el chavismo venezolano, así como con otros gobiernos y figuras del llamado ‘eje bolivariano’.

El acuerdo con la emisora y la señal de TV contemplaba, por primera vez en la región, que Xinhua no solo participaría del “intercambio de información” sino que además coproduciría programas audiovisuales con estos medios. No obstante, nunca se hizo efectivo. Ambos medios argentinos, muy dependientes de la publicidad oficial, fueron vendidos en 2016 tras el cambio de gobierno.

También había sido un acuerdo aislado y que muy probablemente se haya realizado a partir de los contactos de Zannini, quien en el pasado había militado en Vanguardia Comunista, el partido maoísta argentino que en los 70 recibió dinero de la propia Xinhua (—ver, más atrás, el apartado *Envíos desde la lejana Beijing—*).



Logos de la señal 360 TV y de su empresa madre, Electroingeniería SA, con sedes respectivas en las ciudades argentinas de Buenos Aires y Córdoba. 360 TV comenzó en 2011 y debió su existencia a la publicidad oficial discrecionalmente asignada. Electroingeniería SA era de amigos de Carlos Zannini, exmaoísta y Secretario Legal y Técnico de la presidencia de Cristina Kirchner.

El kirchnerismo entregó a esa última compañía extensos y rentables sectores del sistema eléctrico nacional, pese a iniciarse básicamente como un taller industrial pyme.

Tras el fin del gobierno de Cristina Kirchner, 360 TV fue vendida y finalmente cerrada. Las coproducciones de programas con Xinhua nunca se concretaron.

Electroingeniería SA debió desprenderse de sus actividades de red eléctrica.

Sus titulares estuvieron en prisión en 2018-19. Uno de ellos continúa imputado judicialmente por posibles sobornos en adjudicaciones de obras públicas.

Un medio de línea editorial y actuación muy diferente a los de Electroingeniería, el importante diario argentino *La Nación*, de centroderecha, suscribió un convenio en 2015 con el *Diario del Pueblo* “para distribuir contenido de ambas compañías en los diferentes productos de su portfolio multiplataforma”.

El entendimiento estaba seguramente influido por la circunstancia de que el citado medio chino había abierto una oficina en Buenos Aires el año anterior. En 10.2015 *La Nación* ofreció un suplemento de 16 páginas producido y pagado por la embajada por el 66 aniversario de la proclamación de la República Popular China.

De todas maneras, nunca salió ningún contenido propiamente del *Diario del Pueblo* en *La Nación*, si bien empresas chinas comenzaron desde ese momento a publicitar en el diario argentino y —posteriormente— también en su señal de TV.

Así y todo, *La Nación* fue muy crítica de los acuerdos firmados por el gobierno kirchnerista y que permitieron el establecimiento de la Estación de Espacio Lejano de China (comunicaciones con objetos espaciales remotos) en Bajada del Agrio, en la provincia

argentina del Neuquén. También de aspectos como la financiación china de represas o la asimetría del comercio bilateral e incluso publicó un editorial en 2022: “China, un socio peligroso”.

Previamente a *La Nación*, el *Diario del Pueblo* no había suscripto en América Latina acuerdos de este tipo y casi no los suscribirá después. Apenas celebró posteriormente dos entendimientos más —estos sí se concretaron— con un portal de izquierda de Brasil y un diario independiente de México, completando así una trilogía de las principales naciones latinoamericanas.

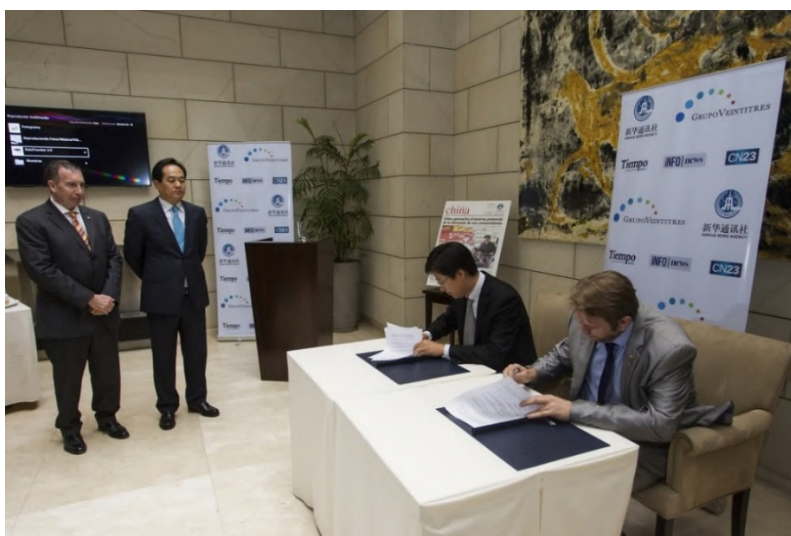
Fue en 2015 cuando comenzó una **política sistemática de Beijing** en la cual se efectuaron los primeros acuerdos sustanciales y con resultados concretos entre medios globales chinos y medios locales latinoamericanos (que no fueran meras suscripciones o intercambios entre agencias de noticias). Las entidades firmantes por el lado de China, en adelante, serían Xinhua o la TV global (CMG), con pocas excepciones.

Otra vez el escenario fue en la Argentina, que en ese momento atravesaba los últimos tiempos de gestión de Cristina Kirchner. Volvió a involucrar a la agencia Xinhua y a un grupo de medios privado muy identificado con el gobierno. Pero, esta vez, el acuerdo se hizo efectivo.

Tiempo Argentino de Buenos Aires publicó a lo largo de 2015 un suplemento de Xinhua con noticias chinas y lanzó el subsitio web *Portal a China*. La señal de TV de noticias CN23 transmitió también en ese año un segmento diario de noticias con videos y textos de Xinhua.

Aunque el espacio era breve e igualmente el canal CN23 duró poco, ese segmento informativo fue la primera coproducción audiovisual de la historia entre un medio latinoamericano y un medio chino.

Tanto el diario como la señal pertenecían al Grupo Veintitrés de Sergio Szpolski, un conjunto de medios de segunda línea con fines de propaganda oficialista y cuyo funcionamiento dependía casi por completo de la publicidad oficial. Las inclusiones, sin duda, eran a cambio de pagos de Xinhua.



Sergio Szpolski (extremo izq de la imagen), proveedor de propaganda al servicio del kirchnerismo y titular del desaparecido Grupo Veintitrés, con directivos chinos y de Xinhua durante la firma del convenio en 2015 (cuenta LinkedIn)

El hecho de que una **agencia de noticias compre o se asegure espacios para colocar su contenido en terceros medios** —y mucho más, como en estos casos, para **exaltar la imagen de su país de origen**— es una noción ajena al periodismo occidental.

Esta metodología **sigue siendo empleada por Xinhua hasta la actualidad**, tanto en medios **latinoamericanos** como en los de otras regiones del mundo.

Tras el cambio de gobierno en Argentina en 2015 el **Grupo Szpolski** perdió sus fuentes de financiación y **dejó de operar**. No obstante, el **medio escrito** se transformó en un **semanario cooperativo** de izquierda donde hoy se siguen publicando textos de Xinhua: en este caso no es claro si se realizan pagos.

Otro acuerdo más tuvo lugar en 2015, otra vez entre Xinhua y una red de medios **afín al kirchnerismo: el Grupo Indalo** (señal de TV de noticias **C5N** y emisoras AM/FM). En esta oportunidad, este grupo sobrevivió al cambio de gobierno de fines de ese año y conserva hasta hoy una **presencia importante** en el sistema de medios argentinos manteniendo su enfoque pro kirchnerista.

Sin embargo, en la década transcurrida **no se ha observado en Indalo un uso importante de contenidos de Xinhua ni de otros medios chinos**, salvo la publicación de cables aislados —en este caso, aparentemente, sin que mediaran pagos— en su diario económico **Ámbito Financiero**. Años después, **Indalo** suscribió acuerdos con **CMG** para realizaciones de televisión, que serán repasados posteriormente (—ver más adelante, el apartado **Argentina: coproducciones con Macri, Fernández y medios privados**—).

Otros acuerdos inusuales para una agencia de noticias son los que se realizaron con cuerpos legislativos, como el firmado en 2015 entre Xinhua y el **Senado argentino** para “intercambio de información cultural”. Idéntico arreglo se celebró con el **Senado mexicano** en el mismo año.

En el caso del **Senado de Brasil**, que tiene la peculiaridad de contar con una agencia de noticias, hay un acuerdo con Xinhua vigente de 2006, en el marco del intercambio entre agencias.

En todos estos acuerdos emerge claramente el **papel geopolítico y diplomático** que por momentos asume Xinhua y que ha sido indicado en párrafos anteriores (—ver más atrás, el apartado **Foros de “medios y think tanks”**—).

Otro convenio que se suscribió con un medio de **Brasil** tuvo claramente un componente ideológico. Podía ser considerado como una **continuidad** —y en la misma línea— del que se hizo con el sitio Argenpress.info (vigente entre 2006 y su cierre en 2015) (—ver, más atrás, el apartado **Xinhua en América Latina**—).

Este acuerdo se realizó en 2016 y está aún vigente: fue entre el **Diário do Povo**, la versión portuguesa del órgano del **PCCh** y el sitio de noticias **Portal Vermelho**, “*a esquerda bem informada*” que se proponía “*trabalhar para que venha logo a alvorada dos trabalhadores e povos da Terra*” (traer el amanecer a los trabajadores y pueblos de la Tierra).

Aunque funciona como un medio periodístico, con llegada a círculos de izquierda del país, Portal Vermelho es sustentado por el **Partido Comunista do Brasil (PCdoB)**, que en su momento fue **maoísta** y posiblemente subvencionado desde China con fondos que llegaban vía Xinhua o por otros medios.

En los 80 el **PCdoB rompió con Beijing** para enmarcarse en la línea de **Albania**. Finalmente, adoptó una posición más pragmática y volvió a **amigarse con China**. (No debe ser confundido con el Partido Comunista Brasileiro -PCB-, tradicionalmente prosoviético y hoy mucho menor.)

Portal Vermelho se suscribió después también a Xinhua (2019) y ya venía usando contenido de **Prensa Latina (Cuba)**. Las reproducciones de textos del *Diário do Povo* y de cables de la agencia china eran frecuentes y, por supuesto, eran naturalmente afines con la línea editorial del portal, siendo posible que **devenguen algún pago** a favor del medio o el partido.

El PCdoB es aliado del gobierno actual de **Lula** y su líder, la ingeniera **Luciana Santos**, es ministra de Ciencia, Tecnología e Innovación de Brasil.



Luciana Santos, en un video de Diário de Pernambuco y CRI, titular del PCdoB y hoy ministra de Ciencia, Tecnología e Innovación de la presidencia de Lula (captura de pantalla de Diário de Pernambuco, Recife).

Según reveló el *New York Times* en 2023, otro sitio web de noticias, ***Brasil de Fato (BdF)***, fundado en 2003 por integrantes del **MST**, el movimiento de “trabajadores sin tierra” que ha apoyado históricamente a Lula, recibió financiación de un empresario IT de Estados Unidos de origen indio que se define como **maoísta**, **Neville Roy Singham**. Su esposa, activista social, posee igualmente una **inclinación pro china**.

BdF, que incluye una emisora de radio online y una “radioagencia” de noticias, utiliza material de **Xinhua** y otras fuentes chinas. Cuenta además con un corresponsal en la nación asiática.

No se ha podido establecer el momento en que se inició esta financiación o el contenido chino, pero de todas maneras la narrativa china **se adecua a la línea editorial e ideología del medio y el MST**, muy influida por el marxismo rural.

De mayor visibilidad y con importantes montos económicos confirmados fueron las publicaciones que se hicieron en los **grandes diarios de Brasil**, sin que en estos casos hubiera afinidades ideológicas. Al menos desde 2016 *China Daily* comenzó a comprar desde Estados Unidos espacios en ***Folha de Sao Paulo*** y en ***O Globo*** (Rio de Janeiro).

Con la rotulación de “**conteúdo patrocinado**” (o equivalentes), estos diarios publicaban contenido similar al de ***China Watch***. No se trataba de suplementos como los de Estados Unidos (y los de algunos diarios argentinos desde 2016) sino de **páginas diseñadas como**

avisos. En 2019 se adquirieron también espacios en *Correio Brasiliense*, el principal diario de Brasilia.

Estos datos se conocieron debido a que por la aplicación de la ley de lobby FARA, en los Estados Unidos, *China Daily* debió publicar en 2020 una **lista detallada de sus actividades y sus gastos**, que incluían estas operaciones en **Brasil**. Figuraban otras de menor cuantía, no identificadas, en **Perú, Chile y Ecuador**.

Otra vez en **Argentina**, una serie de diarios —mayormente pertenecientes al **Grupo Uno (hoy América)**— comenzó a insertar en 2016 el suplemento *China Watch* (del *China Daily*) que para ese año salía en varios lugares del mundo, pero no en América Latina (—ver, más atrás, el apartado *China Watch: inserte su propaganda*—).

La inserción global de tales suplementos chinos, con pagos que en el mundo desarrollado podían llegar a **uno o varios millones de dólares anuales**, se redujo en los últimos años debido a protestas públicas, lo que llevó a muchos diarios norteamericanos o europeos a su cancelación.

La publicación de *China Watch* se mantuvo en Argentina, y aunque no se ha repetido en otros países de la región, sirvió para comenzar una **importante colaboración entre el Grupo América y China**.

El trabajo conjunto fue continuado luego con la realización de la serie documental “*Cerca y Lejos*” (2017), **primera coproducción integral documental** entre la TV china CGTN y un **medio latinoamericano**. Estas y otras actividades con el **Grupo América** serán abordadas en detalle posteriormente (—ver, más adelante, el apartado *Una trama china en Argentina: Vila, Manzano, Beijing y otros*—).

Al iniciarse el gobierno de **Pedro Pablo Kuczynski**, el canal público **TV Perú (IRTP)** firmó un acuerdo con **CGTN** (entonces **CCTV**) en 2016 que contemplaba coproducciones audiovisuales, capacitación técnica e intercambios. En 10.2016 el noticiero del canal estatal peruano emitió una nota titulada “*TV Perú llega en HD a China*” sobre la visita de directivos de IRTP a Beijing.

Pese al título de la nota y a que se habló de una “alianza estratégica” con “apoyo financiero”, **la TV peruana no se retransmitió en China**, no se abrió una oficina de la entidad allí, ni se obtuvieron fondos de cooperación para el sector.

Al mes siguiente TV Perú difundió **12 documentales** a lo largo de varios días en horario central. Todos fueron **producidos completamente por CCTV (CGTN)**, excepto uno que trataba sobre la relación bilateral “*China-Perú: construir puentes*”. En esta última, el canal público peruano suministró cámaras, periodistas y traductores, pero este aporte resultaba muy limitado para **considerarlo una coproducción plena**.

El gobierno de **Kuczynski**, de inspiración tecnocrática, terminó con la renuncia del mandatario en 2018. Como otros presidentes del Perú, estuvo detenido y fue procesado por cargos de **corrupción**. Sin embargo, y como se verá, la cooperación entre los **medios estatales del país y los de China** siguió adelante.

Con respecto a **Venezuela**, en 2016 se formalizó un acuerdo entre la **TV global china y Telesur**, la señal de TV continental con sede en Caracas, proyecto esencialmente del **gobierno chavista**, con una participación **minoritaria cubana**.

Dicho acuerdo convalidaba una **colaboración ya existente**, por cuanto el canal venezolano tenía desde sus orígenes una **narrativa naturalmente alineada con Beijing** tanto en asuntos chinos como internacionales. Además, empleaba material de CGTN y otros vehículos.

No obstante, desde ese año se realizó una primera coproducción entre China y Venezuela, el programa cultural ***Prisma*** (—ver, más adelante, el apartado **CGTN y Xinhua: cooperación con Venezuela y Cuba—**).

Los medios globales chinos han **apoyado fuertemente al chavismo** y al hoy defenestrado gobernante **Nicolás Maduro**, aun después de las **fraudulentas elecciones de 2024** y de la ola represiva previa y posterior.

Este apoyo se origina tanto por **afinidad ideológica** como por los **vínculos económicos** entre China y Venezuela. En 07.2025 **Maduro** le entregó en un acto público al director de Xinhua en Venezuela un ***“Manual para la nueva batalla comunicacional”***, supuestamente de su autoría.

En 2017, por otro lado, **CCTV** (cuya versión internacional es **CGTN**) y **Bandeirantes** firmaron un acuerdo más amplio que el que tenían en 2011. Algunas fuentes indican la realización de un convenio en 2015, que no ha sido confirmado.

Aunque estos arreglos dieron comienzo a **una duradera relación entre los medios globales chinos con el grupo privado brasileño**, recién a partir de 2019 estarán actuando en plenitud (—ver, más adelante, el apartado **Bandeirantes: red privada-comercial con posicionamiento geopolítico—**).

En otro orden, los principales canales de TV de la región, agrupados en la Alianza Informativa Latinoamericana (**AIL**), configuraron una **red de intercambio de noticias entre sí y con varias organizaciones audiovisuales mundiales**, incluso con **CCTV/CGTN**, según un acuerdo suscripto en 2017.

Si bien esta red está todavía vigente y desarrolla trabajos conjuntos (o comparte notas) entre sus integrantes en algunas coberturas internacionales, el intercambio de contenidos con China **no ha sido muy visible**.

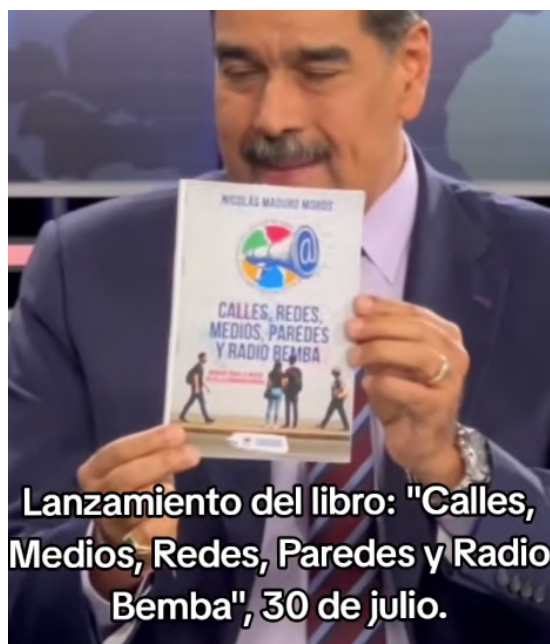
A esta altura, empezaba a quedar de manifiesto la **obsesión de los medios chinos de suscribir acuerdos** con la mayor cantidad de sus similares latinoamericanos, en forma acumulativa pero que en **muchos casos no se hacían efectivos** o tenían **resultados mínimos**.

De cualquier manera, la firma de acuerdos entre tales medios chinos y los latinoamericanos **registró una aceleración** a partir de 2018.

Fue el mismo año de la constitución del **CMG** y de la reorganización de los **medios globales chinos** y poco más de un año del discurso de Xi Jinping sobre relaciones mediáticas entre China y Latinoamérica (—ver, más atrás, los apartados **China Media Group: centralización** y **“Líderes de medios” China-América Latina—**).

En este periodo se generaron las más importantes realizaciones y coproducciones, con **buenos resultados** para los objetivos chinos.

Sin embargo, como se analizará posteriormente, el involucramiento con medios locales en América Latina parece haber llegado en los últimos dos o tres años a una etapa de impasse.



Lanzamiento del libro: "Calles, Medios, Redes, Paredes y Radio Bemba", 30 de julio.

Insólito: cuando era presidente Nicolás Maduro presentaba un libro supuestamente de su autoría: 'Calles, Redes, Medios, Paredes y Radio Bemba - Manual para la Nueva Batalla Comunicacional'.

El tema fue cubierto también por Xinhua y CGTN

(captura de pantalla de recorte de Telesur en Instagram, 25.07.2025, anunciando el lanzamiento para cinco días después).

CGTN y Xinhua: cooperación con Venezuela y Cuba

Telesur y CGTN coproducen hasta hoy y desde 2016 *"Prisma"*, "la cultura que nos ilumina". Es un programa semanal de media hora que se emite por ambos canales y que fue la primera realización conjunta entre la nación asiática y Venezuela.

Se presenta como de intercambio cultural con América Latina, pero en realidad la gran mayoría del espacio está dedicado a China.

Por las características de la realización, que carece de "bajada de línea" política, es extraño que se coproduzca con Telesur, ya que el foco de esa señal es más bien la propaganda militante.

Por otro lado, el portal web de Telesur ofrece una sección especial separada, en inglés y español, dedicada a textos de la agencia china, que primero se llamaba *Xinhua* y hoy se titula *"La ruta de la seda"*. Es el fruto de varios acuerdos firmados entre Telesur y la entidad china, el último de ellos en 11.2024.

Los contenidos de Xinhua y el alineamiento con China en los temas correspondientes se hacen presentes en todo el complejo bolivariano de comunicación estatal: la agencia AVN (con la cual Xinhua había firmado en 2015 un acuerdo de intercambio), Radio Nacional, el canal oficial Venezolana de Televisión (VTV) y el diario estatal de interés general *Correo del Orinoco*.

En Cuba, Prensa Latina volvió a suscribir acuerdos con Xinhua en 2016 y firmó por primera vez con CGTN en 2019 (contenidos de TV) y con China.org.cn en 2023 (intercambio de contenidos, coproducciones y capacitación). Desde 2023 y hasta hoy, el Canal Caribe (noticias) coproduce un programa diario con CGTN, *Contextos* (análisis).



Las “agencias aliadas” de la AVN, Agencia Venezolana de Noticias, entre las cuales está Xinhua (sitio web de AVN en 2025: años atrás figuraba también entre esos logotipos la agencia argentina Télam).

Argentina: coproducciones con Macri, Fernández y medios privados

Argentina es el país latinoamericano que más coproducciones documentales destinadas a la TV realizó con China.

Además de las elaboradas con el grupo privado América (—ver, más adelante, el apartado *Una trama china en Argentina: Vila, Manzano, Beijing y otros*—) están las que se realizaron con organismos estatales argentinos. Estas últimas tuvieron lugar tanto con el gobierno de centroderecha de Mauricio Macri (2015-2019) como con el kirchnerista de Alberto Fernández (2019-2023).

Las primeras coproducciones entre los medios públicos argentinos y los chinos tuvieron lugar en 2018 entre CGTN y TPA (Televisión Pública Argentina, hoy TVP), bajo la administración Macri.

“Sorprendente China”, “Sorprendente Argentina” y “China en una mano” (el recorrido de un periodista argentino por China tomando videos con un teléfono celular; producción guionada) se emitieron en aquel año tanto por el canal internacional chino como por el argentino.

Más allá de su carácter de coproducciones determinado por aportes conjuntos, en todos los casos se advertía que el control editorial y el guión estaban a cargo de Beijing.

Hacia el final del término de Macri, en 2019, comenzó a emitirse en TPA otra serie de programas: “Sorprendente ArgenChina”, con motivo del “70 aniversario de la República Popular China”.

Todas estas realizaciones, filmadas en Argentina y China con el formato documental, se centraban en temas de cultura, viajes, deportes, costumbres, etc.

Sin embargo, un segmento incluyó la **Estación de Espacio Lejano de China** en Argentina, cuya autorización y condiciones de funcionamiento provocaron controversia política en el país.

La serie no continuó en 2020 ni se efectuaron en forma inmediata nuevas realizaciones.

No obstante, en 2022, durante el mandato de **Alberto Fernández**, se llevó adelante otra coproducción audiovisual, **“Espejo de palabras”**, con cinco capítulos. En este caso fue entre **CGTN** y la agencia gubernamental de noticias **Télam** y trataba de la **relación entre China y América Latina**, no solamente Argentina.

Los temas de la realización fueron: “apertura económica”, medio ambiente, ciencia y tecnología, “diversidad cultural”, “revitalización rural” y combate a la pobreza. **La serie se emitió sólo por CGTN; no por la TVP (TV Pública)**, aunque sus videos están en YouTube.

Lo que llama la atención es que pese a la buena relación con los medios públicos argentinos en todo ese tiempo, **CGTN no haya conseguido incorporar su señal a la red de transmisores de la televisión digital terrestre argentina que funciona desde 2010** (TDA, operada por la empresa estatal ARSAT).

En esa red están alojadas **todas las señales estatales y muchas de las privadas nacionales** (estas últimas como “invitadas”). Pero también, desde hace años, hay señales internacionales netamente de **propaganda**.

Una de ellas es la rusa **RT**, igualmente “invitada” por el gobierno argentino desde 2014 y que continúa hoy. **Telesur** se incluyó a partir de 2011, fue cancelada en 2016, repuesta en 2020 y levantada otra vez en 05.2024.

En cambio, **CGTN** sí está en la red de **TV digital venezolana** o en transmisores digitales privados **mexicanos**.

La cooperación entre los medios públicos argentinos y **CGTN** fue **interrumpida** desde la asunción a la presidencia de **Javier Milei**, a fines de 2023.

En el campo de los **medios privados**, el acuerdo de **La Nación** con *Diario del Pueblo* pareció haber mutado a un **intercambio con Xinhua**. Una nota del 20.07.2020, **“Todos los socios y alianzas de contenido de La Nación”**, en la que se indica a BBC Mundo, *The Wall Street Journal* y varias otras, menciona por primera vez a **Xinhua**, aunque no al *Diario del Pueblo*.

De todas maneras, apenas se ven materiales de Xinhua en el medio argentino y no parece que tengan **ningún efecto en la cobertura del diario**, con una histórica línea **liberal-conservadora** pero a la vez muy amplia para cubrir temas.

Algo parecido puede decirse de **Clarín**, el principal **diario y grupo de medios argentino**, que tuvo en su sitio de Internet entre 2021 y 2022 una sección donde se colocaban textos de **Xinhua**, con el crédito de la agencia. La sección no ha reaparecido, si bien el medio continúa recibiendo como **suscriptor** el servicio, además de estar abonado al resto de las agencias mundiales importantes.

El diario no ha firmado acuerdos explícitos de “intercambio de contenidos” con medios chinos, aunque sí ha tenido **publicaciones patrocinadas**.

Entre otras, un suplemento de *Clarín* de 2021 sobre el centenario del PCCh **pagado por la embajada china en Buenos Aires** o, en 2022, una página comprada por la misma representación diplomática con un **artículo del embajador Zou Xiaoli** celebrando los 50 años de relaciones entre China y Argentina.

El autor Igor Patrick decía que el primer suplemento *“cumplía con altos estándares para tales inserciones”* (como un diseño de página distinto al del periódico regular y una **advertencia que indicaba contenido patrocinado**), pero que *“la misma meticulosidad estaba ausente en la versión digital”*, que **no tenía tales indicaciones**.

La pieza de 2022 —agregaba Patrick— presentaba una situación similar: en la versión papel se señalaba que era **contenido pagado y “producido por IDM Media”**, mientras esas acotaciones **no aparecían en la versión digital**.

Por otro lado, el mismo Patrick dijo que tras firmarse un acuerdo entre el **Grupo Indalo** y el **CMG** en 2021, la parte china quería que se transmitiera en la señal de noticias **C5N** un segmento coproducido **al menos una vez al mes**, a lo que el **grupo argentino se negó** por considerar que no se cuadraba con las preferencias de la audiencia.

Los contactos se interrumpieron hasta que en 2023 directivos de **CGTN** fueron recibidos por **C5N** y se habló de proyectos para *“seguir enriqueciendo la oferta informativa”*. Finalmente, **C5N** —que conserva una línea editorial afín al kirchnerismo— fue contratada para producir **notas** a un ritmo de dos por mes sobre **asuntos argentinos y latinoamericanos** de interés para **CGTN** (CELAC, BRICS).

Sin embargo, **C5N no reprodujo contenidos de CGTN sobre China** en su pantalla, nuevamente aludiendo a la falta de interés de la audiencia, según refirieron a Patrick.

En cuanto a medios escritos, ***La Arena*** de Santa Rosa, es uno de los pocos, sino el único, **diario importante argentino del interior** que está abonado a Xinhua (también a Prensa Latina). Sus posiciones son mencionadas a veces en medios globales chinos.

El medio tuvo una postura histórica cercana al desaparecido **Partido Socialista** y en 2009 renunció a la asociación de prensa ADEPA, tras apoyar la **Ley de Medios Audiovisuales** aprobada por el gobierno kirchnerista.



La señal argentina C5N con representantes de la TV global china (Instagram, 21.09.2023)



Videogramas de la serie CGTN-Télam 'Espejo de Palabras' (2022): una "coproducción" en la cual el control creativo y editorial —como se deduce de los créditos finales— está a cargo de China (capturas de pantalla).

Agencias privadas latinoamericanas y Xinhua

Las **agencias de noticias** en América Latina han **redefinido su función** y perdido relevancia, al igual que en el resto del mundo (excepto en lo que se refiere a un puñado de agencias de alcance global).

Las **agencias estatales**, que han tendido a actuar como instrumento de difusión de **propaganda oficialista** de los gobiernos de turno, han sido las más afectadas por el nuevo entorno de la comunicación: varias de ellas terminaron cerradas o relegadas.

Pero unas pocas **agencias privadas** de la región —aun cuando a veces son más parecidas a portales web o a plataformas de grupos de comunicación— **siguen prestando un servicio de suministro de contenidos** para medios o para públicos especializados.

Algunas de estas agencias privadas **intercambian hasta hoy materiales con Xinhua**, lo cual produce un **impacto en la cobertura de sus informaciones**.

Noticias Argentinas (NA), la única agencia privada que continúa operando en el país, fue comprada en 2018 por **Alpha Media**, el grupo que está a cargo de Radio Rivadavia y otras emisoras. Varios medios argentinos, especialmente en el interior, reproducen todavía sus textos e imágenes.

Según reveló su directora Mayra García en un evento en 2025, **NA suscribió un acuerdo con Xinhua en 2020**, el que hasta entonces no había sido comunicado públicamente. NA carece de actividades en el exterior, pero una de las secciones de su web ofrece **cobertura diaria internacional**.

Parte de las notas internacionales de NA viene con fotos y textos de Xinhua (aunque no traten de asuntos chinos). En ambos casos se menciona a la agencia china, si bien los textos están reescritos.

Sin embargo, tales notas **reproducen en muchos casos la visión de Beijing sin ningún contrapeso** y a veces quedan como el **único enfoque** en determinados asuntos. Un ejemplo de esto es el cable emitido el 05.08.2022 a las 08:50 hora argentina, denominado *“China anunció ocho medidas como ‘sanción’ a EEUU después del viaje de Pelosi a Taiwán”*.

En dicho cable, que **reproduce o parafrasea un extenso y unilateral cable de Xinhua**, solamente se desarrolla la posición oficial china sin alusiones a las posiciones de las otras partes (Taiwán, Nancy Pelosi, Washington).

Pese a la reescritura de NA, se incluyó **lenguaje y modismos políticos del gobierno chino**.

Así, la nota de la agencia argentina habla *“de la región de Taiwán en China”*. O bien menciona sin ninguna aclaración a los *“ocho partidos políticos” de China* que apoyaron al gobierno de Beijing, como si se tratara de una **democracia multipartidaria** (son agrupaciones artificiales creadas por el PCCh bajo su control).

El cable, con su foto y texto, fue **reproducido por diarios patagónicos argentinos** y por la franquicia de la revista **Forbes en Argentina y en Ecuador** (ambas manejadas por una empresa argentina que emplea contenidos de NA). Igualmente fue republicado por **Yahoo!**, en este caso imputándolo a **Forbes Argentina**.

El uso de textos de Xinhua por parte de la agencia argentina quizás responda a una **cuestión de costos**, pero también muestra cómo la **propaganda** puede penetrar ámbitos si no hay una **edición o reutilización cuidadosa** de ciertas fuentes.

No obstante, en el evento de 2025 donde concurrió la directora de NA, la titular de la agencia dijo que *“Xinhua tiene una calidad muy buena [en] (...) texto (...), fotografías e infografías, lo que nos permite dar un servicio de calidad a nuestros clientes”* [subrayado propio].

En dicho evento hubo directivos de los diarios *La Prensa*, *Perfil* y *Clarín* y habló **Francisco Taiana**, presentándose como “sinólogo”. *“Xinhua —afirmó— “le da voz al Sur Global” a la vez que opinó que “el periodismo está subordinado a intereses de negocios (...) limitado por la lógica de la ganancia”* [subrayado propio].

Por estas razones, sostuvo que *“Xinhua, junto con otras agencias estatales alrededor del mundo, cumple un deber profundamente cívico”* y es un reducto *“frente a la monopolización de la información”* y al *“unilateralismo y el hegemonismo”* [subrayado propio].

El “sinólogo” es el hijo del dirigente peronista kirchnerista **Jorge Taiana**, quien a su vez es cónyuge de **Bernarda Llorente**, periodista que fue **codirectora de la señal 360TV** (—ver, más atrás, el apartado **Botes prestados: primeros acuerdos de intercambio con América Latina—**) y exdirectora de la agencia estatal de noticias **Télam** durante el gobierno de Alberto Fernández. En ese entonces, Télam desarrolló **varios proyectos conjuntos con medios chinos**.

En **Brasil**, por otra parte, **Xinhua** celebró en 2010 un acuerdo con la agencia de noticias privada brasileña **Estado**, perteneciente al diario **O Estado de São Paulo**, uno de los dos más importantes de esa ciudad.

La agencia se transformó desde hace un tiempo en la plataforma pagada de Internet **Estado/Broadcast**, que brinda información de múltiples fuentes y varios rubros (política, economía, tecnología, agro), con un enfoque especializado, para personas y entidades.

En este caso, la **compartición de material parece concentrarse en las fotografías**. Xinhua se beneficia particularmente, ya que sus cables mundiales fechados en Brasil salen en muchas ocasiones con **fotos de la Agencia Estado**.

En 2017 la **agencia CMA Latam** de información económica (de la consultora de agronegocios Safras) celebró un acuerdo de intercambio con **Xinhua**. CMA Latam tiene su sede también en **São Paulo** y sucursales en Argentina, Colombia, Estados Unidos y España.

De acuerdo con su propia descripción *“monitorea diariamente los mercados globales de soja (grano, harina y aceite), maíz, trigo, algodón, café, azúcar y etanol, biodiesel, arroz, frijoles, fertilizantes, carne de res, pollo y cerdo”* y posee una de las mayores bases de datos internacionales de estadísticas sobre estos rubros.

Un cable de Xinhua de 20.11.2020 informó que el presidente del grupo: *“propuso intensificar la cooperación informativa entre los socios del BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) para tener una ‘visión de futuro compartido’ en torno a la producción de noticias de calidad”* [subrayado propio].

Con respecto a **Uruguay**, en 2013 se anunció un intercambio entre **Xinhua** y **uypress**, de Montevideo. Aunque se define como una “agencia de noticias” es un **sitio web gratuito** que publica **información redactada con formato de cables**. Hay también algunas columnas de opinión. No se ha detectado ningún medio que use contenidos de uypress.

El titular del sitio fue consultor de comunicación de dirigentes de la coalición de izquierda **Frente Amplio**. Se indican acuerdos con **Xinhua**, **Sputnik** (Rusia), **IPS** (Italia), **Yonhap** (Corea del Sur) e **Infobae** (Argentina).

Efectivamente, algunos materiales de esos orígenes son reproducidos textualmente en la sección internacional de uypress. Se publican asimismo **cables de ANSA**, sin mencionarse que haya convenios con esa agencia italiana.



El sitio uypress se define como una “agencia de noticias”, pero no se detectó ningún medio que use sus materiales. Tiene acuerdo de intercambio de notas con Xinhua.

Una trama china en Argentina: Vila, Manzano, Beijing y otros

América, un importante conglomerado de comunicación de Argentina, es quizás el grupo de medios de mejor vinculación con **China** de esa nación sudamericana.

A sus titulares, **Daniel Vila** y el expolítico peronista **José Luis Manzano**, se los considera cercanos a la figura igualmente peronista de **Sergio Massa**, dirigente a su vez con una larga pero inestable vinculación con el kirchnerismo.

Vila y especialmente Manzano son parte además en **empresas de minería y energía en Argentina** y otros países, entre ellas la importante **Edenor**, que provee electricidad en el área norte de la capital argentina. En los últimos años, compañías de Vila-Manzano buscaron obtener **negocios con empresas chinas**.

Por medio de la adquisición de la mayoría accionaria de una minera, la compañía **Integra Capital**, creada y controlada por Manzano, participa como socia en **Chancay**, un estratégico **megapuerto peruano** que está construyendo **China** y en el cual el país asiático posee el 60%. También compró en el país andino, en forma algo sorpresiva, la operación de la española **Telefónica**, que se retiró de casi toda América Latina.

(Cabe destacar que, pese a la histórica ligazón con **Massa**, **Manzano** elogió desde fines de 2024 la política del presidente argentino **Milei**. La señal de noticias **A24** del grupo cambió su línea editorial y contrató a partir de 2025 numerosas figuras **afines al mileísmo** o de posturas anti kirchneristas, a la vez que se retiraron casi todas las filokirchneristas o massistas.

Un año antes, un episodio con **Santiago Cúneo** anticipó dicho viraje editorial. Se trata de un comunicador militante peronista-nacionalista virulentamente opuesto a **Milei** y cuyo debut, anunciado por **A24** en 2024, fue súbitamente **cancelado** sin especificarse razones.)

En 2016, el Grupo América lanzó el suplemento ***China Watch***, elaborado íntegramente por **China Daily**, en los diarios propios **Uno** (Mendoza/Santa Fe/Paraná) y **La Capital** (Rosario), así como en **El Cronista** de Buenos Aires (que América adquirirá en 2021, a la vez que venderá en 2019 todos los demás excepto el de Mendoza).

Entre 2016 y 2017 **A24** incluyó un **programa semanal sobre China de producción propia, *Milenarios***, conducido por un comunicador argentino-taiwanés (—ver, más adelante, el apartado ***Chino básico y milenario...***—), pero que cesó cuando el grupo inició coproducciones con CGTN.

La privada **Universidad de Congreso (UC)** —cuya fundación es presidida por **Manzano**— adquirió en 2017 a la revista ***DangDai***. La revista comenzó en 2011 con un subsidio para “medios culturales” del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y aportes de intereses chinos.

Sus fundadores, **Gustavo Ng** y **Néstor Restivo**, siguen como directores; por varios años tuvieron un programa radial sobre China. Restivo viajó a China por un concurso de CRI y luego se vinculó con entidades del país.

La casa de estudios convirtió a ***DangDai*** en un lujoso medio impreso, un sitio web con información diaria y un *newsletter*. El medio se define como de “intercambio cultural” pero trata temas muy variados. La mayoría de sus notas son de tipo **económico o cultural**; aun así siguen la **línea de Beijing**.

También expresan una **toma de posición política**, como éstas de 07.2025: “*La estación espacial de Neuquén y el cuento de la buena pipa*” o “*Cumbre de los BRICS+: Beijing rechaza la postura confrontativa de Trump*”.

En otro texto, **Gustavo Ng** dice: “*El gobierno de China decide que el **nuevo escenario tendrá otras reglas** (...) está trabajando para un mundo que no esté hegemonizado por una potencia (...) y [promueve una] Comunidad de Destino Compartido para la Humanidad*” [subrayado propio].

Restivo, el otro director, es periodista y fue dirigente gremial del sindicato **UTPBA** (de un sector enfrentado con Lidia Fagale, también vinculada a China y quien conduce un programa radial de difusión china (—ver, más adelante, el apartado “**Clave China**” y **otros programas en la radio argentina**—)). Ng y Restivo se reconocen públicamente como “**peronistas**” y han estado vinculados con el kirchnerismo.

China Hoy, por su parte, entrevistó al rector de la UC, que desarrolla —dice el medio del PCCh— “una estrecha cooperación con China”. La universidad publicó **varios libros sobre China**, con trabajos entre otros de editores y autores de *DangDai* y **varios referentes del kirchnerismo** y que igualmente siguen la línea de Beijing.

En 2017, **América** coprodujo con CGTN el documental “**Cerca y Lejos**” que se emitió por **A24** y por la televisora china, con historias personales sobre ambos países y su relación. Era la **primera coproducción televisiva documental plena entre una empresa latinoamericana y de China**.

Otra serie de realizaciones con el mismo título, fue producida y emitida por **A24** y CGTN en 2022, con motivo del **medio siglo de relaciones diplomáticas** entre las dos naciones. En todos los casos, la dirección y la mayoría del personal de la documental correspondió a CGTN.

Asimismo, el 29.11.2018 **A24** comenzó a transmitir una serie de programas exclusivamente producidos por CGTN, **Frases Citadas por Xi Jinping**, que se emitió en distintos lugares del mundo y marcó un regreso al culto a la personalidad que China había abandonado desde los años 80.

El CMG, citando a un funcionario del Departamento de Publicidad del PCCh, dijo que la serie buscaba que el público argentino “**conozca el encanto del presidente Xi Jinping y entienda cómo dirige Xi Jinping a China, el país en vías de desarrollo más grande del mundo, a la nueva era y realice el sueño chino**” [subrayado propio].

Se trata de una **muy interesante frase que resume los puntos claves de mensaje** que decidió impulsar el **PCCh** en su comunicación internacional.

En 2019 **América** dobló al español —a través de su subsidiaria Integra Cultural Industries— la telenovela histórica china de 41 episodios “**Nirvana en Llamas**” (producción de 2015 de la empresa del municipio de Shanghai Dragon TV y de Beijing TV -municipal-).

La realización fue emitida luego por **América TV**, siendo la primera vez que se veía una producción audiovisual china **de ficción** en la televisión argentina.

La relación entre China y el Grupo América, no obstante, **bajó de intensidad a partir de 2022**. No hubo **nuevas exhibiciones o coproducciones** de audiovisuales ni tampoco llegó a establecerse un nuevo **programa de radio o TV** como “***Milenarios***” o un segmento

regular como **“Mundo China”**, de la cadena Bandeirantes (—ver, más adelante, el apartado **“Mundo China” de Bandeirantes (Brasil)—**).

La razón de esto podría relacionarse al **acceso mejorado** que tuvieron los medios globales chinos a los **medios públicos argentinos** a partir del gobierno de **Alberto Fernández**.

Pero, también, a una **posible reticencia de América** de otorgar un espacio permanente en la programación al estilo de Bandeirantes, de la misma forma que el Grupo Indalo **se había negado a ese pedido de parte de China** por considerar que afectaría los índices de audiencia (—ver, más atrás, el apartado **Argentina: coproducciones con Macri, Fernández y medios privados—**).

De cualquier manera, la cooperación comunicacional entre el Grupo América y China se ha mantenido a través de la Universidad de Congreso y la revista **DangDai**, el patrocinio de la **Casa de la Cultura China** y la publicación del suplemento **China Watch** en **El Cronista** y otros diarios.

(El contrato de **China Watch** de 2016 era solamente para las ediciones impresas de **El Cronista**, aunque no contemplaba su realización online. Hasta el momento de redactarse este trabajo en 2025, **China Watch** continuaba insertándose solamente en papel.

La circulación de **El Cronista** en ese soporte había bajado a unos **miles de ejemplares** y se había tornado poco relevante, ya que sus lectores consultaban mayormente la edición en Internet. En cambio, en 2016 la circulación papel podía estimarse en unos **25 mil ejemplares**, más de la mitad distribuidos por suscripción.)

No se descarta, sin embargo, que la relación entre los **medios globales chinos** y el **Grupo América** se encuentre en **estado latente** y pueda intensificarse de acuerdo con las **necesidades generales de China** o del grupo en el campo de los negocios.



Uno de los titulares del Grupo América, José Luis Manzano, con dignatarios chinos, en 2018 y en la página de la TV global china en español CGTN.



“Cerca y Lejos”, una coproducción (2017) entre un medio global chino y una compañía audiovisual latinoamericana: el Grupo América (Argentina) (captura de pantalla).



La revista Dang Dai, dirigida por dos periodistas que se identifican como peronistas y que a través de la Universidad de Congreso y José Luis Manzano se vincula con el Grupo América y con la relación de sus titulares con China.

Brasil: acuerdos públicos y privados

En 2017 TV Gazeta, canal que forma parte de una universidad privada de periodismo en **São Paulo**, suscribió un acuerdo con la **TV provincial de Guangdong** para “compartir contenidos”. Otra estación de la misma ciudad, TV Cultura, el canal cultural-educativo estadual, firmó otro convenio similar con **CCTV** (2020) y con **Xinhua** (2021).

El IRDEB, organismo del estado de Bahía que opera un canal y una emisora FM educativa en **Salvador**, también suscribió un contrato de cooperación con **CCTV** en 2019. TV Pernambuco, igualmente estadual, cerró un acuerdo con **Xinhua** de compartición de contenidos en 2021.

La EBC, por su parte, a cargo del canal federal público TV Brasil, la Agência Brasil y varias radiodifusoras estatales, había firmado varios acuerdos previos, buscando ratificarlos en cada presidencia (2015, con **Dilma Rousseff** y 2017 con **Michel Temer**).

En 2019, ya con **Jair Bolsonaro** en el poder, **EBC** concretó un **nuevo convenio** de intercambio de contenidos y coproducción audiovisual y —por primera vez— se hablaba de un confuso “*intercambio de tecnología de nuevos medios 5G*”. Cabe recordar que **EBC**, en este caso en nombre de la Agência Brasil, ya tenía suscripto en 2016 un acuerdo específico de intercambio de contenidos con **Xinhua**.

De todas maneras, en 2023 se volvieron a firmar acuerdos entre **EBC** con **Xinhua** y **CMG** para el intercambio de textos y contenidos audiovisuales. Esta vez se trataba del nuevo gobierno del **presidente “Lula” da Silva**, quien suscribió estos instrumentos como parte de una veintena de **convenios con China** en su visita a esa nación.

El uso de materiales chinos por parte de estos medios **fue limitado** y no se realizaron coproducciones audiovisuales, aunque sí hubo transmisiones en ocasiones especiales.

Por ejemplo, a fines de 2024 y durante la visita del presidente chino y la cumbre del **G20**, **TV Brasil** emitió la tercera temporada de “*Frases clásicas citadas por Xi Jinping*”, narrada en portugués.

El grupo privado Bandeirantes, en cambio, hizo un uso intenso de contenidos chinos y desde el acuerdo firmado en 2019 selló una **importante alianza con los medios globales chinos**, cuyas características y resultados son repasados en otra parte de este trabajo (—ver, más adelante, el apartado *Bandeirantes: red privada-comercial con posicionamiento geopolítico—*).

En el mismo año, **CMG** suscribió un acuerdo con Globo —principal grupo de comunicación brasileña— que también contemplaba el **intercambio de contenidos audiovisuales, coproducción** y aludía a la “tecnología 5G”. Ejecutivos del conglomerado brasileño llegaron a hablar incluso de coproducciones de **telenovelas**.

Hasta hoy, sin embargo, los efectos del acuerdo han sido **modestos**. Al comienzo de la pandemia, en 03.2020, el canal de noticias del grupo, **GloboNews**, transmitió en horario central una documental de **CGTN America** con el nombre de “*Epicentro - 24 horas en Wuhan*”, sobre la detección y cuarentena del Covid en la ciudad china del mismo nombre.

Era inusual que **GloboNews** emitiera una realización de terceras partes como un **programa completo**, pero de todas maneras se advirtió que se trataba de una producción de la **TV china** y que **omitía denuncias y aspectos negativos**.

El documental tuvo una **gran repercusión en la audiencia**. Fue repetido por Globo y también difundido en **TV Cultura** de São Paulo.

En su libro sobre China y medios latinoamericanos, el periodista Igor Patrick cuenta que el público —en una encuesta posterior— consideró que el contenido de la realización era **“confiable”**. La proporción bajó cuando se informaba, a quienes no lo habían advertido, que **no era una producción original de Globo sino de la TV estatal china**.

CGTN realizó **dos continuaciones de la documental**: **“Cuarentena”** y, luego, **“Recuperación”**, pero Globo no las emitió (TV Cultura difundió solo **“Cuarentena”**). La cadena comercial brasileña sí transmitió **otra producción de CGTN** sobre el coronavirus a los pocos días, si bien en adelante **no incluyó nuevamente programas completos de CGTN**.

En cambio, TV Globo utiliza hasta hoy **materiales cortos de CCTV/CGTN** para noticieros, en forma ocasional y dentro de sus propios reportes, solamente —afirman sus editores— cuando otras fuentes (agencias y medios internacionales independientes) **no estén disponibles**.

Por su parte, ya se había mencionado que *China Daily* compró espacio para publicar contenidos en ***Folha de São Paulo*** y ***O Globo*** (al menos desde 2016) y ***Correio Brasiliense*** (al menos en 2019).

Hasta 2020, el primero recibió cerca de 400 mil dólares y el segundo algo más de 100 mil dólares, según la presentación de *China Daily* en Estados Unidos por ley FARA.

Para 2024, ***Folha*** seguía con tratos parecidos. El 09.02.2024 publicó un **“Conteúdo patrocinado pela Agência de notícias Xinhua”** consistente en la totalidad de su página A8 y el encabezamiento **“Perfil: Xi Jinping, homem de cultura”**.



Espacio comprado por Xinhua en el diario Folha de Sao Paulo
(Entrevista a Igor Patrick en ‘Hearts and Minds’
en <https://chinamediaproject.org/2024/04/15/hearts-and-minds/>)

En ocasión del evento del **G20**, cuando al mismo tiempo se cumplió medio siglo del establecimiento de relaciones entre China y Brasil, apareció en ***Folha*** el 17.11.2024 otro “conteúdo patrocinado” con el título **“50 anos e além”** (50 años y más allá). Asimismo, en ediciones habituales publican fotos de Xinhua.

No obstante, Patrick sostiene que estos espacios patrocinados **no afectan la cobertura de *Folha* o de *Globo* sobre China**. Ambos diarios, en efecto, publican regularmente contenido crítico y notas sobre el país asiático recurriendo a fuentes múltiples.

Faltaría agregar que *Folha*, en 2020, concretó un acuerdo con el sitio de noticias financieras **Caixin**, posiblemente el medio con mayor autonomía en China continental (cuenta con participaciones estatales, pero es un raro caso de vehículo no vinculado a la red estatal o del PCCh, dirigido por periodistas con inspiración independiente).

En los años sucesivos, el diario publicó varias notas de **Caixin** sobre temas económicos y tecnológicos.

En otro tema, entre 2021 y 2024 y pese a que las transmisiones de **CRI Portugués** se habían transformado en contenido de “relleno”, el sitio de Internet de la radio internacional china en aquella lengua —cosa inusual en otros idiomas— ofrecía tres enlaces a medios brasileños.

Esos medios eran **Brasil 247**, **DCM** y **Diário de Pernambuco** (que a su vez publican contenidos de Xinhua y CRI). Llamativamente, también mostraban *links* a **Radio Macau** (Macao, el equivalente de Hong Kong para Portugal) e incluso a la confederación brasileña de *kung-fu*.

En cambio, no hay enlaces en la web de CRI a dos sitios de izquierda, **Portal Vermelho** y **BdF**, que usan contenidos de medios globales chinos y fueron analizados anteriormente (—ver, más atrás, el apartado *Botes prestados: primeros acuerdos de intercambio con América Latina*—).

El sitio web de **CRI Portugués** se rediseñó a fines de 2024. Además de noticias de fuentes chinas y los mencionados enlaces externos a sitios de Brasil, presenta secciones internas producidas por fuentes brasileñas.

Una de ellas es **Sala de vistas**, notas en video con la periodista chinobrasileña **Isabela Shi** con el logo “**CGTN Portugués**” y a veces en realización conjunta con el canal brasileño TVT. Esta sección se inició en 2020.

(TVT es propiedad de un grupo de sindicatos pro Lula de la localidad de São Bernardo do Campo, entre ellos el sindicato de metalúrgicos ABC original del actual presidente brasileño. A las coproducciones con China, TVT suma igualmente realizaciones conjuntas con la señal venezolana **Telesur**.)

Otra sección interna del sitio de CRI es **Estudio Paulista**, que ofrece también notas en video desde 2022 sobre actualidad brasileña con una visión de izquierda (incluyendo varias explícitamente pro chinas), las cuales son producidas por el portal noticioso **Brasil 247**.

Con respecto a los tres medios que figuraban en los enlaces del mencionado sitio de **CRI Portugués**, dos de ellos presentan afinidades ideológicas.

Brasil 247 es un portal con una línea editorial favorable al **Partido dos Trabalhadores (PT)** de Lula y posiblemente sea financiado por esa fuerza.

Con Lula en el gobierno —y según el portal *Crusoé*— **Brasil 247**, que es un medio de importancia relativa, recibió en 2023 fuertes montos de publicidad oficial, nada menos que tres veces más que el portal Estadão (del importante medio *O Estado de São Paulo*), uno de los más visitados de Brasil. Comenzó a usar contenidos de medios globales chinos tras firmar un acuerdo con CCTV en 2019.

El **Diário do Centro do Mundo (DCM)** es otro portal con una línea de izquierda. Fue fundado por el periodista Paulo Nogueira y a su fallecimiento en 2017 continuó a cargo de otros editores, pero manteniendo su inclinación. No resulta claro en qué momento comenzó a utilizar **contenidos de medios chinos**.

El restante caso de medio que estaba hasta 2024 en los enlaces de CRI parece deberse a un acuerdo más bien **comercial** —no ideológico—, aunque no por eso menos efectivo. El **Diário de Pernambuco**, de Recife, es el **más antiguo subsistente de América Latina**, que cumplió 200 años en 2025. Aunque sigue siendo el más importante del norte del país, está afectado desde hace tiempo por dificultades económicas.

El medio fue adquirido por el abogado **Carlos Frederico Vital** en 2019. Entonces, el portal de izquierda con vínculos con el partido PT de Lula y socio de los medios globales chinos, **Brasil 247**, tituló ***“Advogado bolsonarista compra o Diário de Pernambuco”*** (20.09.2019) sin imaginar que el ahora diario ‘bolsonarista’ terminaría igualmente asociado a los mismos medios globales chinos.

En efecto, el **Diário de Pernambuco** firmó un acuerdo con Xinhua en 2021 para realizar un **suplemento y sección diaria en la web**, bastante nutrida, con información **china, brasileña y mundial** de Xinhua (acreditada), las que obviamente exponen una línea **pro Beijing**.

Al año siguiente suscribió otro acuerdo con **CMG** para recibir noticias escritas de CRI sobre China en portugués y videos de CGTN sobre ***“Frases clásicas citadas por Xi Jinping”***.

Todos estos contenidos se siguen publicando hasta hoy y una de sus características más notables es que **han reemplazado casi por completo la cobertura independiente de China en el diario**. En algún momento, varias notas de Xinhua de un fuerte contenido **pro Beijing** se ubicaban en el **cuerpo general del diario**, tanto en su versión impresa como web.

Adicionalmente, desde 2022 y hasta principios de 2025 **Diário de Pernambuco** coprodujo una **sección de videos con CRI sobre temas brasileños**, alojados en la página web del medio brasileño o en YouTube.

El 21.10.2022, por ejemplo, entrevistó a la **presidenta del PCdoB**, quien en ese momento era **vicegobernadora de Pernambuco** y luego asumiría la cartera de Ciencia, Tecnología e Innovación en el gabinete del **presidente Lula**. El título de la nota era ***“Luciana Santos [dice que el] Partido Comunista Chino innovó y actualizó el marxismo”***.

Santos fue una presencia frecuente en la **sección de videos**, en la que también se entrevistó al vicepresidente **Gerardo Alckmin** (2023) y a ***“Brasileiros [que] comentan visita de Nancy Pelosi a Taiwán”*** (todos vehemente en contra) (2022).

Cuando estos videos llegaron al 100, a principios de 2025, el **Diário** publicó una nota conmemorativa. En ella, el titular de la Asociación de Prensa de Pernambuco **Múcio Aguiar**, celebró el proyecto como un medio para ***“conocer la presencia china en Brasil y llevar a los chinos informaciones [de Brasil]”***. Sin embargo, justo en ese momento dejaron de producirse.

El 'Diário de Pernambuco', en Recife, Brasil, cumple 200 años de ediciones continuadas en 2025. Una de sus secciones más visibles e importantes en la web es la de Xinhua, con una abundancia de textos y videos suministrada por esa agencia de noticias con sede en Beijing, no solamente con noticias sobre China sino con un amplio abanico temático de asuntos internacionales y especializados.



Los contenidos web pro chinos del diario subsistente más antiguo de América Latina: Luciana Santos, ministra del presidente Lula y titular del PCdoB, una entrevistada frecuente (arr izq), un banner de su sección Xinhua (arr der), un banner de CRI (aba izq), los videos coproducidos con CRI (con un entrevistador brasileño para el sitio de YouTube del diario, pero con un micrófono que dice "CMG") (04.2024) (aba der)

Un medio que no figuraba en los links de CRI Portugués era el diario económico **Monitor Mercantil** (lunes a viernes, Rio de Janeiro, con una edición en São Paulo), cuyo director propietario es **Marcos de Oliveira**.

Era un periódico que por décadas publicó balances y documentos legales, pero que ahora se enfoca más en **temas económicos e internacionales**. Para 2025 indica que está abonado exclusivamente a la estatal **Agencia Brasil** y a **Xinhua**, aunque también publica notas de Europa Press.

Por un lado, desde el 01.11.2021 tenía una sección llamada *Xinhua Silk Road* “*agencia de noticias oficial do governo da República Popular da China*”, que publica varios cables por día. Hasta mediados de 2025 habían aparecido unas **3000** notas de esa agencia.

Por otra parte, en su cobertura general **toda la información relacionada con China** y parte de la internacional **proviene de Xinhua o de CGTN**.

Desde hace varios años, Oliveira es entrevistado rutinariamente por *Xinhua*, quien a la vez formula declaraciones **en consonancia con los puntos de vista de Beijing**.

En 2023, por ejemplo, en una reunión en Beijing de la **Iniciativa de la Franja y la Ruta** dijo que “*los medios occidentales olvidaron el periodismo y son pródigos en las fake news*”. Señaló que “*China es una potencia emergente y tiene una visión de cooperación (...) en contraposición a la dominación angloamericana*”.

Pese a su omisión en los links de CRI Portugués, es evidente que el diario es **importante para la estrategia china**. Su alineamiento parece haber comenzado antes de la inauguración de la sección específica dedicada a los cables de Xinhua.

Además de publicar material de esa procedencia, en forma ocasional, ya el 24.11.2016 *Monitor Mercantil* reveló que “**apenas cinco empresas**” de medios de Brasil fueron invitadas por Xinhua a participar de la Cumbre entre medios de China y América Latina de ese año (una de las cuales era el propio *Monitor*) (—ver, más atrás, el apartado “**Líderes de medios**” *China-América Latina*—).



Logo y sección de ‘Monitor Mercantil’ dedicada a Xinhua

Bandeirantes: red privada-comercial con posicionamiento geopolítico

Con sede en **São Paulo**, el grupo privado **Bandeirantes** tiene **dos redes abiertas de TV** (una de ellas generalista y situada cuarta en audiencia nacional), **cuatro redes de radio** (generalista, musical, noticiosa y regional) y **varias señales de TV paga** (BandNews - noticias-, BandSports y Arte 1).

En 2014 había firmado un acuerdo con **CCTV**, el cual fue renovado en 2017. Tras un nuevo convenio suscripto en 2019 con **CMG** para intercambiar y coproducir contenidos audiovisuales, la alianza entre **Bandeirantes** y los medios chinos ingresó a una **nueva fase**.

El noticiero de la cadena abierta (**Band TV**) incorporó entonces a un corresponsal regular en China, **Gabriel Yin**. En realidad, el corresponsal no trabajaba para Bandeirantes sino que era “provisto” por la TV nacional china CCTV, donde prestó funciones hasta 2024 (hoy trabaja para el FT).

Al mismo tiempo, el 08.11.2019 comenzó a emitirse “*Frases clásicas citadas por Xi Jinping*”, producción de **CGTN**, por la señal específica de noticias **BandNews** y también por **Arte 1**. Los capítulos se exhibieron a lo largo de varios días.

La emisión de esta serie de Xi Jinping funcionaba como el “acto comunicacional” que daba inicio a una fuerte relación de **CMG** con otros medios.

Finalmente, **CMG** consiguió con la señal de noticias de **Bandeirantes**, **BandNews**, un acuerdo único y que hasta hoy no se ha replicado con ningún otro medio latinoamericano ni mundial de importancia equivalente.

Se trataba de la transmisión de un **segmento diario de noticias de China** especialmente producido dentro de las noticias habituales de **BandNews**: “*Mundo China*”, que será analizado posteriormente (–ver, más adelante, el apartado “*Mundo China*” de **Bandeirantes (Brasil)**–).

Se han realizado otro tipo de **coproducciones con CGTN**, especialmente documentales, aunque como suele ocurrir en estos casos la mayor parte de los recursos y línea editorial **son aportadas por China**. **Band TV** y otras señales emiten asimismo hasta el día de hoy algunos documentales de **producción exclusivamente china** que originalmente se pasaron por **CGTN**.

Debe destacarse que en 2020 **Bandeirantes** suscribió un acuerdo de intercambio con **BRICS TV**, con sede en Moscú y que ofrece notas de canales de TV de naciones integrantes de esta alianza (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) traducidos, cada uno, al ruso, inglés, chino y portugués (luego se agregaron árabe y español).

Bandeirantes tiene una larga trayectoria. Se presentó por décadas como “el canal (o radio) del deporte” y estuvo siempre en poder de la **familia Saad**. Salvo algunas inversiones inmobiliarias, el grupo no tiene negocios fuera de la comunicación. Carecía de una posición política definida, si bien podía considerarse históricamente como más proclive a la centroderecha.

Sin embargo, con las alianzas y acciones antes descriptas, la empresa tomó un **posicionamiento geopolítico** que disparó el rumor de que habría sido adquirida por el **PCCh**, a tal punto que una organización de chequeo de noticias, **Lupa**, debió emitir una verificación según la cual dicha afirmación era “falsa”.

De todas formas, la cadena fortaleció su alianza con los medios chinos y puso en el aire nuevas realizaciones, además del segmento “*Mundo China*”. En 2023 realizó una serie de notas coproducidas: “*Cúpula do BRICS: Construir um mundo inclusivo por meio da cooperação*”. En 2024 difundió otra serie de especiales: “*Brasil-China: 50 anos de amizades*”.

A fines de 2024, **Bandeirantes** suscribió un acuerdo para realizar coproducciones dramáticas con **CMG**. En lo que sería la **primera telenovela entre China y América Latina** se planea una realización titulada “*O Ouro da China*” y para la que se convocaría a la actriz **Lucélia Santos** como protagonista.

Hasta mediados de 2025 no había mayores novedades. **Bandeirantes** había dejado de producir ficción años atrás, por no poder competir con las redes **Globo** y **Record**. No obstante, en su plataforma *on demand* gratuita **Bandplay** incluyó a partir de 2025 algunas series y telenovelas chinas.



VERIFICAÇÃO

É FALSO QUE TV BANDEIRANTES FOI COMPRADA PELO PARTIDO COMUNISTA CHINÊS

26.06.2020 - 18h07

Ítalo Rômany
Rio de Janeiro - RJ

🐦 f 📷 📧 in 🔗

El logo del grupo Bandeirantes ("Band") (arr) y una verificación en 2020 del equipo de chequeo Lupa, ante el rumor según el cual la cadena había sido adquirida por el Partido Comunista Chino (aba).

Chile: inserciones y producciones

Desde al menos 2018 ha sido **CMG** —mucho más que Xinhua— quien ha desarrollado las relaciones con medios chilenos. *El Mercurio* y *La Tercera*, los dos diarios principales y ambos con una línea editorial inclinada a la derecha, publicaron ocasionalmente contenido provisto por CMG, incluyendo algunos suplementos o ediciones especiales.

El Mercurio, por ejemplo, ofreció en 2019 un suplemento de ocho páginas por el aniversario de la fundación de la República Popular China, costado por la embajada. Espacios pagados más breves con la indicación "inserción" y con el crédito "Grupo de Medios de China" se publicaron en otras ocasiones.

Durante la pandemia el **CMG** compró una página entera en ese diario chileno (17.04.2020) donde acusaba a la Casa Blanca de buscar "chivos expiatorios" por el tratamiento de la epidemia del Covid y donde no se mencionaba la situación china. También se publicaron suplementos como la llamada *Edición Especial China* (29.09.2021) (6 páginas).

Los contenidos anteriores se reproducían además en la página web (de pago) del diario y extractos de los mismos aparecían en el sitio de Internet gratuito **Emol** (igualmente de *El Mercurio*, con contenido diferenciado). En este último se siguieron publicando textos del CMG y del *Global Times* y, desde 2023, cables de Xinhua presentados como "inserción".

Pese a estas actividades, no se conoce de la firma de un acuerdo entre los medios chinos y *El Mercurio*. En cambio, el diario que le sigue en importancia en el país, *La Tercera* (Grupo COPESA), sí suscribió un acuerdo específico con CMG en 2020. A principios de ese mismo año lanzó una sección separada en su sitio web, *Conexión China*.

Ofrecía artículos firmados por el propio CMG, expertos afines o figuras públicas chilenas e incluía textos, videos y audios con la típica "onda positiva" impulsada por las fuentes de China o sobre las relaciones entre Chile y la nación de Asia. La temática era amplia,

pero minimizaba la política y enfatizaba tópicos de comercio, avances tecnológicos, transporte, medio ambiente, cultura, danza, turismo y gastronomía.

La diferencia de esta sección con respecto a otras similares en medios latinoamericanos es que *La Tercera* participaba de la elaboración de los contenidos, con notas o artículos propios. Al año siguiente, sin embargo, la colaboración se interrumpió y no hubo más materiales.

Freedom House aclara en su informe de 2022 que “los medios [chilenos] (como *El Mercurio* y *La Tercera*) que mantienen buenas relaciones con los medios estatales chinos también han publicado artículos críticos de las políticas del gobierno chino” [subrayado propio].

El sitio *El Mostrador*, el medio digital nativo de Chile más antiguo y visitado —que se está transformando en una creciente alternativa a los diarios antes señalados— incluye desde 2021 y hasta hoy textos de *Xinhua* (reproduce asimismo notas de EFE, BBC y DW).

Entre 2019 y 2020, el canal de TV *Mega* (el más visto del país y en ese entonces operado por la empresa Falabella y Warner Bros.-Discovery y hoy solo por la primera) dedicó a China cinco capítulos de un espacio habitual sobre viajes por el mundo, “*Selección Internacional*”.

Se usó el subtítulo “*China sorprendente*” (el mismo que se empleó en los programas de CGTN realizados conjuntamente con la TV pública argentina). Los créditos revelaban que esos capítulos de “*Selección Internacional*” habían sido coproducidos con CMG (CGTN).

Radio Cooperativa, una importante emisora informativa y con línea editorial de centroizquierda —en una época muy cercana a la Democracia Cristiana local—, firmó un acuerdo con CMG en 2020, lo que le llevó a usar algunos contenidos informativos en sus transmisiones. También, y más importante, a iniciar un programa semanal sobre China (—ver, más adelante, el apartado “Efecto China” en Chile—).



Transmisión de CGTN del 22.01.2020 donde se informa acerca del inicio de la sección “Conexión China” en el diario chileno ‘La Tercera’, Santiago (Grupo COPESA) (captura de pantalla).



La actriz y presentadora chilena Begoña Basauri recorre China en el primero de cinco capítulos (transmitido en 12.2019) de “Selección Internacional”, un programa sobre destinos turísticos del canal chileno Mega. En este caso, a diferencia de capítulos correspondientes a otros destinos, los de China fueron coproducidos con CMG (CCTV) (captura de pantalla).

México: cercanía colaborativa, inserciones e informaciones

El grupo más cercano a China en **México** es posiblemente el **Grupo Multimedios**, no en un sentido ideológico —dado que se lo puede considerar con una línea editorial de centroderecha— sino en cuanto a **trabajo conjunto**.

La empresa surgió hace varias décadas como operador de radio y televisión en **Monterrey** y lanzó también un canal de noticias, **Milenio Televisión**. Desde hace más de dos décadas publica en Ciudad de México el diario **Milenio**, que ofrece información al instante y posee una amplia red de corresponsales, ubicándose entre los más seguidos e influyentes (junto a *El Universal*, *Reforma* y otros).

Desde al menos 2018 **Milenio** posee una sección separada —que se sigue publicando— denominada “**Noticias de Xinhua**”. Otra sección, “**La Ruta de la Seda**”, publica solo cables económicos de Xinhua, acreditados, con titulares como “China contribuye a la economía mundial” (05.03.2025) o “Comercio exterior de China muestra desempeño estable” (11.03.2025).

El **Canal 6** del mismo grupo, que a través de la TV digital terrestre abierta está presente en la capital del país y en varias ciudades, **reproduce a tiempo completo desde 2023** en uno de sus subcanales la señal de **CGTN Español**. El año anterior había firmado un acuerdo con **CMG** al efecto.

De acuerdo a un estudio del investigador Eduardo Tzili Apango, de 49 menciones que se encontraron sobre la **IFR china** entre 2013-2020 en la web de siete medios mexicanos, la **mayor frecuencia de mención aparecía en Milenio (24%)**.

El medio que seguía, **La Jornada (20%)**, es un diario de izquierda e histórico pero simple abonado de Xinhua desde los años 80. Apparentemente no tenía “intercambios” ni espacios comprados por la agencia ni otros medios globales chinos.

En tercer lugar, venía **El Universal** (18%), centrista y que también era suscriptor desde los años 80. Cables de Xinhua se seguían publicando, pero de una manera espaciada, y en referencia a China. En 2021 firmó asimismo un acuerdo con CMG que le permite incluir materiales de la **radio y TV globales** (como textos o audiovisuales en su página de video), cosa que ha hecho efectivamente hasta ahora.

El Sol de México, quedó en cuarto lugar (16%). Es la cabecera de una cadena con numerosos diarios en el interior y que en el pasado se había identificado con el oficialismo del PRI. Hoy representa una posición igualmente centrista.

Tzili Apango destaca que las menciones de ***Milenio, La Jornada y El Sol de México*** eran su mayoría **positivas**, mientras que las de ***El Universal*** eran las más **neutras**. Las más **negativas** se concentraron en **Televisa** (otro de los siete medios considerados en la muestra). El investigador dice además que *“los embajadores y los funcionarios chinos, tienden a publicar en Milenio”*.

Desde 2018 hasta hoy, el sitio web del **Canal 44** y la **Radio UdeG** (**Universidad de Guadalajara**, pública) muestra cables y fotos de Xinhua (también hay de EFE y AFP), aparentemente como simples abonados al servicio. En los últimos años, las notas de la agencia china ser publicaron a razón de una o dos por día.

Reforma es uno de los diarios considerados como **más creíble en México** y que aplica normas estrictas en la gestión y en la actuación de sus periodistas para garantizar su independencia.

Tiene una **sección separada** en la web llamada ***Diario del Pueblo***, sin ninguna otra aclaración, **que se inició el 20.09.2019** —seguramente a partir de un convenio del que no se han encontrado menciones suscripto con el diario del PCCh— a raíz del **70º aniversario de la proclamación de la República Popular China**. La primera nota publicada se titulaba **“Muestra China estrategia y vigor”**.

La sección sigue hasta hoy y se han publicado hasta mediados de 2025 cerca de **700 notas**. Freedom House dijo en 2022 que *“el acuerdo no parece haber impactado la diversidad de la cobertura de Reforma sobre China”*.

TV Azteca, la segunda red de TV del país (que opera también el canal de noticias abierto **ADN40**), firmó acuerdos con CMG en 2022 y usa algunos **materiales de CGTN** regularmente en sus noticieros, junto con el de varias agencias occidentales.

Debate, un diario tradicional del **estado de Sinaloa**, empleó cables de Xinhua como abonado entre 2018 y 2022. Hoy utiliza la agencia AFP. Se caracteriza por una cobertura regional fuerte e independiente y por operar una serie de **portales temáticos** (incluso, como cierta rareza, un sitio periodístico generalista en Uruguay, ***Debate Uruguay***).



La señal de noticias Milenio Televisión, parte del grupo Multimedios. Posee un diario en la Ciudad de México y un múltiplex de TV digital terrestre abierta en esa capital y en las principales ciudades del país. Uno de los subcanales de este grupo es empleado por CGTN Español (captura de pantalla).



La sección “Diario del Pueblo” de ‘Reforma’ (27.05.2025)

Perú: “alianzas estratégicas” con medios estatales y privados

IRTP, la entidad que maneja el canal público **TV Perú**, firmó un acuerdo con **CGTN** (entonces CCTV) en 2016 que contemplaba coproducciones audiovisuales, capacitación técnica e intercambios. En 10.2016 el noticiero del canal estatal peruano emitió una nota titulada “*TV Perú llega en HD a China*” sobre la visita de directivos de IRTP a Beijing.

Pese al título de la nota y a que se habló de una “alianza estratégica” con “apoyo financiero”, la **TV peruana no se retransmitió en China**, no se abrió una oficina de la entidad allí, ni se obtuvieron fondos de cooperación para el sector.

Al mes siguiente TV Perú programó **12 documentales** a lo largo de varios días en horario central. Todas fueron **producidas completamente por CCTV (CGTN)**, excepto una de ellas, con una mínima intervención peruana.

TV Perú firmó además en 2017 un acuerdo para usar imágenes del canal de CCTV **iPanda**, que en una curiosa especialización temática se dedica a la vida de esos osos. En 2019 se emitió por primera vez una **telenovela china** en el país a través del mismo canal de televisión estatal (—ver, más adelante, *Princesas, nirvanas, Bruce Lee, lazos familiares y streamings...*—).

Igualmente, se transmitió el documental “*Frases clásicas citadas por Xi Jinping*”, que era una especie de “acto de formalización” de los intercambios, en este caso el de la TV global china con **TV Perú**, tal como había tenido lugar con los grupos América (Argentina) y Bandeirantes (Brasil).

IRTP (**TV Perú**) firmó con CMG (CGTN) otro acuerdo en 2024, muy similar al de ocho años atrás. En aquel año se transmitió por esa pantalla la tercera temporada del programa “*Frases clásicas citadas por Xi Jinping*”, que también se difundía por CGTN. La entonces presidenta **Dina Boluarte** se felicitó por la emisión en un mensaje en video.

A fines de 2024 se emitió otro programa especial, “*De la Gran Muralla a Machu Picchu*”, presentado como una “coproducción” chino-peruana. Los créditos de la realización, sin embargo, muestran que la gran mayoría del esfuerzo provino de CGTN y entidades chinas y el aporte peruano se limitó al “apoyo especial” de algunos ministerios.



Videogramas de la coproducción audiovisual 'De La Gran Muralla a Machu Picchu' realizada entre CGTN y TV Perú y emitida en 2024.

Se observa que la inmensa mayoría de los recursos humanos y creativos corresponde a China (incluso a los "departamentos de comunicación" de comités distritales del PCCh) y que la contribución del Perú se limita al "apoyo especial" de reparticiones del Estado: hasta se menciona en ese rubro a la embajada de China en Lima (capturas de pantalla).

De todas maneras, la cooperación entre China e IRTP no generó coproducciones regulares ni de magnitud, si bien TV Perú sigue usando algunos contenidos de CMG para coberturas periodísticas.

Editora Perú es la empresa estatal que abarca el diario ***El Peruano*** y la agencia de noticias ***Andina***. Ha firmado varios acuerdos de intercambio informativo con Xinhua, el último en 2019. Esto ha generado lazos que llevan varios años y se mantienen **por encima de la inestabilidad** política, las ideologías y los frecuentes cambios de presidentes en el país.

Entre los abundantes materiales que ofrece la agencia ***Andina***, la sección internacional emplea actualmente texto proveniente de EFE y otras agencias occidentales. ***Xinhua*** parece utilizarse en escala menor, en temas relacionados con China y con su información reescrita.

Sin embargo, la mencionada **relación cercana entre Xinhua y Andina** permite que materiales o actividades promovidas por China logren a veces un **relieve o acceso especial**.

Entre las notas de ***Andina***, por ejemplo, aparece una del 09.10.2025 (el último día de ***Dina Boluarte*** en la presidencia, antes de ser destituida por el Congreso).

Tiene el siguiente encabezado: ***“A continuación publicamos un artículo del embajador de China en Perú, Song Yang”***, lo que parece una especie de “remitido”, “espacio cedido” o acceso privilegiado.

No es usual que una agencia de noticias presente un texto de esa manera y tampoco se ve que tengan las mismas posibilidades de acceso otros representantes diplomáticos en Lima.

El artículo comienza con la frase: ***“Solo existe una China, y Taiwán ha sido desde tiempos antiguos parte inalienable del territorio chino”***. No obstante, no constan **respuestas ni contextualizaciones** de este punto de vista, ni se suministra la **posición de Taiwán**, todo lo cual termina siendo una **convalidación unilateral** de la narrativa y la propaganda de Beijing.

Otro cable de ***Xinhua*** del 11.10.2024 hablaba de una ***“Reunión Anual sobre la Cooperación Pragmática en el Marco de la Iniciativa de la Franja y la Ruta entre Perú y China”*** en la cual –prosigue el texto de la agencia china– ***“se presentó un informe de un grupo de expertos titulado ‘Unidos para Impulsar el Desarrollo de Alta Calidad y Construir una Comunidad de Futuro Compartido en la Región Asia-Pacífico’”***.

El informe, además, ***“fue publicado el viernes por el Instituto Xinhua, un grupo de expertos afiliado a la Agencia de Noticias Xinhua”***.

El mismo cable y los extractos del informe son una **verdadera compilación de fórmulas burocráticas y modismos políticos del gobierno-partido chino**, de escaso interés informativo. Pero lo interesante es que el texto revela que **“la reunión anual” fue “organizada conjuntamente por (...) Xinhua y la Agencia Peruana de Noticias Andina”**-

En ella ***“participaron más de 100 representantes de los sectores político, empresarial, académico, grupos de expertos y medios de comunicación de China y Perú”***. El cable, presentaba asimismo una reproducción de la **portada del informe**.

Algunos materiales de Xinhua pueden aparecer también en el diario ***El Peruano***, que sigue un modelo bastante particular: es una **mezcla de boletín oficial (decretos, leyes) con temas de interés general**, aunque con una audiencia limitada.

Para 2025 el sitio web de Editora Perú, que está a cargo de la agencia Andina y de 'El Peruano', muestra cinco enlaces fuera de su entorno: uno de ellos es al Centro de Información de internet de China, donde hay material de Xinhua y otros medios chinos (captura).



La portada de un informe de marcado tono burocrático, con numerosas abstracciones y lugares comunes de escaso valor informativo, pero que sirve para mostrar como un “resultado” de una “reunión organizada conjuntamente” por el Instituto Xinhua y la agencia de noticias estatal peruana Andina, según describía la propia Xinhua en el cable del 11.10.2024.

El Comercio, el principal y tradicional diario del país, ha reproducido desde 2016 textos de *China Hoy* relacionados con Perú e incluso publicó un artículo de Xi Jinping especialmente escrito en ese año para un evento de cooperación Asia-Pacífico.

El diario es propietario en un 80% del canal **América TV**, la red más vista, así como de la principal señal de noticias, **Canal N**.

En 2024, *El Comercio* y América TV suscribieron un acuerdo con **CMG** para intercambio y coproducción de contenidos. El mismo año, firmaron un compromiso similar con *Xinhua*.

Desde hace más de una década y hasta hoy las fuentes internacionales de *El Comercio* — además de sus corresponsales— han sido, casi exclusivamente, **EFE**, **AFP** y **BBC**. Varias notas sobre China que son firmadas por la “redacción EC” parecen no obstante **basarse en cables de Xinhua**, pero el nombre de la agencia rara vez se indica.

Algo parecido ocurre en notas de **América TV** que aluden a **temas económicos y tecnológicos**, en las que podrían emplearse materiales de los medios globales chinos, si bien reelaborados por la televisora. A su vez, **Canal N** emplearía algunos textos de *Xinhua* para ciertas noticias con esa misma metodología.

También en 2024 el grupo **La República**, el segundo diario del Perú y titular del 20% restante de **América TV** suscribió un acuerdo con **CMG** para intercambio y coproducción de contenidos. El mismo año, firmó un compromiso similar con *Xinhua*.

Aunque en los textos generales del mismo diario no se ha notado la inclusión de tales contenidos, el diario publica desde 2024, en su edición papel, una sección semanal con materiales “patrocinados” sobre China.

A la vez, en su sitio web, en la parte “especiales” (que reúne textos de anunciantes y empresas igualmente patrocinados), ha habilitado un subsitio especial con un mayor volumen de contenidos chinos, incluso un segmento semanal en video (—ver, más adelante, el apartado *La República y el “Puente a China”*—).



La República y el “Puente a China”

La República, fundado en 1981, está considerado como un diario de centroizquierda, más por su pasado antifujimorista que por su postura actual, más bien neutra.

Desde 2024 publica en su edición papel una sección semanal con notas e infografías centradas en la cooperación entre China y Perú. La sección se denomina “*Puente a China*” y en la parte superior de las páginas del diario se indica solamente “contenido patrocinado”, sin otra información.

“*Puente a China*” es también un subsitio de Internet del diario, pero separado y dedicado, de carácter permanente y con actualizaciones periódicas. No se limita a repetir las notas e infografía de la edición papel, sino que se añade un volumen importante de otros contenidos. Todo ese material proviene en su mayoría del CMG o de Xinhua. El subsitio, que está en español, tiene una función que lo cambia a chino.

Fue lanzado en 2024 y es posiblemente el mejor logrado y trabajado, así como el más completo sitio web de los promovidos por China en un medio latinoamericano (el segundo diario del país), pese a estar destinado a una audiencia eminentemente peruana. No es un simple espacio agregador de cables de Xinhua, como el caso de otros medios regionales.

La descripción que “*Puente a China*” hace sobre sí mismo es la siguiente: “*espacio de integración que destaca el impacto de China en el desarrollo del Perú, visibilizando las acciones de actores sociales, culturales y empresariales del gigante asiático en el país*” [subrayado propio].

Prosigue: “*Impulsado por el mayor grupo editorial peruano y compañías de relevancia global, este proyecto ofrece noticias, entrevistas e información clave sobre las iniciativas chinas en infraestructura, tecnología y seguridad, entre otros sectores*” [subrayado propio].

Las “compañías de relevancia global” que “impulsan” el proyecto y que figuran como “aliados” en el sitio son todas chinas: la minera Las Bambas, CCECC (eléctrica), CRTG (constructora) y Huawei.

El subsitio no tiene ninguna indicación general que haga conocer que todos sus contenidos son pagados por el gobierno chino. Solo en algunos textos se menciona,

como en forma aleatoria, la frase “**contenido patrocinado**”, una vez más sin indicaciones adicionales.

Brinda noticias sobre la **actividad de estas compañías y sus sectores** (especialmente escritas), **China y su involucramiento mundial** (textos de Xinhua no acreditados), **China y el Perú**, incluyendo reseñas de la actividad de la **embajada y el embajador** (Xinhua, sin acreditar y notas especialmente redactadas).

Muestra además numerosos **videos de China** de tipo cultural o turístico, doblados al español y que esta vez se acreditan al **CMG o la TV china**. Probablemente fueron emitidos previamente en **CGTN Español**, aunque llevan igualmente el logo del canal de **You Tube de La República (LR+)**, donde están alojados.

Un importante desarrollo del sitio es que desde 2025 ofrece un **video semanal** de unos 10-15 minutos llamado “**Mundo China**”, presentado por **Beatriz Hou** en las últimas emisiones observadas. El segmento esta también colocado en el canal LR+ de YouTube. Al final del video aparece la mención “**coproducción de Grupo La República y CMG**”.

Este espacio está inspirado y moldeado sobre la base del segmento del mismo nombre que emite desde 2019 la cadena brasileña **BandNews** (—ver, más adelante, el apartado “**Mundo China**” de *Bandeirantes (Brasil)*—).

A diferencia de Brasil, donde “**Mundo China**” sale por una **señal de TV paga de gran audiencia**, esta versión peruana no se difunde en los medios televisivos de los cuales **La República** es copropietaria. Por ahora, queda confinada a este subsitio web y a YouTube, aun cuando su formato la asemeja a una verdadera **producción de TV**.



Página inicial del subsitio web “Puente a China” del diario peruano La República (arr) — El segmento grabado en video “Mundo China” está alojado en aquel subsitio y en el canal LR+ de You Tube de dicho diario. Con el formato de un noticiero de TV, tales videos son producidos conjuntamente entre La República y el CMG de China (aba) (captura de pantalla).

Colombia, Ecuador y Venezuela: situaciones variadas

El diario ***El Tiempo*** de **Colombia**, el principal del país, ha publicado al menos desde 2021 cables de Xinhua con alguna frecuencia, pero rotulados con la mención “**contenido patrocinado**”, sin mayores detalles.

Los textos que se colocan en esta categoría suelen ser laudatorios de China o la figura de su dirigente máximo como “***Xi Jinping, un hombre de cultura***” (10.02.2024). En otras ocasiones reflejan las posiciones de Beijing a través de figuras o expertos que **coinciden con sus posiciones**, como una economista que pondera al grupo BRICS: “***BRICS ofrece nuevo modelo de desarrollo e integración económica***” (18.08.2023).

Otros diarios, como ***El Espectador***, el económico ***La República*** y el periódico ***Portafolio*** emplean ocasionalmente contenidos gratuitos o pagos de medios chinos. En estas instancias, las publicaciones no se efectúan a partir de acuerdos formales, sino que se deciden caso por caso.

En un informe de 2022, Freedom House dice que al menos un **medio de comunicación colombiano** —al que no identifica— **rechazó la firma de uno de estos acuerdos** con la agencia de noticias china, aduciendo “falta de interés”.

Las publicaciones de Xinhua y otros medios chinos en Colombia no parecen haber afectado mayormente la cobertura sobre China, aunque Freedom House llama la atención sobre la **escasez de expertos académicos y periodísticos sobre China** que se registra en el país.

En 2011 se había suscripto un convenio entre la cadena privada **Caracol TV** y la TV china para el intercambio de imágenes periodísticas. Es uno de muchos acuerdos que tiene el noticiero de dicha cadena con canales mundiales; ha sido **usado limitadamente** y no ha derivado en otro tipo de entendimientos.

Desde entonces se han firmado **dos nuevos acuerdos**, en estos casos de mayores alcances.

El primero se suscribió en 2017 entre Xinhua y **canal Zoom**, una televisora cultural que pertenece a la **Asociación Colombiana de Universidades** (públicas, pero también privadas). En este caso Zoom emplea desde hace varios años **materiales** —textos e imágenes— **de la agencia china**.

Existe, asimismo, algún tipo de afinidad: el gerente de Zoom, **Germán Pérez Rodríguez**, participó en el “**Foro de Medios de Comunicación y ‘Think Tanks’ de los BRICS**”, evento impulsado por China y organizado por Xinhua en Río de Janeiro a mediados de 2025.

Pérez Rodríguez dijo que “***BRICS está abriendo espacios para una narrativa nueva, una voz que no sea impuesta desde el norte, sino del sur, más representativa y plural***”, según recoge una **nota de Xinhua**.

En su propia cobertura, **Zoom** no informó en ningún momento acerca de que el foro realizado en Brasil era **promovido por intereses chinos**. En los últimos tiempos, el canal universitario ha sido objeto de señalamientos por presuntas **inclinaciones de propaganda**, paralelas a las denunciadas acerca de otros medios públicos.

El **segundo acuerdo** tuvo lugar durante el gobierno de **Gustavo Petro** (izquierda), entre **CMG** y la **radiotelevisión estatal RTVC**.

La entidad, que tradicionalmente brindó programación cultural sin bajada de línea política durante décadas, ha sido **blanco de denuncias** sobre su **extrema politización** bajo el gobierno de Petro.

Citando esta situación renunciaron dos de sus directoras y otros funcionarios de RTVC, mientras la **Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH de la OEA** caracterizó a la radiotelevisora estatal como medio **propagandístico** y carente de **“espacios para la crítica y el disenso”** (Informe de la Relatoría de 2024).

Como en otros casos, RTVC comenzó emitiendo en 2023 el programa de CGTN **“Frases clásicas citadas por Xi Jinping”** —en este caso su tercera temporada— y luego una serie de documentales ya difundidas por la televisora internacional china. No hubo realizaciones conjuntas en forma de **coproducciones**, como en **Argentina, Brasil o Perú**.

RTVC figura en la página web en español de Xinhua como uno de sus cuatro enlaces a entidades latinoamericanas presumiblemente de mayor confianza y afinidad (junto a las agencias estatales **AVI** -venezolana-, **Prensa Latina** -cubana- y la señal **Telesur**).

Otros acuerdos se hicieron entre una empresa china con **RTVC** —así como con un canal privado— para exhibir **telenovelas y realizaciones varias** (—ver, más adelante, apartado **Princesas, nirvanas, Bruce Lee, lazos familiares y streamings...**—).

En relación a **Ecuador** y según un estudio de American University, había en 2021 tres medios que publicaban contenidos de Xinhua, todos ellos aparentemente como simples suscriptores. Eran los diarios **El Comercio** (Quito), **Metro** (Quito y ediciones locales en otras ciudades) y **La Prensa** (Riobamba).

Los dos primeros han incluido **cables de Xinhua ocasionalmente** en los últimos años. Mientras **El Comercio** había sido suscriptor de vieja data, **Metro** utilizó el material de la agencia china al menos desde 2016 (especialmente para temas de tecnología o economía). No obstante, ambos recibieron siempre el grueso de su información internacional de las agencias occidentales.

Distinto es el caso de **La Nación** (Guayaquil), un diario digital de segunda línea lanzado en 2014 como continuidad lejana de un periódico desaparecido a mediados del siglo pasado, autocalificándose como “decano de la prensa nacional”-

Desde 2021, este medio obtiene prácticamente **todas sus noticias del exterior** de Xinhua (cerca de cuatro a seis cables por día). Publica incluso **comentarios “duros”** o los **textos más propagandísticos** de la agencia china, como **“Cuando Lai juega con fuego en Taiwán, no culpen al humo”** (01.07.2025) o **“China honra historia comprometiéndose con la paz”** (04.09.2025).

En **Venezuela** la relación con los medios globales chinos se canaliza a través del complejo de comunicación estatal, que comprende entre otras cabeceras a la televisora oficial **VTV**, la señal noticiosa internacional **Telesur** y la agencia **AVN**.

Sin embargo, el diario privado **El Universal**, antes independiente, fue comprado por intereses oficialistas en 2014. Desde hace unos años y hasta hoy cuenta con una sección separada regular con la indicación **Titulares de Xinhua** y cables de la agencia.

BRICS ofrece nuevo modelo de desarrollo e integración económica

Experta chilena aplaude enfoque innovador en mercados emergentes.



Embajada de China Foto: Embajada de China



CONTENIDO PATROCINADO

18.08.2023 18:53 | Actualizado: 18.08.2023 21:02



Compartir



Guardar



Reportar



Resumen



Comentar

El mecanismo BRICS, integrado por Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, ofrece un nuevo modelo de desarrollo e integración para las economías emergentes a través de la colaboración conjunta y la generación de interdependencia económica, afirmó la economista chilena Marcela Vera.



Departa

Artículo sobre los BRICS en el diario 'El Tiempo' de Bogotá en 2023 "con contenido patrocinado" por China, aunque el texto publicado en el centenario y principal diario colombiano no aclara por quién.



Nos es grato informar al país, que a partir del 1 de Junio del 2021 El Diario LA NACIÓN Decano de la Prensa Nacional fundado el 1 de marzo de 1879, contará con el respaldo noticioso de la agencia de información más grande del mundo, a quienes les agradecemos por su confianza

Atentamente

Antonio Aguirre Medina
Director-Gerente General

Desde 2021, el diario digital 'La Nación' de Guayaquil obtiene casi toda su información internacional de Xinhua, aun la de países latinoamericanos. El "agradecimiento" del director del medio pareciera implicar que la agencia china le paga al diario para incluir sus materiales y no al revés (captura).

EL UNIVERSAL

Titulares de Xinhua: Xi Jinping impulsa avance exponencial de relaciones entre China, Latinoamérica y el Caribe

'El Universal' era un diario independiente de Caracas opositor al chavismo.

En 2014 fue adquirido por una empresa nominalmente española que lo convirtió en un medio oficialista. Al poco tiempo creó la sección 'titulares de Xinhua' (cable 03.05.2025) (captura)

Uruguay: acuerdos con medios públicos, de izquierda y del interior

En Uruguay no se advierte ningún medio grande que use siquiera ocasionalmente contenidos periodísticos chinos. Sin embargo, ***La R*** ha tenido lazos con Xinhua a partir de afinidades ideológicas.

Este medio es el continuador del antiguo diario de izquierda ***La República***, de Montevideo, el cual entró en convocatoria de acreedores en 2021 luego de haber sido adquirido por intereses vinculados al kirchnerismo argentino en 2010, en un principio asociados con su propietario histórico Federico Fasano.

La R emergió de esta situación considerablemente disminuida (sin la radio CX44 y sin una señal de TV que operaba su predecesor) y transformada en un portal y diario digital pdf, con un nuevo director, Juan Carlos Blanco, pero manteniendo una postura de izquierda.

Un acuerdo entre ***La R*** y Xinhua se firmó en 2021 y desde ese año se publicaron en el medio materiales y textos de la agencia china. A mediados de 2025, Blanco asistió al “Foro de Medios de Comunicación y ‘Think Tanks’ de los BRICS”, evento promovido por China y organizado por la misma Xinhua en Rio de Janeiro.

En un cable del 17.07.2025 Xinhua explicaba que se trataba de “*un evento enfocado en cómo impulsar la cooperación del BRICS y fortalecer la solidaridad en todo el sur global*”, frase exponente de la narrativa y modismos políticos del PCCh.

Otro cable de la agencia china destacaba la declaración de Blanco según la cual la “*expansión de BRICS ofrece una oportunidad histórica para el sur global*” (18.07.2025).

Posteriormente, ***La R*** publicó el 20.07.2025 que “nuestro director” se reunió con el titular de Xinhua. Este último también lo hizo, de acuerdo a la nota del medio uruguayo, con medios de “*Rusia, Vietnam, Cuba y otros países*”. Dicha nota en ningún momento señalaba que el Foro había sido promovido por China.

Blanco dijo que debía generarse “*una alternativa a la que los medios manipulados por Estados Unidos dan del contexto de política internacional*”, así como de la importancia de la comunicación para “*perfiles*” las “*noticias a desarrollar*” que permitan “*la construcción para el sur global*”.

Como ya se ha señalado con anterioridad y es habitual en estas reuniones, Xinhua se conducía de una manera atípica para lo que se espera de una agencia noticiosa, manejándose en forma más parecida a una entidad diplomática y de cooperación internacional.

“Xinhua está dispuesta a trabajar con socios de diversos países para ampliar aún más las áreas de cooperación, innovar los modelos de cooperación, y estrechar su coordinación (...) en el marco de los mecanismos multilaterales”, afirmó el director de la agencia china citado en la nota de ***La R***.

El subdirector de la agencia rusa TASS dijo en la reunión que “*busca reforzar la cooperación con Xinhua (...) para construir conjuntamente un sistema narrativo desde la perspectiva del sur global y potenciar la representación y la voz de los países en desarrollo*”.

La R recogió además que “Marydé Fernández López, vicejefa del Departamento Ideológico del Comité Central del Partido Comunista de Cuba”, así como “responsables de medios cubanos”, expresaron “**su gratitud a Xinhua por defender (...) la información objetiva e imparcial y hacer una contribución indeleble a la difusión de las verdaderas voces de América Latina**” [subrayado propio].

En otro plano, en 2023 Xinhua suscribió un acuerdo de intercambio de contenidos y eventuales coproducciones con el ente audiovisual público **Secan** (Canal 5 Montevideo. Canal 8 Melo y cuatro emisoras en la capital del país).

Esa acción, que tuvo lugar todavía durante el pasado **gobierno de centroderecha de Luis Lacalle**, no derivó en mayores resultados. Podría ser que a partir de la gestión actual del Frente Amplio (izquierda) se **aprecie alguna actividad**.

En 2024 y en el marco de una gira para conseguir suscriptores, Xinhua firmó convenios de intercambio con el **medio cooperativo de izquierda La Diaria** y con el diario reconvertido en digital de la localidad de **Fray Bentos** (interior), **El Rionegrense**.

El corresponsal de **CGTN** en Uruguay es el editor de la revista *Caras y Caretas*, **Mateo Grille**, quien también lo es de **Telesur**. Asimismo, fue periodista y titular de la emisora CX30 entre 2008 y 2014.



Una imagen del cartel que identificaba la reunión del “Foro de Medios y ‘Think Tanks’ de los BRICS” en 2025 en Brasil y en el cual el texto chino está expuesto de manera destacada, sin que tampoco haya inscripciones en ruso, ni lenguas de India o Sudáfrica.



‘El Rionegrense’, bisemanario impreso de la ciudad uruguaya de Fray Bentos que comenzó como medio impreso y ahora está en versión digital con sitio web y posteos diarios en redes. Ha sido un medio tradicionalmente independiente que se abonó a Xinhua en 2023 pero no se aprecia un uso intensivo de sus textos (cuenta de Facebook).

Bolivia: la afinidad con Evo Morales y con Arce

En **Bolivia**, aunque no hay precisiones sobre acuerdos, ya para 2018 había intercambio de contenidos entre Xinhua y la agencia oficial boliviana de noticias **ABI**, particularmente fotos.

En el diario de interés general editado por el gobierno **Ahora El Pueblo** también se publicaban cables de Xinhua, junto a textos provenientes de los sitios web de las señales de TV RT (Rusia), Telesur (Venezuela) e HispanTV (Irán), así como de la agencia cubana Prensa Latina. (El medio se llamaba *Cambio* hasta 2019 y desde 2025 es solo un portal.)

No se utilizaba ninguna agencia de prensa occidental, si bien los textos de todas estas fuentes continuaron siendo incluidos hasta el cambio de gobierno en 2025.

La colaboración entre los medios chinos y los del Estado boliviano se extendió durante gran parte del gobierno de Evo Morales y el de su sucesor Luis Arce, ambos con afinidades ideológicas con China y con las otras naciones indicadas como proveedoras de noticias al diario oficial. Solo se interrumpió durante el breve gobierno de Jeanine Añez (2019-2020).

En cuanto a medios privados, **El Deber** de Santa Cruz, considerado el diario más grande de Bolivia, participó en 2018 en una capacitación de periodistas organizada por el Ministerio de Relaciones Exteriores de China, pero que no parece haber tenido mayor influencia en la cobertura del diario.

Para 2021, sin embargo y según un informe de American University, publicaba algunos contenidos de Xinhua. Hoy no se detecta ese tipo de material en sus ediciones.

El diario, que opera asimismo una emisora periodística de FM en la ciudad del oriente boliviano, tiene como fuentes de información internacional a EFE, RFI y BBC. Manejado por años por la familia Rivero, en 2025 recibió una inversión de empresarios locales cruceños que lo rescataron de problemas económicos.

Igualmente en 2025, el **Grupo Multimedia Los Tiempos** firmó un acuerdo con Xinhua para el intercambio de contenidos. El grupo abarca al periódico del mismo nombre en Cochabamba, así como **La Prensa** (La Paz) y **El Alteño** (suburbio de El Alto) y tiene una postura independiente.



‘Ahora el Pueblo’, el diario de interés general editado por el gobierno boliviano durante las presidencias de Evo Morales y Luis Arce, con un cable de la agencia Xinhua el 20.11.2024.

Panamá: colaboración entre diarios generales y étnicos

En Panamá, los diarios *El Siglo* y *La Estrella* (grupo GESE) comenzaron en 2018 a insertar un **suplemento en español semanal** para ofrecer información oficial y de interés general relacionada con China. Un año antes se habían establecido **relaciones diplomáticas entre Beijing y Panamá**, cortándose los lazos con Taiwán.

Según la descripción de cuando fue lanzado, el suplemento contiene “*información relacionada con la República Popular China y sus costumbres, sitios turísticos, cultura e información*”, así como noticias de utilidad práctica para personas “de cualquier nacionalidad” que busquen “*entablar relaciones comerciales, turísticas o de estudios*” [subrayado propio].

Los contenidos no eran provistos por China, sino por el diario chino panameño *El Expreso*, que si bien usa materiales de medios globales chinos, **no mantiene un alineamiento completo con Beijing** (—ver, más atrás, el apartado *Medios de la diáspora china en América Latina: Perú, Panamá y Cuba—*).

El Siglo y *La Estrella* atravesaban una situación particular. En 2016 su dueño panameño-libanés, **Abdul Waked**, fue incluido en una lista del Departamento de Estado de los Estados Unidos bajo la acusación de **lavado de dinero** y vínculos con el **narcotráfico**.

Waked negó todos los cargos y algunos sectores de Panamá también consideraron injusta la medida, que antes que nada afectaba a otros miembros de su familia. De todas maneras, los diarios fueron excluidos de la lista en 2017, cuando **Waked cedió el 51% de las acciones**.

El control de *El Siglo* y *La Estrella* pasó a una **fundación** dirigida por empresarios y abogados simpatizantes del partido PRD (centroizquierda), **en ese momento opositor**. Fue al año siguiente cuando comenzó el suplemento chino. La situación se mantiene al día de hoy.

Por otro lado, corresponde destacar que la compañía editora de *El Expreso* —ya sin versión en papel— tiene **presencia en Internet** a través de posteos en redes sociales y videos en YouTube que brindan **abundante contenido en español** (—ver, más atrás, el apartado *Medios de la diáspora china en América Latina: Perú, Panamá y Cuba—*).

De esa forma transmiten **noticias y temas chinos** —predominantemente locales en este caso— a un público general en el país.

En 2018, entre el **Sistema de Radio y Televisión Estatal de Panamá (SRTE)** y la **Administración Nacional de Radio y Televisión de China**, se firmó un convenio atípico ya que casi siempre estos acuerdos se suscriben con el CMG y no con dicha administración, que es un organismo regulador de ambos medios y, por lo tanto, también del CMG.

Se contemplaba, como en la mayoría de estos entendimientos, el **intercambio de contenidos y coproducciones**. Hasta el día de hoy se exhibieron varias realizaciones chinas de **ficción y documentales**, pero no hubo coproducciones.

En 2019, la compañía del gobierno provincial **Fujian Media Group** y la privada **Televisora Nacional (TVN)** firmaron igualmente un acuerdo de intercambio de programas, el cual no parece haber sido puesto en práctica.



Temas del día • Últimas noticias • Infidencias • Crisis en Venezuela • Reemplazo de docentes • Panamá al Mundial • Asamblea Nacional •

Inicio > Panamá > Nacionales

NACIONALES

El Expreso, viene en El Siglo y La Estrella

La edición correspondiente a La Estrella de Panamá tendrá cuatro páginas y la de El Siglo saldrá con un mínimo de ocho

Una de las primeras ediciones de 'La Estrella de Panamá' en 1858 (había empezado como diario en inglés en 1849) (arr) – El 28.07.2018 el diario 'El Siglo', del mismo grupo que 'La Estrella', anuncia que tendrá un suplemento en español sobre China elaborado por 'El Expreso' (diario chino panameño) (aba) (capturas).

De Centroamérica al Caribe: distintos casos

En **Costa Rica** el diario de negocios **La República** incluyó suplementos pagados por el gobierno chino y columnas de la embajada desde fines de la década pasada. Ya hacia 2010 era el único medio del país suscripto a Xinhua.

No se han detectado convenios firmados, pero uno de los casi diez portales digitales independientes de actualización diaria o semidiaria de San José, **El País** (fundado con el nombre **Nuestro País** en 2009), tenía desde 2024 una sección dedicada a Xinhua donde se publicaban dos o tres notas diarias.

Su sección internacional general mostraba además varios contenidos con un enfoque chino y notas de las agencias **Prensa Latina** (cubana) y **Sputnik** (rusa). El fallecimiento de su fundador y director en 2025 parece haber paralizado el portal.

Al poco tiempo de establecer relaciones con **El Salvador** en 2018, a la vez que se interrumpían los lazos con **Taiwán**, China realizó en ese país una de sus más insólitas apuestas mediáticas.

Beijing celebró acuerdos de “compartición de contenidos” simultáneamente con un canal de TV opositor de izquierda y con el diario oficialista propiedad del gobierno, de un

perfil de derecha “dura”. Era el mismo gobierno que posiblemente **maniobró** para que el canal **terminara cerrando**.

Diario El Salvador es un **diario de interés general** (impreso y digital) **editado por el Estado** a través de la compañía pública generadora de electricidad **CEL**. Apareció en 2020, al año siguiente de iniciarse el gobierno de **Nayib Bukele**.

El joven mandatario comenzó su carrera política en la **izquierda exguerrillera** y luego viró hacia una **derecha con inclinaciones autoritarias**. Su política de combatir el crimen con un **draconiano sistema carcelario** y debilitando la justicia le granjeó un fuerte apoyo popular.

El diario gubernamental es descripto por **RSF** en su informe de 2025 como **“financiado con fondos públicos, y dedicado a la difusión de propaganda oficial, mientras ataca a la oposición”** [subrayado propio]. Por lo que puede apreciarse, la inversión en el medio es alta, tanto en personal como en servicios e infraestructura.

No hay constancias sobre si se firmó un acuerdo, pero al menos para 2023 ya se incluían **notas de Xinhua en el diario**. Un cable de esa agencia de 09.12.2023 citaba declaraciones del director, **Luis Láinez**, en las que decía que **“ha venido publicando artículos que destacan la amistad entre China y El Salvador”**.

La colaboración se tornó posteriormente más estrecha. Los cables de Xinhua pasaron a integrar una **parte importante de la cobertura internacional** —también se empleaban los de AFP— y en 2024 Xinhua y el diario **publicaron un libro en conjunto** con el título ***Reportajes de encuentros: la relación China-El Salvador***.

“Diario El Salvador es el socio más importante que tenemos en El Salvador”, aseveró el director de Xinhua para América Latina, **Chen Jun**, según una publicación del propio diario del 28.02.2024. Esta afirmación implicaba cierto **desaire** para su otro asociado: el canal **TVX**, que no duraría mucho más en el aire.

TVX había firmado no solo un acuerdo con **Xinhua** en 2020, sino que el año anterior suscribió un instrumento similar con **CMG** (ratificado en 2023), en todos los casos cuando el canal ya estaba a cargo del periodista **Julio Villagrán**.

Curiosamente, fue la **familia Bukele** quien en 2019 le vendió **TVX a Villagrán**. Esta transacción se efectivizó al mismo tiempo que **Nayib**, electo en ese año, asumía como presidente salvadoreño. Desde entonces ha gobernado ininterrumpidamente, habiendo impulsado la reforma de la Constitución para obtener la **reelección indefinida**.

El sitio de investigación ***El Faro*** dice que la familia Bukele recibió dinero de la **filial de la petrolera venezolana PDVSA** (ALBA Petróleos) en el país centroamericano, luego de lo cual la señal **pasó a Villagrán**, ocasión en la que se proclamó “apolítico”.

Sin embargo, Villagrán había sido vocero de ALBA Petróleos e integrante del partido de izquierda **FMLN** (ex guerrilla), al que igualmente había pertenecido **Nayib Bukele cuando era alcalde de la capital** y, previamente, de una población cercana.

“Siendo sinceros... ¿qué empresa no recibió dinero de ALBA Petróleos en este país?”, dijo **Bukele** cuando recordó el episodio ya siendo el mandatario de El Salvador.

Con **Villagrán TVX** tomó un **tono más periodístico**, incluyéndose **programación china y de RT** (aunque había también espacios de la **VOA**).

Villagrán fue invitado a varios programas de CGTN o a eventos organizados por esa televisora o Xinhua. Presentaba a TVX como “miembro de la comunidad de los medios de comunicación de la Franja y la Ruta de la República Popular China” (emisión de CGTN del 12.11.2022).

El 31.10.2024, un mensaje X de Villagrán decía: “TVX manteniendo una estrecha relación con un gobierno de la República Popular China. Gracias amigos chinos...” en respuesta a un reconocimiento de una entidad china. Pero al menos Xinhua (sin datos sobre CMG) ya había tomado la decisión de priorizar su relación con el gobierno.

Con una postura crítica contra Bukele, TVX era uno de los pocos medios salvadoreños que invitaba a opositores o disidentes. Dejó de transmitir por “falta de anunciantes” a mediados de 2025, cese que algunos círculos atribuyeron a presiones del gobierno. Villagrán pasó a expresarse a través de las redes sociales.



“Nos convertimos en el primer y único canal salvadoreño con una formal y seria relación con la República Popular China”, dice el director de TVX en San Salvador en un programa de CGTN del 21.08.2023, en el cual se celebraron los cinco años de relaciones diplomáticas entre ambos estados. TVX, que entrevistaba a opositores al presidente Bukele, dejó de transmitir en 2025 por “falta de anunciantes”, aunque existe la sospecha generalizada de presiones del gobierno. Sin embargo, los medios globales chinos —o al menos Xinhua— volcaron entonces todo su apoyo a los vehículos mediáticos del gobierno de Bukele (captura de pantalla).

En Nicaragua, el régimen sandinista cortó relaciones con Taiwán en 1985 y las estableció con China. Xinhua ya había abierto una oficina en Managua en 1979. Desalojados los sandinistas del poder se reanudó en los 90 el vínculo con Taiwán, pero otra vez en 2021 el gobierno de Daniel Ortega rompió relaciones y las volvió a establecer con China.

En ese mismo año se firmó un acuerdo entre el CMG y el Consejo de Comunicación y Ciudadanía y la Cinemateca Nacional, que tiene jurisdicción sobre la emisora estatal (Radio Nicaragua) y canales paraestatales, para “intercambio de contenidos”.

Uno de esos canales, de situación legal poco clara, es Canal 15. Era el ex Canal 100% Noticias (privado), cuya independencia le valió ser clausurado y confiscado por el gobierno en 2018, pasando después a emitir programas oficialistas.

En 2022 se firmaron nuevos convenios: uno con el Canal 6 (paraestatal) para crear un “teatro chino” y doblajes; otro para intercambio de contenidos noticiosos entre ese canal

y CCTV y un tercer acuerdo entre el portal **El 19 digital** (principal medio oficialista, nominalmente privado) y Xinhua.

Mientras el primer acuerdo parece haber quedado en la nada, los otros dos se reducen, respectivamente, a la **inclusión de material de CGTN en noticieros de TV** y de cables de Xinhua en el portal. Por otro lado, sin que sea parte de los acuerdos, el **Canal 4** (oficialista) comenzó a transmitir cápsulas sobre **turismo en China**.

Honduras entabló relaciones diplomáticas con China a fines de 2023. El país fue gobernado entre 2021 y 2026 por **Xiomara Castro**, parte de la izquierda latinoamericana que se identifica con el llamado ‘socialismo del siglo XXI’.

La administración convirtió a los **medios de comunicación estatales** (Radio Nacional de Honduras, Canal 8 y el diario *Poder Popular*) en **abiertas plataformas de propaganda de la presidenta y de su partido**. Mientras tanto, la inclinación ideológica de la mandataria abrió la puerta a contenidos chinos en tales medios.

A los pocos días del reconocimiento a China, CGTN produjo y transmitió un programa de dos partes: *“Honduras y China, de la mano hacia el futuro”*, que también fue emitido por **Canal 8**.

En 2024, la **directora de Canal 8**, tras viajar dos veces a China, dijo que *“el presidente Xi Jinping se mantiene con los pies en la tierra, siendo siempre bastante humano (...), consciente aún de las realidades que enfrenta China”*.

Canal 8 inició en 2024 un espacio semanal de media hora, que continuó en 2025, *“Conectados con Honduras”*, **exclusivamente con noticias y videos de Xinhua** y presentado con el logotipo de la agencia china en pantalla. Es el **espacio audiovisual más extenso y visible** que ha conseguido Xinhua en la región, aunque con el cambio de gobierno de 2026 hay dudas sobre su continuidad.

Se presume que debe haber **una contraprestación económica**, pese a que no se anunció la firma de ningún acuerdo, mientras el canal público hondureño se ha caracterizado por la **opacidad** de su funcionamiento durante el gobierno de Castro.

En **Guatemala**, que continúa con relaciones con **Taiwán**, el uso de materiales de CMG o de Xinhua en los medios del país es **limitado**, pero en algunos momentos han existido **intercambios** entre el diario **Prensa Libre** y Xinhua. En particular, la agencia china empleó **fotos del medio escrito guatemalteco** para ilustrar episodios del país.

En 2009, el gobierno de la **República Dominicana** creó una agencia noticiosa, **Antena** (Agencia Nacional de Noticias y Temas Nacionales). Si bien tuvo una muy corta existencia, ya que fue disuelta en 2012, llegó a sostener **conversaciones con Xinhua** para intercambios informativos.

En ese momento, el país tenía desde 1957 vinculaciones diplomáticas con **Taiwán**, que fueron rotas en 2018. **Desde entonces se establecieron relaciones con China** y CGTN dedicó a República Dominicana algunos programas.

Al mismo tiempo, la señal privada de cable e Internet de Santo Domingo **Acento TV** (surgida en 2015) emplea algunos textos de CGTN en su página web. El portal **noticia.do**, fundado en 2014 y que desde sus orígenes usaba eclécticamente textos de la **VOA** y de **RT**, comenzó a emplear Xinhua en 2021 y hoy los cables de la agencia china representan la **totalidad de sus notas internacionales**.

Listín Diario, el más importante de la media isla caribeña, publicó de manera irregular unos pocos textos de Xinhua entre 2021-2024, generalmente de propaganda explícita (como “Xi Jinping hombre de cultura”, que apareció en varios medios de la región).



El ‘diario de Bukele’ menciona una noticia china “de color” en primera plana (08.10.2025)



En el primer programa de CGTN en 2023 emitido por el estatal Canal 8 de Honduras ya hubo publicidad indirecta de Huawei, empresa privada china (captura de pantalla)



El estatal Canal 8 de Tegucigalpa/Comayagüela transmitía desde 2024 un programa semanal de media hora de Xinhua, ‘Conectados con Honduras’ (captura de pantalla)

Chino básico y milenario...

En América Latina no hay emisoras locales a tiempo completo que transmitan o retransmitan extensamente contenidos emanados de China (excepto la radio China Visión en Panamá y algunos intentos trancos pasados; no consideramos la reproducción de la señal internacional de CCTV/CGTN en los cableoperadores y en DirecTV o sus equivalentes de distintos países de la región).

Tampoco existen emisoras locales para la comunidad china ni hay espacios de radio o TV dirigidos propiamente a la colectividad (nuevamente, con la excepción panameña), de la misma forma que hace años eran comunes, por ejemplo, programas étnicos en los respectivos idiomas: la “hora alemana”, “hora italiana” u “hora española” en emisoras radiales latinoamericanas.

Sí existen en varios países programas que difunden e informan sobre la actualidad, cultura o economía china para las audiencias locales generales, en el idioma correspondiente (español o portugués en América Latina).

Pueden tener temas o enfoques muy distintos: enfatizar la cultura, arte, cocina o turismo o bien tratar más sobre asuntos internacionales, economía, tecnología o cuestiones ambientales.

Estos programas pueden ser realizados por personas chinas o de herencia china o, al contrario, por periodistas o comunicadores que no sean de ese origen.

Y, por último, sus responsables a veces no tienen afinidad ideológica con el PCCh, mientras que en otros casos pueden identificarse con la izquierda en términos generales o seguir ajustadamente la línea política de Beijing.

Pese a todas estas diferencias, la mayoría de estos programas se realiza con la coproducción o el apoyo de los medios globales chinos, implantándose así una hegemonía narrativa, de hecho, afín a la propaganda china. No obstante, hay algunas excepciones.

En Argentina, Carlos Lin (Lin Lin Wen Chen) afirma ser “el primer locutor chino de América Latina” y efectivamente es egresado de la escuela de locutores de Buenos Aires ISER. Con frecuencia es invitado a programas y *streamings* para hablar sobre la cultura china y la comunidad local.

Lin es hijo de taiwaneses, que era la congregación china inicial del país, la cual creó los primeros medios en chino y el barrio *Chinatown* de Buenos Aires. Aunque claramente no sigue una línea afín a Beijing, tiende a no incursionar en temas políticos.

Lin y la actriz Carolina Hsu condujeron “*Chino Básico*”, el “primer magazine chino de la TV Argentina” sobre tópicos chinos (cocina, cultura, negocios, etc.) en un espacio de la señal de cable **Metro** (Grupo Clarín) (2014-2016).

En su primer programa estuvo como invitado el consejero cultural de China. Pese a esta circunstancia, esto no condicionó la amplitud temática del espacio. Las notas, de todas formas, no tenían pretensiones de profundización ni bajaban línea política.

El programa terminó por razones no especificadas, tras lo cual Lin intentó conseguir anunciantes para un nuevo espacio. El investigador Juan Pablo Cardenal dice que Lin se

acercó a la **embajada china** para solicitar financiamiento, pero la embajada lo derivó a otro lugar, el cual le sugirió ir al **Grupo América**.

En la señal de noticias de dicho grupo, **A24**, Lin llevó adelante el programa **“Milenarios”**, que se emitió entre 2016 y 2017. En este último año fue levantado y esa fue la **última vez que el locutor de herencia taiwanesa** condujo un programa de TV sobre cuestiones chinas.

Lin sigue teniendo planes al respecto, aunque ahora enfocados a la propia comunidad china. **“No hay ninguna radio china [en Argentina] y me gustaría ser el primero en crearla”**, dijo en 2024 en declaraciones a otra emisora, Radio Rivadavia.

Una **personalidad distinta** es la empresaria y periodista china, **Eva Blanco Lu** (Lu Xia), quien emigró a Argentina desde China continental en 2011, **tradujo al chino la biografía de Cristina Kirchner** y escribió textos junto a los directores de *DangDai*. Fue incorporada como columnista a **dos programas radiales** de Buenos Aires en 2024.

Uno de ellos es conducido por **Alejandro Bercovich** en Radio Con Vos (FM 89.9) y se trata de la sección **“De acá a la China”**, sin relación con un programa que se emitía tiempo atrás por parte de la revista *DangDai* y que será mencionado posteriormente (—ver, más adelante, el apartado **“Clave China” y otros programas en la radio argentina—**).

El otro es también un segmento del programa *La Negra Pop*, con la locutora **Elizabeth Vernacci** y se llama **“Martes chino”** (Pop Radio, FM 101.5, Grupo Indalo, pro kirchnerista).

Lu sigue la **línea de Beijing**, a veces forzando ejemplos: **“la forma en que China resuelva Taiwán puede ser un modelo para Argentina en Malvinas. Porque Taiwán es China y las Malvinas son argentinas”**, dijo una vez. (Otros, sin embargo, no encuentran esa relación y ven la situación más parecida a la división de naciones como **Alemania o Corea** en un régimen dictatorial y una democracia.)



Carlos Lin en el programa de TV ‘Chino Básico’ en 2014 (señal Metro, Buenos Aires) (captura de pantalla)



En la imagen del streaming de la emisora Pop Radio (Buenos Aires, FM 101.5), Eva Blanco Lu (cen) con la locutora Elizabeth Vernacci (der) (2025) (en un ángulo superior (izq), un retrato del músico de tango argentino Osvaldo Pugliese, con actuación en el siglo XX, irónicamente afiliado al Partido Comunista argentino y prohibido por ese motivo en radiodifusión en los años 50 por el peronismo y por algunos gobiernos posteriores) (captura de pantalla).

“Clave China” y otros programas en la radio argentina

En Argentina ha habido otros programas, como el espacio radial **“De acá a la China”**, que fue el **primer programa** de su tipo en la historia audiovisual del país. Era conducido por los mismos responsables de la revista **DangDai**, Gustavo Ng y Néstor Restivo.

Estuvo al aire entre 2013 y 2015 en la hoy desaparecida **Radio Palermo** (FM 93.9) y en 2016 pasó a **AM750** (Grupo Octubre, sindicato de encargados de edificios, pro kirchnerista). En 2017, su año final, se situó en **Radio Argentina** (AM 570) pero como una “cápsula” de un programa rural auspiciado por la cerealera **Nidera** (adquirida por capitales estatales chinos en 2014).

Otro espacio, de menor trascendencia, fue **“La ruta china”**, “brindando certezas en un mundo incierto”, de **Radio Rebelde** (AM 740), iniciado en 2021 y conducido por el militante kirchnerista y “sinólogo” **Lucas Villasenín** y otros integrantes de esa emisora, controlada por el dirigente igualmente kirchnerista, proiraní y chavista **Luis D’Elía**.

Algunos de los temas presentados eran **“confusión por las vacunas chinas provocadas por la sinofobia”** o **“Xi Jinping llamó a reforzar la gobernanza global”**. Dejó de emitirse antes del año.

Aunque es evidente que en esta clase de programas existen afinidades ideológicas de sus realizadores hacia la política china, la verdadera cuestión es que mezclan **contenidos locales con los de medios globales chinos**.

De esa manera, terminan bajando la línea del PCCh debido a su abundante **propaganda positiva**, **contenidos oficialistas** y **eliminación de temas incómodos**, sin ningún tipo de contrapeso.

Esto último no puede sorprender ya que muchas veces estos espacios son **coproducidos con los propios medios globales chinos (y quizás financiados por ellos)**, circunstancia que es minimizada todo lo que sea posible.

Probablemente, el programa más importante de estas características en la región latinoamericana es el semanal **“Clave China”** (60 minutos).

Se emitía desde 2019 hasta 2025 por **Radio República** (AM 770) (ex Radio Cooperativa hasta 2021 y ex Radio 770 2021-2024). Esta emisora de Buenos Aires también difundió por años (2007-2015) los espacios del mencionado Luis D’Elía. **“Clave China”** se independizó de la mencionada radiodifusora y **hoy es un streaming**.

Cuenta con un **sitio de Internet** específico con textos, audios de las transmisiones y corresponsales en la región, que lo proyecta como una plataforma **hacia toda América Latina**. En el pasado se anunciaba que el programa se **coproducía con CRI** y luego con **CGTN**, pero después omitió esta referencia. Parece contar con **importantes recursos**.

“Clave China” fue inicialmente conducido por las periodistas Luisa Valmaggia y **Lidia Fagale**. Al poco tiempo quedó exclusivamente a cargo de la última.

Aunque usa abundantemente contenidos elaborados por **CRI** o **CGTN** —incluso noticias en español especialmente producidas para el programa con un **locutor chino**—, analiza y comenta por cuenta propia asuntos internacionales con una perspectiva afín al llamado **“socialismo del siglo XXI”**.

Según su sitio web, cuenta con una red de **“colaboradores especiales”**, casi todos ellos comprometidos militantemente, en **Bolivia, Brasil, Chile, México, Puerto Rico, Venezuela, España, Francia y Congo (Kinshasa)**. Algunos de estos colaboradores muestran peculiaridades algo inesperadas, como una **“especialista en I Ching”**.

También figura en la lista **Mercedes Giuffré**, “investigadora y miembro del Comité Asia-Pacífico del CARI” (Argentina), que no cuadra en los perfiles anteriores.

Por su parte, **Fagale es dirigente de UTPBA**, un sindicato de prensa de escasa representatividad, plagado de disputas internas y fuertemente ideologizado, integrante de la asociación **FELAP**, la cual esgrime explícitamente posturas **pro castristas y chavistas**.

Es, además, integrante del “presídium” de la **The Belt and Road News Network (BRNN)** (Plataforma de Periodistas del Belt and Road) una agrupación de **comunicadores pro-Beijing** de todo el mundo vinculada al **PCCh**.



El programa radial argentino ‘Clave China’, con los logotipos de los medios globales chinos (Facebook)

“Efecto China” en Chile

En Chile, el periodista **Rafael Pardo** presenta y conduce “*Efecto China*”. El programa comenzó en 2022 en la emisora chilena **Radio Cooperativa** (FM 93.9), que no tiene ninguna relación con la radio argentina que llevaba ese nombre.

A diferencia de su antigua similar de Buenos Aires, **Radio Cooperativa (Santiago)** es un medio de **primera línea** —últimamente afectada por problemas económicos— y que ha tenido una posición de centroizquierda históricamente afín a la **Democracia Cristiana** de ese país.

Pardo se desempeñaba en la emisora como editor antes de que se iniciara el programa, que es una **coproducción con CGTN/CRI** (circunstancia que solo se indica en los *banners* de redes sociales, pero casi nunca al aire) y una “invitación” del Instituto Confucio de la Universidad Santo Tomás (privada, católica).

El espacio se ha transformado asimismo en un **producto multimedia** con presencia en la red, podcasts, textos, etc.

“*Cultura, comercio, turismo: los factores de un intercambio que da frutos*”, es la frase con la que comienza el programa, con notas, entrevistas y música, así como empleo de **materiales de los medios globales chinos**. Sigue la **línea positiva y no controversial** típica de la vertiente oficial de comunicaciones de Beijing.

Pero, a diferencia del programa “*Clave China*” de Buenos Aires, este programa chileno no “baja línea” ni **propagandiza posiciones de izquierda (o de ningún otro tipo) locales o internacionales**.

Para mediados de 2025, el programa se presentaba en YouTube como una “**iniciativa**” de Radio Cooperativa y en X como “**un proyecto**” de la emisora. No obstante, otras publicaciones en redes hablaban de una “**coproducción**” con los medios globales chinos.

Lo notable es que **gran parte de la cobertura de China de Radio Cooperativa en las redes sociales refiere a “Efecto China”** y a noticias positivas o que destacan el poder de Beijing, con títulos en X como “**El llamado de Xi: multilateralismo frente al hegemonismo**” (09.09.2025) o “[Video] ‘**Guardianes de acero**’: China presenta los últimos avances de su Fuerza Aérea” (03.09.2025).

Los textos o audiovisuales **corresponden en un gran número de casos a CGTN (acreditados)**, aunque otras veces a agencias internacionales como EFE.



Logo del programa chileno ‘Efecto China’

“Mundo China” de Bandeirantes (Brasil)

“Mundo China” es una asociación entre la televisión china y la importante cadena radiotelevisiva brasileña **Bandeirantes (Band)**. Comenzó en 2019 y consiste en un **segmento de noticias diario sobre China** de unos 15 minutos emitido en medio de la programación de la señal de noticias **BandNews TV**.

Se trata de uno de los vehículos más importantes de **difusión de propaganda china en Brasil** y, posiblemente, **en un medio de comunicación relevante en un país occidental**.

Es cierto que **“Mundo China”** es claramente presentado como una **“parcería” (asociación) entre el grupo y CCTV** (no se usa el acrónimo CGTN porque esta última no tiene emisiones generales en portugués) y en forma de **segmento diferenciado**. También se indica, en los casos que corresponden, que las **“imágenes”** o el **“periodista”** en pantalla son de CCTV.

Sin embargo, **no se menciona que CCTV es la TV estatal china, controlada por el gobierno-partido del país asiático**. Las coberturas de **“Mundo China”** usan en su gran mayoría contenidos (y personal) de los medios chinos y, por lo tanto, siguen la **línea positiva de Beijing** con énfasis en tecnología, economía, cultura o turismo sin elementos negativos o conflictivos en temas sociales o políticos.

El **81%** de notas expresamente presentaron a **China en forma positiva**, un 15% neutrales y apenas el 3% fueron negativas, según un estudio de 2024 de Pablo Sebastián Morales y Paulo Menechelli. Las **notas positivas** podían incluir desde propaganda (publicidad encubierta) a favor de la empresa **Huawei** hasta **declaraciones positivas sobre China** de políticos brasileños.

Los medios globales chinos, además de coproducir el segmento, **suministran contenidos a BandNews y otros medios del grupo** para la cobertura de temas relacionados con China.

Esta situación puede **influir la línea editorial** de la empresa brasileña: el mismo estudio mostró que, **fuera del segmento de “Mundo China”**, las notas positivas de BandNews sobre el país habían registrado un **aumento importante desde 2019**, es decir, desde que se firmó el acuerdo para la coproducción

Otro ejemplo es citado por el investigador Morales. Durante la pandemia **Eduardo Bolsonaro**, el hijo del entonces presidente de Brasil, criticó a China y la calificó como **dictadura**.

El embajador chino en Brasil respondió y se generó una **crisis diplomática**, todo lo cual fue recogido por BandNews. Pero, la señal transmitió **también una editorial en la que defendía a China** y criticaba a los políticos brasileños.

Morales dice que **“esto generó la percepción (...) de que este canal no solo tenía un acuerdo con un medio chino, sino que estaba completamente controlado por él. Esta percepción puede ser poderosa en el ámbito político”**.

En cambio, la vicedirectora de China Media Group (CMG) para América Latina considera que esta alianza es muy importante y **debería ser replicada con más vehículos mediáticos locales** en la región.

“Esta alianza entre China Media y el Grupo Bandeirantes puede convertirse en un ejemplo para los medios de comunicación de América Latina y China” [subrayado propio], dijo la directiva, según un comunicado del medio brasileño del 24.05.2024.

Bandeirantes y el CMG han llegado a promover en forma conjunta actividades como seminarios. El 11.06.2021, por ejemplo, realizaron un encuentro virtual con el nombre *Panorama China: Pasado, Presente y Futuro*, el cual “reunió a especialistas de diferentes áreas para discutir temas relacionados con China, destacando las relaciones chino-brasileñas”.

Los participantes incluyeron al editor brasileño de *China Hoje*, académicos, empresarios y periodistas.



La periodista Liz Sacramento es brasileña y podría pasar como una integrante más del noticiero de Bandeirantes o de cualquier cadena de su país. Pero trabaja para CCTV, es decir, es una voz que representa a China en el canal de Brasil y que en este caso, además, está encargada de una cobertura sobre China. La periodista envía también notas para CGTN Español y CGTN America (captura de pantalla de BandNews).

RAE Argentina y su programa chino

Una nota especial es el programa chino de una hora que desde 2013 produce el servicio internacional de radio argentino RAE (Radiodifusión Argentina al Exterior —“Argentina al Mundo”).

Se trata del modesto medio global de Argentina que, sin embargo, es el más antiguo de América Latina y el único existente hoy en Sudamérica en el segmento de radio.

El servicio depende de Radio Nacional, que a su vez es parte de RTA, la empresa estatal que también opera el canal público TVP.

El programa de RAE en chino es la única realización audiovisual en ese idioma producida por un ente público en América Latina. Por sus características y función no se lo puede

agrupar con el resto de los escasísimos programas sonoros en ese idioma realizados en la región (como los ya desaparecidos del Perú y de los supermercados de Argentina o los actuales de la emisora panameña China Visión y el *podcast* del diario NMQB).

Este **programa en chino** surgió con el propósito de mejorar la variedad idiomática de RAE, con segmentos en español, inglés, francés, portugués, alemán, italiano y japonés. Que se sepa, **no tiene vinculación con alguna estrategia política y diplomática** que involucre a China.

De hecho, un servicio como el de RAE, que podría **servir para avanzar el *soft power* de Argentina** —si es que existiera tal cosa—, ha estado sujeto a **improvisación y limitaciones burocráticas** de distinto tipo en las últimas décadas.

Por ejemplo, no transmite en **árabe** porque su locutor se retiró en los 90 y el idioma no ha sido repuesto hasta hoy, pese a su importancia geopolítica. Tampoco ha emitido jamás en **ruso**.

Los programas, **en todos los idiomas**, que en una época ofrecían una estructura metódica (noticias, comentario político, música, notas, etc.) ahora **son mayormente deshilvanados**.

Muchos de ellos carecen hoy de boletín formal de noticias, análisis o repaso de la actualidad, así como de secciones fijas.

Algunos se dedican a **un solo tema por emisión** (60 minutos) como **“feature” sobre Argentina** (cultural, artística, histórica o ‘de color’ pero pocas veces a la actualidad económica o política, lo que depende de quienes los preparan en cada idioma diferente). Estos contenidos, elegidos sin un criterio discernible y con gran repetición de estereotipos (Gardel, Maradona, el mate, etc.) se combinan con música.

En otros casos son **improvisaciones, lecturas o diálogos** rellenos igualmente con música. Referencias y temas de estricta **comprensión o interés doméstico**, sin mayores esfuerzos para adaptarlos a las audiencias externas, abundan en español y, más todavía, en el resto de los idiomas (en muchos casos con locutores no nativos y excesivo acento).

Estos programas se emiten de **lunes a viernes** en un **streaming sonoro en tiempo real** y son guardados asimismo como grabación en el sitio web de la estación. Pero a veces **no se emiten o no pueden escucharse**. Como consecuencia, los *podcasts* resultantes (y sus textos) son colocados irregularmente, con **faltantes por días o semanas**.

Otro signo de inestabilidad está dado por el **uso errático de la onda corta**. Aunque los transmisores argentinos de RAE en la localidad de General Pacheco **colapsaron luego de décadas de operación**, es verdad que la mayoría de servicios mundiales han abandonado esa tecnología —no, extrañamente, Beijing— y la **reemplazaron por Internet**.

RAE alquiló por años —ya no lo hace— un **transmisor de onda corta a una empresa privada en Miami**, a precios bajos, pero cuyos horarios y frecuencias variaban constantemente, no siempre seguían lo anunciado y era de recepción difícil fuera de América.

Todo lo anterior se aplica también al **programa chino**. Como los demás, está preparado y **destinado** —al menos en teoría— **a audiencias del exterior** (en este caso las de China o la *Gran China*).

Aunque RAE sea un servicio poco conocido y de relevancia limitada en la comunicación mundial, no hay mayores datos sobre su recepción o popularidad en Asia o, eventualmente, en comunidades de la diáspora china en Argentina o en otros lugares.

No obstante, el director ejecutivo de la emisora, **Adrián Korol**, dijo que unos *podcasts* en chino sobre **folklore argentino** lanzados en 2016 fueron muy exitosos y tuvieron un altísimo número de descargas, muy por encima de lo habitual.

La encargada y única locutora titular del programa chino, desde su inicio, es la locutora **Lina Ji Ovideo**, nacida en **Harbin**, al noreste de China y venida a Argentina en los años 90 tras casarse con un académico argentino.

Se desempeñó como locutora en la radio provincial de su ciudad natal y en la emisora del EPL en Fujian **La Voz del Estrecho**, que difundía propaganda hacia Taiwán —ver, más atrás, el apartado *China-Taiwán: más duelos de propaganda*—).

Las políticas erráticas afectaron al servicio chino de RAE de distintas maneras. Por épocas la transmisión china se abrió con un **boletín de noticias** (cuatro o cinco), sobre Argentina, la región o aun temas mundiales, con una **selección algo arbitraria**. Luego se completaba con música (tango, folklore o *rock nacional*).

En otros periodos este informativo se reemplazó —como ha vuelto a ocurrir en 2025—, sin mayores explicaciones, por una **nota única para toda la emisión** sobre algún **tema o figura emblemática argentina** (desde el vino Malbec hasta el rockero Charly García). Después se completaba con música y comentarios de circunstancia.

Como un **contenido no habitual**, entre 08.2025 y 09.2025 el “*feature*” fue reemplazado en dos oportunidades por una **nota sobre el litio en Argentina**.



8/10/2025

阿根廷锂的可持续发展



锂在向清洁能源转型的背景下已成为一种战略资源。阿根廷和智利一起，阿根廷形成了“锂三角”，这是一个拥有丰富锂资源

随着电动车产业的兴起和可再生能源存储需求的增加，锂的部署投资，产生了经济增长的预期并在靠近盐湖的社区创造了就业岗位的领导者。



00:00



8/10/2025

阿根廷锂的可持续发展



00:00



00:00

8/10/2025

Desarrollo sustentable del litio en Argentina



El litio se ha convertido en un recurso estratégico en el contexto de la transición hacia energías limpias, con Argentina emergiendo como uno de los principales productores mundiales. Junto con Bolivia y Chile, Argentina conforma el “Triángulo del Litio”, una región rica en yacimientos minerales, donde el litio se extrae principalmente de la salmuera de los salares.

La demanda de litio se ha disparado con el auge de la industria de vehículos eléctricos y la mayor demanda de almacenamiento de energía renovable. Esto ha atraído una importante inversión en el sector en Argentina, generando expectativas de crecimiento económico y creando empleo en las comunidades cercanas a los salares. Argentina espera capitalizar este potencial y posicionarse como líder en la cadena global de suministro de litio.

Logo de RAE (arr iza) y programa en chino del 08.10.2025 (arr der). En esa ocasión consistió en una nota sobre desarrollo sustentable del litio (aba iza), según la traducción obtenida por AI (aba der) (capturas)

Princesas, nirvanas, Bruce Lee, lazos familiares y streamings...

Los acuerdos con los medios chinos fueron el marco que permitió exhibir en la TV latinoamericana **producciones de ficción** ya difundidas en China (telenovelas románticas, dramáticas e históricas, también animaciones infantiles y otras), **dobladas al español**. Ninguna tenía contenidos ideológicos o de propaganda, salvo algunas documentales.

Desde hacía varios años, **CGTN** emitía por su señal en español algunas de estas realizaciones, pero solo una parte de la audiencia estaba familiarizada con el **canal chino**.

En cambio, la primera vez que se emitió una realización china episódica en la **pantalla de un medio local latinoamericano** fue aparentemente en 2018, cuando la telenovela **“Princesa Valiente”** (*Chu qiao zhuan*) comenzó a ser proyectada por **Imagen Televisión (México)**. Había sido producida el año anterior por la red provincial **Hunan TV** —segunda cadena de TV más vista en China— en conjunto con **Tencent**.

El programa fue vendido **directamente por el medio provincial chino** a América Latina y luego se pasó por **Cadena A** (Bolivia) (2019-2020), **Panamericana Televisión** (Perú) (2019), **Señal Colombia** (RTVC) (2020) y **City TV** (Colombia, de Casa Editorial El Tiempo) (2024). La red de **Hunan** hasta ahora no volvió a realizar otras ventas a la región; esta fue su producción más popular.

En **Argentina**, la primera realización china que se difundió fue **“Nirvana en llamas”**, en 2019, a la medianoche y en el **canal América TV**. En este caso, los 53 capítulos de la serie —estrenada por **CCTV** en 2015— fueron exhibidos como **parte de los acuerdos** que este grupo había celebrado con los medios chinos (que incluyeron su doblaje).

(**Recién en 01.2026** se emitieron otras telenovelas chinas en canales argentinos de segundo orden -**Net TV** y **El Nueve**-, en este caso por un acuerdo con **iQIYI**, el Netflix chino; primera vez que esta plataforma concretaba esta clase de arreglos en la región.)

SERTV, de **Panamá**, transmitió la telenovela china **Lazos Familiares** en 2019, pero en este caso la producción parece haber llegado al país del istmo a través de un acuerdo especial entre ese canal público y el regulador de radio y TV de la nación asiática.

El resto de los programas de ficción emitidos en América Latina fueron proporcionados por **China Classic Media Internacional** (sic) (**CCMI**), subsidiaria de la **radio y TV municipal de la ciudad de Chongqing**. Por alguna razón, se le ha asignado a esta compañía estatal la función de **concentrar** el suministro de estos programas a las naciones latinoamericanas.

En el típico estilo chino, **CCMI** publicitó con **gran despliegue** en cada ocasión la **firma de acuerdos** con los medios latinoamericanos y luego envió las series a América Latina.

Sin embargo, no resultan claras las condiciones de cesión. La gerente de **CCMI**, **Katherin Minna**, dijo en 2024 en Panamá que la empresa **“trabaja directamente con el gobierno de China”** y **cede el material como “donaciones”**. Agregó esa vez: **“venimos haciendo donaciones en toda América Latina”**.

Al parecer, luego de esas “donaciones” podría **comenzar la venta de los programas**. En ocasión de firmarse los acuerdos se indica casi siempre que China recibirá a cambio **producciones del país respectivo** pero en ningún caso se mencionan títulos. Se cree que en la práctica sólo terminan circulando los **programas chinos hacia América Latina**.

La mayoría de estos convenios se firmaron con **canales estatales** de cada país y **ninguno** correspondió a una red de TV de primera línea.

Fue en su primer año de incursión en el subcontinente, 2019, cuando **CCMI** suscribió buena parte de sus acuerdos: con **Holvoet Televisión**, Copiapó (Chile), **TV Perú** -canal público-, **Señal Colombia (RTVC)** -público-, **Bolivia TV** -público-, **TVN** (Panamá), **Canal 9** (Costa Rica), **WIPR** (Puerto Rico) -público- y **Once IPN** (México) -público-.

En los años siguientes solamente se firmó con **WIPR** -público- (Puerto Rico), **Ecuador TV** -público- (2021), **CDT Nex** (Panamá) (2022) y el **Canal 6 de San Pedro Sula** (Honduras) (2024).

Los programas eran **algo antiguos**, pero resultaron extremadamente **exitosos en China**, producidos y exhibidos inicialmente casi siempre por la TV nacional CCTV. Se dividían usualmente en 30-60 capítulos.

A continuación, se indican las “tiras” audiovisuales que colocó CCMI en la región:

La “**Leyenda de Bruce Lee**” (producida en 2008) retrataba la vida del popular actor y cultor de artes marciales, aunque en realidad tuvo **muy poco que ver con China Popular** (nació en San Francisco; vivió y murió en la antigua Hong Kong). Fue transmitida por **Holvoet Televisión** (Chile) (2019), **TV Perú** (2019), **Bolivia TV** (2019), **Once IPN** (México) (2020), **Señal Colombia** (2020) y **WIPR** (2020).

“**Lazos Familiares**” (producida en 2012) se emitió en **Holvoet Televisión** (Chile) (2019), **TV Perú** (2019), **Bolivia TV** (2019), **WIPR** (2020), **Once IPN** (México) (2020), **Señal Colombia** (2022) y **Canal 6** (Honduras) (2024).

“**Ver sin mirar**” (producida en 2013) se programó en **TV Perú** (canal público) (2019), **Bolivia TV** (2021), **TVX El Salvador** (2021), **Ecuador TV** (2021), **CDT Nex** (Panamá) (2023) y **Canal 6** (Honduras) (2024).

“**La Vida Bella**” (producida en 2018) se exhibió solamente en **Señal Colombia** (2023).

“**Madurar a los 40**” (producida en 2018) se transmitió en **Señal Colombia** (2023) y **Ecuador TV** (2024).

“**Un hogar y un mismo sueño**” (producida en 2019), se difundió por **Señal Colombia** (2024) y **Once IPN** (México) (2024-2025).

“**Tres Cuerpos**” (producida en 2023), una serie de ciencia ficción, se transmitió exclusivamente por **Willax TV** (Perú) (2024).

“**Meng Wa**” (producida en 2017) -animación infantil- emitida por **CDT Nex** (Panamá) (2024) y **Once IPN** (México) (2024).

“**Niu Naitang**” (producida en 2020-21) -animación, infantil- se difunde por **Señal Colombia** (2024), **Nex** (Panamá) (2024) y **Once IPN** (México) (2024).

“**La Vida de Tian Tian**” (producida en 2017-2021) -animación, infantil- fue programada por **Nex** (Panamá) (2024) y **Once IPN** (México) (2024).

“El tiempo y él son perfectos”, transmitida en **Once IPN** (2024-2025).

“Da Yu” (producida en 2019) -animación-, emitida por **Once IPN** (2024) y **CDT Nex** (Panamá) (2024-25)

“Mining Town” (producida en 2021) por **Nex** (Panamá)(2024) y **Ecuador TV** (2024-2025).

En Uruguay, **Canal 4 Monte Carlo** (privado) emitió **“Lazos Familiares”** en 2020 (primera vez que en el país se transmitía una producción china). Fue repetida por el canal público municipal **TV Ciudad** de Montevideo (2021).

En ambos casos no está confirmado que hayan obtenido la telenovela a través de CCMI, por cuanto **no se registran noticias sobre la firma de algún acuerdo**. Aparentemente, no volvieron a transmitirse programas chinos en la TV local.

(Señal Colombia y Canal 6 de Honduras transmitieron algunas **documentales** obtenidas a través de este mecanismo. Al menos una de ellas, **“El sentir del pueblo”**, contenía aspectos de propaganda en los que se relacionaba el sistema político con avances económicos y tecnológicos.)

Para 2025 la cantidad de ficciones chinas en las pantallas lineales latinoamericanas ha **disminuido** y solo quedan acuerdos vigentes de CCMI con canales públicos de **Colombia, Ecuador y México**, así como los privados de **Panamá (Nex) y Honduras (Canal 6)**.

Aunque distintas realizaciones fueron bien recibidas por la audiencia, al parecer varios **canales decidieron no comprometer fondos** para adquirir nuevas realizaciones.

En consecuencia, **no se inició una corriente de exhibición continuada** en América Latina de realizaciones chinas, como fue el caso de las producciones turcas y, hasta cierto punto, de algunas **coreanas**. Y a diferencia de las chinas, las telenovelas de esas dos últimas naciones también se programaron en las **redes televisivas más importantes** de la región.

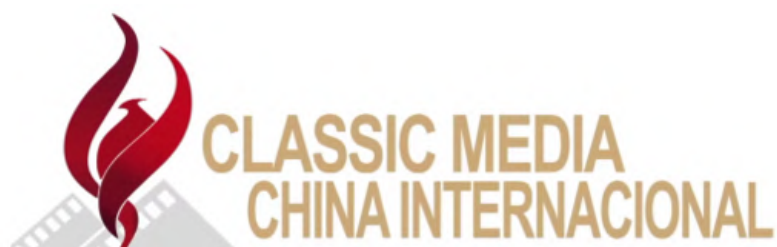
Sin embargo, en **Brasil** se habilitaron plataformas de **streaming on demand** que trajeron una **abundancia** de realizaciones chinas a las audiencias.

En 2022, el empresario chino residente en Brasil **Arthur Chen** creó la plataforma **CB Mídia** (Cultural Bridge) en Brasil, usando un slogan muy típico de los medios globales chinos: **construyendo puentes**.

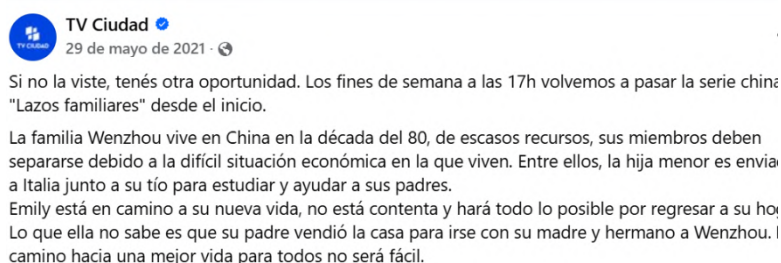
La plataforma, **gratuita, estaba asociada con CMG** y ofrecía más de 1000 episodios de programas chinos doblado o subtítulos al portugués brasileño (telenovelas, documentales, largometrajes) y cubría toda la región latinoamericana.

A fines de 2024 en conmemoración del **“50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas”** con China se lanzó **Hi+**, otra plataforma brasileña, en este caso **premium, exclusivamente dedicada a dramas chinos**. Incluye muchas de las producciones que cedía **CMCI** a canales latinoamericanos

Hi+ es una colaboración entre **Box Brazil Media Group** (señales de TV paga y **streamings** lineales y por demanda) y, nuevamente, **CMG** (a través de CITVC). Ya en 2021, el canal de cable lineal **Prime** de Box Brazil —que en general solo emite producciones brasileñas— había emitido el drama chino **Tribes and Empires** con buenos resultados y luego difundió varias realizaciones chinas más (incluyendo una documental sobre la **historia del PCCh**).



CMCI: La compañía de medios subsidiaria de un municipio de una ciudad china, la cual ha exportado hasta ahora la mayoría de las ficciones que se han visto en canales de TV latinoamericanos, con una lista de televisoras con las que mantiene relación (captura sitio web).



El canal público de la Intendencia Municipal de Montevideo, TV Ciudad, anunciando en 2021 en Facebook la telenovela china "Lazos familiares". La "otra oportunidad" es porque anteriormente la había transmitido su colega privada Canal 4 Monte Carlo.



La serie animada "Niu Naitang", según la sinopsis proporcionada por CCMI: "Niu Naitang es una estudiante de primaria de ocho años de edad. Tiene una nota de nivel medio en la escuela. Aunque a veces comete errores por su negligencia, es en general una chica energética, optimista y bondadosa. Se le da bien pintar, contando con mucha creatividad y capacidad de resolver problemas. Los niños están en sintonía con ella".

Una historia entrañable de un querido personaje infantil como los que se ven en tantas realizaciones mundiales. En este caso particular, no puede dejar de pensarse en la propensión de la comunicación china a la exaltación constante de la positividad (videograma de serie 'Niu Naitang').



*Willax TV (Perú): el mes de proyección de obras audiovisuales chinas en Lima
presentado por un conductor televisivo... de herencia japonesa.
Willax TV es propiedad de Erasmo Wong Lu, empresario peruano de ascendencia china
y exdueño de una cadena de supermercados (captura de pantalla).*

CAPÍTULO 11

A MODO DE CONCLUSIÓN

Donde está la comunicación global china hoy

Desde el fin de la pandemia, la **realización de coproducciones o la presencia de contenidos favorables a la narrativa de Beijing en Occidente (incluyendo la región latinoamericana)** en los medios *mainstream* ha tendido a mantenerse estable o aun decrecido.

(En zonas de África o Asia, la situación puede ser diferente y, por el contrario, se registraría algún aumento de esa penetración. También en varios países de América Central, en el Perú y quizás en alguna otra nación latinoamericana.)

El ritmo de firma de **nuevos acuerdos comunicacionales** por parte de organismos chinos con similares latinoamericanos igualmente **disminuyó**.

Es verdad que la suscripción de estos instrumentos parece responder más a una **obsesión acumulativa por parte de la burocracia de Beijing** o para que ciertas de sus instancias exhiban **logros formales ante niveles superiores**. Sin embargo, **no siempre se traducen en realizaciones concretas o sustanciales**.

En cambio, la señal de **TV CGTN o algunos contenidos de redes** parecen estar llegando ahora a un sector de la audiencia que recién las descubre.

Mientras tanto, la **cooptación de los medios locales en chino** (para comunidades chinas en el extranjero) está en un **punto máximo**. Es verdad que, salvo excepciones, esta situación **carece de una incidencia directa** en la vida de las naciones correspondientes y —además— suele ser **desconocida por la población general** y aun por extensos sectores de la dirigencia de esos países.

La causa del aparente “impasse” en el avance de los mensajes chinos en los **últimos dos o tres años** puede tener que ver con **cierta indiferencia (o reacción)** en algunos medios o audiencias, especialmente luego de la pandemia del Covid.

Pero también, quizás, con la constatación por parte de los **mismos diseñadores de la comunicación china de que existía una saturación**.

Es decir, que no podían seguir utilizando el **esquema comunicacional de la “aguja hipodérmica”** (generar “más contenidos” a cualquier costo creyendo que se ‘inyecta’ el mensaje a audiencias pasivas que automáticamente lo asimilan).

Aun así, podría considerarse que la penetración mediática de China ha tenido cierto **éxito** en minimizar las críticas por su **desmanejo en la pandemia del Covid** y, sobre todo, en retratar al país como una **potencia “benigna” imparable y con un modelo para reproducir**.

Más todavía, la comunicación china ha logrado en extensos sectores **borrar su característica de régimen autocrático** y violador de libertades y derechos humanos; a la vez, instala la idea de que no hay mayores diferencias entre **relacionarse y comerciar razonablemente con China** y otorgarle **privilegios económicos y geopolíticos**.

(En los últimos tiempos, no obstante, y pese a que hay quienes ven al gobierno de **Donald Trump como un freno a avances chinos**, existen otros que opinan **exactamente lo contrario**. Medidas de “**fuerza bruta**” **proteccionistas, restrictivas y de presión a terceros países** en relación a sus vínculos con China terminan logrando un **efecto contraproducente**, como el anuncio de **Canadá en 2026 de comprar más productos a Beijing** frente al maltrato y los aranceles del **presidente estadounidense**.

Asimismo, acciones llevadas a cabo durante esa administración han afectado para muchos —al menos en forma temporaria— la **autoridad moral y política de los Estados Unidos** para denunciar restricciones a la **libertad de prensa y expresión** en el resto del mundo.)

Por otro lado, el uso de **ingentes recursos**, la difusión exagerada de **propaganda “positiva” china** y las “**alianzas**” con **medios locales** terminaron en ciertos casos atrayendo el **escrutinio público** y generando posibles críticas a las **estrategias chinas**.

Tales críticas, formuladas por parte del **periodismo, sectores políticos, dirigentes sectoriales o círculos académicos**, tuvieron lugar tanto en América Latina como en otras partes del mundo.



Música ambiental y cantos de sirena

Más allá de los datos, las **conclusiones sobre los “efectos” de la comunicación siempre han sido volátiles y elusivas**. El caso de la **propaganda de los medios globales chinos** no es una excepción y es válido preguntarse hasta qué punto este **impresionante y costoso dispositivo** de alcance planetario tiene influencia mensurable y eficaz sobre la población mundial o, al menos, en sus élites.

Y, en cambio, si no se trata de un **despilfarro de recursos** para satisfacer objetivos más relacionados con **preconceptos de un gobierno** autocrático que instrumentos efectivos de incidencia.

Por un lado, y más allá de los obvios problemas de credibilidad, sus contenidos pueden ser en gran parte **ajenos o alejados de los intereses** de muchas audiencias, incluso con los esfuerzos de adecuación temática y cultural que se observan en la elaboración de esos mensajes.

Por otra parte, el acceso a tales medios globales de China **no es tan fácil** (como lo es ubicar la radio o TV local en cada país o seguir posteos de nuestro interés en las redes), **ni es tan demandado** (más allá de una proporción pequeña, aunque curiosa o decidida, de público inclinado a temas geopolíticos, culturales o artísticos, la demanda de otro tipo de contenidos chinos no es muy notoria).

Todo puede ser verdad hasta cierto punto. Pero todo puede cambiar: para bien, para mal o, si se prefiere, para dar paso a **nuevos paradigmas** que aún no llegamos a percibir y que por lo tanto ni siquiera podemos hoy evaluar.

Nadie pensaba hace medio siglo que había mercado para un **canal de 24 horas de noticias** como CNN o BBC-TV News y que iban a ser **exitosos en todo el mundo**.

Menos se pensaba, como ocurrió todavía más adelante en el futuro, que el mercado se iba a **dividir en medios ideológicamente polarizados in extremis**, no solo en el orden global sino también **dentro de democracias** que hasta el momento habían tenido **pluralismo informativo, pero no una “guerra” de medios**.

Así, hemos involucionado hoy hacia la **prensa facciosa** del siglo XIX, modelo que se creía superado.

Ningún productor mexicano o venezolano vislumbraba tampoco que las telenovelas **latinoamericanas** iban a ser populares en **Turquía** y menos se imaginaron que luego las **telenovelas turcas** iban a **arrasar en América Latina**.

Para no hablar, claro, de las **realidades de Internet, streamings** o redes sociales. En este ecosistema digital, los chinos tienen el mérito de haber inventado un formato audiovisual típico de la **fugacidad y “liquidez”** de nuestra época —si bien increíblemente popular y exitoso— como **TikTok** (que está en el centro de una **tormenta geopolítica** con Occidente).

Sin especular sobre el futuro o metas de largo alcance, hay **otra manera de ver —hoy día— el esfuerzo comunicacional y de propaganda chino**.

Aun cuando no la percibamos y ya no sea tan presente, la **música ambiental** —otro tema de la comunicación digno de análisis— nos ha envuelto por años en elevadores, consultorios médicos o centros comerciales y nos hace **minimizar o pasar por alto** esperas o intervenciones, o nos predispone incluso a **“comprar”** sin problemas.

De un modo similar, la **incesante repetición de comunicaciones chinas** a las que quizás no se les preste atención plena, crean sin embargo un **entorno envolvente** al estilo de una música ambiental que, en este caso, instala una **evocación asociativa general**.

Nos acostumbra así a **relacionar a China con imágenes, mensajes o situaciones agradables o positivas**, sin matices condicionales, ni negativos. Sin problemas ni **protestas**, malestares o inconformismos, como los que vemos todos los días en las democracias y en otras naciones que no lo son tanto. Y haciéndonos saber, con muy elaborados contenidos, que es una **potencia material y económica, pero benevolente**.

En ese ambiente controlado, la “melodía china” se convierte en un **canto de sirena** que nos hace olvidar que se trata de un **régimen represivo y carente de libertades, garantías o pluralismo** y por momentos con facetas **sinistras**, como las “desapariciones”, confesiones forzadas en TV, vigilancia constante o campos de reeducación forzosa.

Nos lleva, también, a **minimizar o pasar por alto cualquier denuncia o advertencia** que apunte a esos problemas. Y nos predispone a **“comprar”** las soluciones que para algunos temas nos proponen los mensajes cuidadosamente diseñados por la **mano invisible** del PCCh, de las que no sabemos siquiera si son verdaderas o sustentables.

Por saturación o acostumbamiento a estos mensajes se puede **perder de vista el otro lado**; el que sí vemos cuando la comunicación y el debate se **desarrolla en un marco libre** y que sigue ciertos estándares.

Esto, además, sin considerar que las comunicaciones chinas no terminen adoptando una línea de **estilo ruso** de intervención y de “**embarrar la cancha**” en las naciones *target*. Habrá que ver hasta qué punto tienen la **voluntad y la eficacia** de desarrollar esta modalidad, la que algunos han comenzado a llamar “*sharp power*” (en oposición al “*soft power*” pero también al puro “*hard power*”).

Queda claro así que la comunicación china, aunque la mayor parte del tiempo sea **benigna**, no **controversial** o incurra **limitadamente en la desinformación**, al estar **altamente controlada** y al no incluir aspectos menos brillantes o alternativos termina siendo inevitablemente **propaganda para naturalizar** (y así legitimar) un **régimen altamente represivo**.

Esto se potencia, naturalmente, con el **poder mundial tangible de Beijing** en términos económicos o en sus desarrollos tecnológicos, no pocos competitivos con los occidentales.



“Más que música, un ambiente”: el slogan de Muzak, la histórica compañía del rubro que —antes de Spotify y las playlists— enviaba las señales por radio o por línea. Importaban menos los temas que el ambiente y predisposición que —supuestamente— creaban en el oyente.

Muzak diseñó un modelo de “música ambiental dirigida” (también conocida como ‘música funcional’) que llamaba “progresión de estímulos”: ciclos rítmicos que iban sistemáticamente ‘in crescendo’ hasta alcanzar un máximo y que luego se reiniciaban.

Este modelo —sostenía— tornaba a la audiencia mejor predispuesta. ¿Parecido a la temática de contenidos de los medios globales chinos? (<https://www.discogs.com/>)

El “Sueño chino” (中国梦), propaganda y realidades

Es cierto que desde el punto de vista comunicacional —como en otros planos— **China es una nación suficientemente importante, influyente y poderosa para ser ignorada**.

Esto va más allá de su carácter de **régimen autocrático** con evidentes aspiraciones de postularse hoy como **modelo planetario** y ejemplar **socio comercial** o tecnológico. O precisamente por tales razones.

Nadie en el mundo contemporáneo puede darse el lujo de no entender **cómo piensan los líderes de China ni de no indagar sus realidades**, para así comprender de modo preciso la situación y objetivos de ese país.

La descripción y el análisis de su **comunicación global**, en consecuencia, es una de las herramientas para lograr estos propósitos.

Esto no significa que las **democracias occidentales** no deban **reflexionar y quizás replantearse** algunos elementos de su comunicación global.

El ministro nigeriano **Mohammed Idris** fue citado en 2025 por el *Wall Street Journal* diciendo que *“mientras la Voz de América (VOA) (...) enfatizaba la libertad de expresión, los derechos humanos y un discurso democrático, los medios chinos se concentran en historias de desarrollo económico, cooperación económica y estabilidad social”* [subrayado propio].

El **Wilson Center**, acerca del libro de Igor Patrick, admite que *“no toda la atención de China hacia Latinoamérica es negativa. Parte de ella es natural, y algunos préstamos de inversión chinos beneficiaron a poblaciones locales. Incluso proyectos que no prosperan plenamente pueden obtener apoyos de China ante la ausencia de opciones estadounidenses”*.

“Sin embargo —agrega— los esfuerzos abiertos o encubiertos de China para moldear la opinión pública latinoamericana a través de los medios de comunicación son inequívocos: su objetivo es generar apoyo para los valores, las políticas y el poder del Partido Comunista Chino” [subrayado propio].

Por eso, en cuanto objeto de estudio mediático o periodístico (a lo que podría agregarse académico), **no puede admitirse que el Estado-partido (el PCCh) sea el exclusivo informante e intérprete de su propia conducta**, con el pretexto de brindar una **“imagen auténtica”** —concepto autoritario y antipluralista si lo hay—, libre de supuestas deformaciones interesadas occidentales.

Una organización periodística que produjese un informe sobre los **Estados Unidos, Gran Bretaña o España** no aceptaría solo hipotéticos materiales y contenidos (incluso comunicadores) provistos —respectivamente— por los oficialismos actuales de cada país: los **republicanos, el Partido Laborista o el PSOE**.

No renunciará a **cotejar, chequear o complementar** esos datos con organismos independientes, la propia oposición, otras instituciones, análisis honestos propios y acaso con opiniones de personas de a pie.

Sin embargo, esto es lo que **no hacen varios medios en Occidente con respecto a China**: reproducen en forma acrítica sin matices, contextualización o contrapesos la narrativa de los medios globales de Beijing, que —para peor— no son entidades independientes ni funcionan con criterios periodísticos.

Esos medios globales chinos no son otra cosa que el “correcto” PCCh, titular de un régimen de partido único e institución que dirige sin limitaciones ni rendición real de cuentas la casi totalidad de la vida china.

En cuanto a medios occidentales, la cuestión es determinar por qué hay varios de ellos que actúan de esa manera.

A veces por falta de recursos o de tiempo para obtener **información** desde (o sobre) la nación asiática; en otras ocasiones porque creen inexplicablemente que China “**es un caso distinto**” y por algún tipo de simpatía reverencial frente al “orden” y al desarrollo del país.

Y otras veces, simplemente, porque el acceso a mercados o contenidos, a ventajas comerciales y a **tratos publicitarios...** son *oportunidades muy buenas para perderlas* (好机会, 不要错过 Hǎo jīhuì, bùyào cuòguò).

Esto también incluye a **medios de la diáspora china** en muchos lugares del mundo. Sin desconocer la **vida difícil** de los medios étnicos, es evidente que muchos han renunciado a su independencia y se han **plegado sin más a la línea del PCCh**, ya sea a partir de un **nacionalismo** mal entendido, para evitar **problemas** o para conseguir **recursos**. O por todo a la vez.

El periodista estadounidense **Michael Ottey** no pudo describirlo mejor. Dijo que su trabajo en *China Daily* era “*casi como trabajar para una empresa de relaciones públicas (...)* No era periodismo honesto. Era ‘*hagamos que el gobierno chino se vea bien*’”.

El régimen del **PCCh** podrá tener, al decir de Xi Jinping, el “sueño chino” (中国梦) de que el mundo **se moldee a su imagen y semejanza** (represiva) y en el cual el país sea la figura central de ese ecosistema.

Pero, en cambio, hay quienes tienen **otro sueño**: que China se parezca más, **con su misma cultura y su mismo poderío material y tecnológico**, a lugares libres y, a la vez, de vanguardia en términos de **prosperidad y avances**.

Por ejemplo, a democracias como **Taiwán o Corea del Sur**, que aun con sus problemas y pese a sus modestos territorios, figuran entre las naciones **con mayor PIB per cápita** en el mundo. Y, adicionalmente, **también entre las más libres**.

En ellas no hay censuras, monopolios mediáticos o partidarios, **comunicadores presos** por su trabajo, medios globales **engañosos** ni bloqueos de Internet.■



Dos autores chinos explican, a partir de lo debatido y decidido en el XVIII Congreso del Partido Comunista Chino, de qué se trata el “sueño chino” que postula Xi Jinping en relación con el mundo: libro editado en 2018 por Editorial Popular, Madrid (izq) —

*Xi Jinping “núcleo de la revitalización nacional de China”:
imagen del blog ‘Manos fuera de China’ 2016 (der).*

BIBLIOGRAFÍA

La siguiente bibliografía, **ordenada por años**, no tiene pretensiones de ser exhaustiva pero sí busca ofrecer **una lista más o menos completa de los trabajos considerados relevantes** que traten el **objeto de estudio** (o bien faciliten instrumentos indispensables para su abordaje, tal como está desarrollado en este trabajo).

Ese objeto de estudio es la **comunicación global china y fenómenos relacionados**, desde una perspectiva a la vez **mundial** (con énfasis en **América Latina**) e **histórica** (a partir de 1949).

(Y en nuestro caso particular, con una aproximación eminentemente crítica desde el punto de vista **politológico y geopolítico**.)

Por razones de espacio y de nivel de detalle, es imposible citar todas las **fuentes primarias y secundarias** utilizadas para la confección de este trabajo.

Entre las primeras se incluyen el uso intensivo de los **sitios web de cada uno de los medios de comunicación y otras instituciones relacionadas con la comunicación** mencionadas a lo largo del trabajo, especialmente las chinas.

El **autor** tiene asimismo una experiencia directa de varias décadas de **monitoreo sistemático de emisiones de radiodifusión sonora y de televisión de China y otros países a través de la onda corta, TV paga e Internet**.

Las **notas periodísticas** solo se citan cuando presenten algún aspecto especialmente revelador o específico o se relacionen con datos indicados en el texto principal.

Además de los citados **medios chinos** se han utilizado como fuentes los principales **medios escritos y agencias de noticias occidentales** y en particular los **medios escritos latinoamericanos** cuando se trata de asuntos relacionados con los países de la región.

Todos los enlaces de **Internet** fueron consultados entre **06.2025 - 12.2025** y se encontraban funcionando en esas fechas.

La lista de trabajos indicados en esta bibliografía utiliza una **versión modificada ad hoc del formato APA (7ª edición)**.

Dentro de cada año, se incluyen primero **los libros, capítulos de libros, informes, revistas/tesis/artículos académicos o bases de datos por orden alfabético de autor y, a continuación, los artículos o materiales periodísticos (o de otro tipo) que tengan una fecha precisa ordenados por día y/o mes de publicación**.

Por una cuestión de simplificación, en los artículos o capítulos que hayan sido publicados en un libro, revista o periódico **se omite la indicación de las páginas correspondientes**.

Lasswell, Harold (1927). *Propaganda Technique in the World War*. Cambridge, MA : MIT Press.

AA.VV. (1955-2025). *World Radio TV Handbook: The Directory Of Global Broadcasting*. [ediciones anuales]. Freising, Alemania -lugar de publicación varia- : Radio Data Center GmbH -editorial varia-.

“Radio Broadcasting in Free China” en *Taiwan Review*, 01.08.1956
<https://taiwantoday.tw/Economics/Taiwan-Review/14074/Radio-Broadcasting-in-Free-China>

Codding Jr., George A. (1959). *Broadcasting Without Barriers*. La Haya : UNESCO
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000133159>

Liu, Alan P. L. (1964). *Radio Broadcasting in Communist China*. Cambridge, MA : MIT
<https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/AD0651557.pdf>

“Free Radio for Free People” en *Taiwan Review*, 01.05.1966
<https://www.taiwantoday.tw/AMP/Culture/Taiwan-Review/13852/Free-Radio-for-Free-People>

Markham, James W. (1967). *Voices of the Red Giants: communications in Russia and China*. Ames, IA : Iowa State University Press, 1967

Kimberley, John (1969). “This is Radio Peking. Ignoring International Radio Treaties is a Favorite Tactic” en *Popular Electronics*, 04.1969
https://archive.org/details/popularelectrioni30unse_2

Hale, Julian (1975). *Radio Power: Propaganda and International Broadcasting*. Filadelfia, PA : Temple University Press
<https://www.worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Commentary/Radio-Power-Propaganda-&-International-Broadcasting-Hale-1975.pdf>

Dial, Roger L. (1976). “The New China News Agency and Foreign Policy in China” en *International Journal*, 31(2)
<https://doi.org/10.1177/002070207603100205>

Freedom House (1978-presente). *Freedom in the World* [ediciones anuales, exc. 2002] Washington DC : FH
<https://freedomhouse.org/reports/publication-archives>
[índice apareció en 1973]

Pierce, Robert N. (1979). *Keeping the Flame: Media and Government in Latin America*. Nueva York: Hastings House.

Boyd-Barrett, Oliver (1980). *The International News Agencies*. Londres : Constable

Browne, Donald R. (1982). *International Radio Broadcasting: the limits of the limitless médium*. Westport, CT : Praeger
<https://www.worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/History/International-Radio-Broadcasting-Browne-1982.pdf>

Pellet, Gail (1982). “Who’s Out There? Radio Peking in 1980” en *The Quill*, 03.1982
<https://gailpellettproductions.com/whos-out-there-radio-beijing-in-1980/>

Bumpus, Bernard y Skelt, Barbara (1984). *Seventy Years of International Broadcasting. Communication and Society*. París : UNESCO

Soley, Lawrence C. y Nichols, John S. (1987). *Clandestine Radio Broadcasting. A Study of Revolutionary and Counterrevolutionary Electronic Communication*. Nueva York : Praeger

Media Network (programa de radio) (1989). "Radio Beijing. June 3rd 1989". Media Network, Radio Netherlands (Hilversum, Países Bajos)
<https://sites.libsyn.com/20888/mnradio-beijingjune3rd1989>

Associated Press (1989). "Voice of America Beams TV Signals to China" en AP, 09.06.1989.
<https://www.nytimes.com/1989/06/09/world/voice-of-america-beams-tv-signals-to-china.html>

Parker, Jeffrey (1990). "Shortwave sales soared during Tiananmen crackdown" en United Press International (UPI), 17.06.1990
<https://www.upi.com/Archives/1990/06/17/Shortwave-sales-soared-during-Tiananmen-crackdown/8845645595200/>

The Chinese Academy of Social Sciences (1989). *Information China: The Comprehensive and Authoritative Reference Source of New China* (3 volúmenes), Nueva York: Pergamon Press

Anderson, Jack y Van Atta, Dale (1991). "Despite Jamming, VOA Reaches Chinese" en *The Washington Post*, 28.11.1991
<https://www.washingtonpost.com/archive/local/1991/11/29/despite-jamming-voa-reaches-chinese/932f38e5-a667-4b1d-8d9a-94c5d1b819b0/>

United States Senate (1992). *Broadcasting to China: Applying the Lessons from European Freedom Radios*. Washington, DC : United States Senate, Committee on Foreign Relations
https://www.google.com.ar/books/edition/Broadcasting_to_China/iL1X9b6Hls8C?hl=en&gbpv=0

Wasburn, Philo C. (1992). *Broadcasting Propaganda: International Radio Broadcasting and the Construction of Political Reality*. Westport, CT : Praeger

Wood, James (1992). *History of International Broadcasting, Vol. 1*. Londres : IET / Peter Peregrinus

Alegría, Alonso (1993). *OAX: Crónica de la radio en el Perú (1925-1990)*. Lima : DESA

Fortner, Robert S. (1993). *International Communications: History, Conflict and Control of the Global Metropolis*. Belmont, CA : Wadsworth

Yorke, Jeffrey (1993). "The New World of Ethnic Radio" in *The Washington Post*, 08.06.1993

Palmer, Rhonda (1994). "BBC, Star TV to split in parts of Asia" en *Variety* (Los Angeles, CA), 02.03.1994
<https://variety.com/1994/tv/news/bbc-star-tv-to-split-in-parts-of-asia-2-119659/>

Mann, Jim (1996). "After 5 Years of Political Wrangling, Radio Free Asia Becomes a Reality" en *Los Angeles Times*, 30.09.1996
<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-09-30-mn-49050-story.html>

Hazelbarth, Todd (1997). *The Chinese Media: More Autonomous and Diverse –Within Limits*. Washington, DC: Central Intelligence Agency, Center for the Study of Intelligence.
<https://www.cia.gov/resources/csi/static/b16d55696dd0586724f434539e9c4334/the-chinese-media-more-autonomous-and-diverse-within-limits.pdf>

Winter, Sonia (1997). “World: U.S. Condemns Chinese Radio Jamming” en Radio Free Europe/Radio Liberty
<https://www.rferl.org/a/1086267.html>

Pleikys, Rimantas (1998). *Jamming*. Vilnius, Lituania : A. Jakšto spaustuvė

Yuezhi, Zhao (1998). *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*. Urbana, IL : University of Illinois Press

Rawnsley, Gary D. (ed) (1999). *Cold War Propaganda in the 1950s*. Londres : Macmillan.

Wood, James (2000). *History of International Broadcasting, Vol. 2*. Londres : IET

Lai, Him Mark (2001). “Short History of the Chinese Media in North America” en *Him Mark Lai Digital Archive*
<https://himmarklai.org/wordpress/wp-content/uploads/Short-History-Media.doc>

Mei, Duzhe (2001) “How China’s Government is Attempting to Control Chinese Media In America” en *China Brief*, 1(10)
<https://jamestown.org/program/how-chinas-government-is-attempting-to-control-chinese-media-in-america/>

Shrikhande, Seema (2001). “Competitive Strategies in the Internationalization of Television: CNNI and BBC World in Asia” in *Journal of Media Economics*, 14(3)
https://doi.org/10.1207/S15327736ME1403_2

Fackler, Martin (2001). “China Tries to Jam Foreign Radio” en AP, 27.03.2001

Sennitt, Andy (2001). “Jamming: the Great Wall of China” en *Media Network* (programa de radio), Radio Netherlands, 18.07.2001

Reporters without Borders (2002-presente). *World Press Freedom Index* [ediciones anuales, excepto edición combinada 2011-2012]. París : RSF
<https://rsf.org/en/index>
[índice apareció en 2002]

US-China Economic and Security Review Commission (2002-2024). *Annual Report to Congress*. Washington DC : US Government Publishing Office
[informes anuales de esta comisión del Congreso de los Estados Unidos]
<https://www.uscc.gov/annual-reports>

Zhou, Min y Guoxuan, Cai (2002). “Chinese Language Media in the United States: Immigration and Assimilation in American Life” en *Qualitative Sociology*, 25(3)
https://www.researchgate.net/publication/225671460_Chinese_Language_Media_in_the_United_States_Immigration_and_Assimilation_in_American_Life

Rawnsley, Gary y Rawnsley, Ming-Yeh (eds) (2003). *Political Communications in Greater China: The Construction and Reflection of Identity*. Abingdon, RU: Routledge

Romais, Célio (2003). "Radio China Internacional - Entrevista: Guilherme Korte. Korte: "As ondas curtas trazem as informações que serão vetadas nas rádios locais do Brasil" en Romais, Célio. *História das Ondas Curtas. A História do Rádio por quem a faz*, 05.2003 <https://www.sarmiento.eng.br/HistoriaOndasCurtas.htm>

AA.VV. (2004). *Cuando Oriente llegó a América: Contribuciones de inmigrantes chinos, japoneses y coreanos*. Washington, DC : Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0012420>

China Media Project (2004-presente). *China Media Project*. Washington, DC/Taipei : CMP <https://chinamediaproject.org/>
[base de datos con numerosos artículos]

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

Agencia EFE (2004). "Desde hoy, la televisión estatal china habla en español" en EFE, 02.01.2004 <https://www.noticiasdot.com/publicaciones/2004/0104/0201/noticias020104/noticias020104-9.htm>

Reporters without Borders (2005). "Another foreign radio station falls victim to "Great Wall of the airwaves" en RSF (París), 17.08.2005 <https://rsf.org/en/another-foreign-radio-station-falls-victim-great-wall-airwaves>

Reporters without Borders (2005). "Xinhua: the world's biggest propaganda agency" en RSF (París), 30.09.2005 <https://rsf.org/en/xinhua-worlds-biggest-propaganda-agency>

Produ (2005). "CCTV Internacional de China se lanzó en Argentina" en Produ.com (Miami, FL), 28.11.2005 <https://www.produ.com/television/noticias/cctv-internacional-de-china-se-lanzo-en-argentina/>

Oliveira de Carvalho. Carlos Rubens (2005). "Rádio Internacional da China. A interação no radiojornalismo das ondas curtas". Tesina. Juiz de Fora, MG : Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Faculdade de Comunicação Social <https://www2.ufjf.br/facom/files/2013/04/CCarvalho2.pdf>

Gao, Ying (2005). "南美最大中文报纸南美侨报网站开通" ["Se inaugura el sitio web de *Nanmei Qiaobao*, el periódico en chino más grande de Sudamérica"] en Xinhua, 20.07.2005 http://news.xinhuanet.com/overseas/2005-07/20/content_3243581.htm

Chang, Yu-li (2006). "The role of the nation-state: Evolution of STAR TV in China and India". Paper en 6th Annual Global Fusion Conference (Chicago, IL) <https://scispace.com/pdf/the-role-of-the-nation-state-evolution-of-star-tv-in-china-1krrob1vrp.pdf>

Gao, Ha (2006). "Radio-activated business and power: a case study of 3CW Melbourne Chinese Radio en Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU : Routledge

Hoon, Chang-Yau (2006). “‘A hundred flowers bloom’: the re-emergence of the Chinese press in post-Suharto Indonesia” en Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU : Routledge

Khor, Yoke Lim y Ng, Miew Luan (2006). “Chinese newspapers, ethnic identity and the State: the case of Malaysia” en Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU : Routledge

Ip, Manying (2006). “Chinese media in New Zealand: transnational outpost or unchecked floodtide” en Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU : Routledge

Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU: Routledge

Xin, Xin (2006). *A Quarter Century of Creative Chaos: Xinhua News Agency 1980-2005*. Londres : Westminster University.

Zhou, Min; Chen, Wenhong y Cai, Guoxuan (2006). “Chinese-language media and immigrant life the United States and Canada” en Sun, Wanning (2006). *Media and the Chinese diaspora: Community, Communications and Commerce*. Abingdon, RU : Routledge

Ríos, Xulio (2006). “Los españoles que fundaron Radio Pekín” en *La Insignia* (Madrid), 10.2006

https://www.lainsignia.org/2006/octubre/cul_006.htm

“CRI Launches First Overseas FM Radio Station” en *China Daily* (Beijing), 03.03.2006

<http://www.china.org.cn/english/culture/160050.htm>

Human Rights Watch (2006). “How Censorship Works in China: A Brief Overview” en HRW (Nueva York), 2006.

<https://www.hrw.org/reports/2006/china0806/3.htm>

Hafez, Kai (2007). *The Myth of Media Globalization. Why Global Media is not Truly Globalized*. Cambridge, MA : Polity Press

Kurlantzick, Joshua (2007). *Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World*. Londres : Yale University Press.

Sainz, Alfredo (2007). “Los autoservicios de origen chino montan su propia radio” en *La Nación* (Buenos Aires), 02.04.2007.

<https://www.lanacion.com.ar/economia/los-autoservicios-de-origen-chino-montan-su-propia-radio-nid896566/>

Brady. Anne-Marie (2008). *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Harwit, Eric (2008). *China's Telecommunications Revolution*. Oxford, RU : Oxford University Press

Lai, Mark Him (2008). “The Chinese Media in the United States and Canada Since World War II” en *Him Mark Lai Digital Archive*

<https://himmarklai.org/wordpress/wp-content/uploads/Media-since-WWII.doc>

Tao, Yang (2008). "Press, Community, and Library: A Study of the Chinese-language Newspapers Published in North America" en *CORE Connecting Repositories* (Milton Keynes, RU)
<https://core.ac.uk/reader/290480341>

Zhao, Yuezhi (2008). *Communication in China: Political economy, power, and conflict*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

Freedom House (2009-presente). *Freedom on the Net* [ediciones anuales, exc. 2010] Washington DC : FH
<https://freedomhouse.org/report/freedom-net>
[índice apareció en 2011, la edición de 2009 es una edición piloto]

Richardson, Irene (2009). "History of Tibetan and Exile Radio" en *Independent Study Project (ISP)*, Collection 806 (SIT-School for International Training) (Brattleboro, VT)
https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/806

Xin, Xin (2009). "Xinhua News Agency in Africa" en *Journal of African Media Studies*, 1(3)

Zhang, Xiaoling y Zheng, Yongnian (2009) (eds). *China's Information and Communications Technology Revolution: Social changes and state responses*. Abingdon, RU : Routledge.

Zhang, Xiaoling (2009). "From Propaganda to International Communication: China's promotion of Soft Power in the age of Information and Communication Technologies" en Zhang, Xiaoling y Zheng, Yongnian (2009) (eds). *China's Information and Communications Technology Revolution: Social changes and state responses*. Abingdon, RU : Routledge.

Zhou, Min (2009). "Chinese-Language Media in the United States" en Zhou, Min (2009). *Contemporary Chinese America: Immigration, Ethnicity, and Community Transformation*. Filadelfia, PA : Temple University Press.

Expansión (2009). "Un empresario chino adquiere televisión británica" en *Expansión* (Madrid), 14.07.2009.
<https://www.expansion.com/2009/07/14/empresas/medios/1247561633.html>

Chen, Chwen Chwen; Colapinto, Cinzia y Luo, Qing (2010). "China Radio International in the Digital Age: Propagating China on the Global Scenario" en *Global Media Journal*, 9.
https://www.researchgate.net/publication/297301023_China_radio_international_in_the_digital_age_Propagating_China_on_the_global_scenario

O'Keeffe, Annmaree y Oliver, Alex (2010). *International Broadcasting and Its Contribution to Public Diplomacy. Lowy Institute Policy Analysis paper*. Sydney, Australia : Lowy Institute
[informe encargado por ABC, Australia en 2010]
https://web.archive.org/web/20210716002009/https://archive.lowyinstitute.org/sites/default/files/pubfiles/O'Keeffe_and_Oliver_International_broadcasting_WP_full_1.pdf

Partido Revolucionario Marxista-Leninista (PRML) (s/f, presumiblemente 2010) "Vanguardia Comunista: Un compromiso con el marxismo-leninismo" en PRML -ex Vanguardia Comunista- (Buenos Aires)
<https://www.prmlargentina.org/vanguardia-comunista>

Xing, Yongchuan (2010). "传播学视野下的海外华文传媒与中华文化之传承——以新、马、泰、菲华文报纸为例" ["Medios de comunicación chinos en el extranjero y la herencia de la cultura

china desde la perspectiva de los estudios de comunicación: ejemplos de periódicos chinos en Singapur, Malasia, Tailandia y Filipinas” en *Southeast Asia Review*, 2010(1)
https://www.zhangqiaokeyan.com/academic-journal-cn_crossroadssoutheast-asian-studies_thesis/0201211671512.html

Yleisradio (YLE) (2010). “Tampere Broadcasts China’s Official Voice in Europe”, en YLE (Helsinki), 04.02.2010
<https://yle.fi/a/3-5504409>

Ponfret, John (2010). “China’s \$6.6B global media strategy includes AM station in Galveston” en *Seattle Times*, 25.04.2010
<https://www.seattletimes.com/nation-world/chinas-66b-global-media-strategy-includes-am-station-in-galveston/>

Farah, Douglas y Mosher, Andy (2010). “Winds From the East: How the People’s Republic of China Seeks to Influence the Media in Africa, Latin America, and Southeast Asia” en Center for International Media Assistance/National Endowment for Democracy, 09.09.2010
<https://www.cima.ned.org/resource/winds-from-the-east-how-the-peoples-republic-ofchina-seeks-to-influence-the-media-in-africa-latin-america-and-southeast-asia-2/>

BBC (2010). “Radio estatal china se instala en Tijuana” en BBC, 03.11.2010
https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2010/11/101103_ultnot_radio_china_tijuana_rg

Barr, Michael (2011). *Who’s Afraid of China?: The Challenge of Chinese Soft Power*. Londres/Nueva York : Zed Books
[Especialmente capítulo “A Media Offensive”]

Boyd-Barrett, Oliver (ed) (2011). *News Agencies in the Turbulent Era of the Internet*. Barcelona : CNA/Lexicon

Sun, Wanning; Gao, Jia; Yue, Audrey y Sinclair, John (2011). “The Chinese-language press in Australia: A Preliminary Scoping Study” en *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, 138

Vogel, Ezra (2011). *Deng Xiaoping and the Transformation of China*. Cambridge, MA/Londres : Harvard/Belknap

Wang, Jiang (ed) (2011). *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*. Nueva York: PalgraveMacmillan

Willnat, Lars y Luo, Yunjuan (2011). “Watching the Dragon: Global Television News about China” en *Chinese Journal of Communication*, 4

Xin, Xin (2011). “Xinhua News Agency in the Context of the ‘Crisis’ of News Agencies”, en Boyd-Barrett, Oliver (ed) (2011). *News Agencies in the Turbulent Era of the Internet*. Barcelona : CNA/Lexicon

Zhang, Xiaoling (2011). “China’s International Broadcasting: A Case Study of CCTV International” en Wang, Jiang (ed). *Soft Power in China. Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy*. Nueva York : PalgraveMacmillan.

Exame.com (2011). “Chineses instalam segunda TV no Brasil” en *Tela Viva* (São Paulo, Brasil), 21.02.2011

<https://telaviva.com.br/21/02/2011/chineses-instalam-segunda-tv-no-brasil/>

CRI (2011). “CRI Selalu Ada Untuk Anda!—Shukun” en CRI Online-Bahasa Indonesia, 11.08.2011

<https://indonesian.cri.cn/201/2011/08/11/1s120535.htm>

[Radio Elshinta, Jakarta]

Berg, Jerome S. (2012). *Broadcasting on the Short Waves, 1945 to Today*. Jefferson, NC : McFarland

Freedom House (2012-presente). *China Media Bulletin* [ediciones mensuales desde 2015, periodicidad previa varía], Washington DC : FH

<https://freedomhouse.org/report/china-media-bulletin>

<https://freedomhouse.org/report/china-media-bulletin/past-issues>

[publicación iniciada en 2012]

Hu, Zhengrong y Ji, Deqiang (2012). “Ambiguities in communicating with the world: the ‘Going-out’ policy of China’s media and its multilayered contexts” en *Chinese Journal of Communication*, 5(1)

Schreuder, Deryck M. (2012). “Gladstone’s ‘Greater World’: Free Trade, Empire and Liberal Internationalism” en Swift, Roger; Quinlaut, Roland y Windscheffel, Ruth (eds) (2012). *William Gladstone New Studies and Perspectives*. Abingdon, RU : Routledge

Üngör, Çağdaş (2012). “China Reaches Turkey? Radio Peking’s Turkish Language Broadcasts During the Cold War” en *All Azimuth* 1(2)

https://ciaotest.cc.columbia.edu/journals/azimuth%20/v1i2/f_0026114_21400.pdf

Wu, Yu-Shan (2012). “The Rise of China’s State-Led Media Dynasty in Africa”. Occasional Paper No 117 en *China in Africa Project* (South African Institute of International Affairs - SAIIA) (Johannesburgo, Sudáfrica), 06.2012

https://www.researchgate.net/publication/322330839_The_Rise_of_China's_State-Led_Media_Dynasty_in_Africa

Xin, Xin (2012). *How the Market is Changing China’s News: The Case of Xinhua News Agency*. Boulder, CO : Lexington

Ying, Zhu (2012). *Two Billion Eyes: The Story of China Central Television*, Nueva York : The New Press

Zhao, Yuezhi (2012). “Understanding China’s Media System in a World Historical Context” en Hallin, Daniel C. y Mancini Paolo (eds) (2012). *Comparing Media Systems beyond the Western World*. Nueva York : Cambridge University Press, 2012

https://www.researchgate.net/publication/297285781_Understanding_China's_Media_System_in_a_World_Historical_Context

CRI (2012). “Rádio Íris de Lisboa começa transmitir programas da CRI” en CRI Online Português, 09.06.2012

<https://portuguese.cri.cn/561/2012/06/09/1s152368.htm>

Cook, Sarah (2013). *The Long Shadow of Chinese Censorship: How Chinese Media Restrictions Affect News Outlets Around the World*. Washington, DC : Center for International Media Assistance

Freedom House (2013-2017). *Freedom of the Press* [ediciones anuales, exc. 2002] Washington DC : FH

<https://freedomhouse.org/reports/publication-archives>

[índice apareció en 1980 y se discontinuó en 2017; reemplazado parcialmente por Freedom on the Net]

Hu, Zhengrong y Ji, Deqiang (2013), “Retrospection, Prospection and the Pursuit of an Integrated Approach for China’s Communication and Journalism Studies” en *Javnost - The Public, Global Media Worlds and China*, 20(4)

<https://javnost-thepublic.org/issue/2013/4/>

Lee, Claire (2013). “China’s International Broadcasting as a Soft Power Ma(r)ker: Its Market Formation and Audience Making” en ERCCT Online Paper Series, EOPS No. 0027, European Research Center on Contemporary Taiwan.

López, Kathleen Chinese (2013). *Chinese Cubans. A Transnational History*. Chapel Hill, NC : The University of North Carolina Press.

<https://dokumen.pub/chinese-cubans-a-transnational-history-envisioning-cuba-illustrated-9781469607122-9781469607139-2012049086.html>

Nelson, Anna (2013). *CCTV’s International Expansion: China’s Grand Strategy for Media?* Washington. DC : Center for International Media Assistance / National Endowment for Democracy (22.10.2013)

<http://s3.documentcloud.org/documents/808885/cima-cctvs-international-expansion.pdf>

Paganini Cintra, María Rita (2013). “A presença da China na América Latina no século XXI - Suas estratégias e o impacto dessa relação para países e setores específicos”. Dissertação. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IE/UFRJ), Rio de Janeiro.

[Huawei y ZTE]

Rawnsley, Gary D. (2013). “Radio Free Asia and China’s harmonious society” en Welch, David (ed) (2013). *Propaganda, power and persuasion: From World War I to Wikileaks*. Londres: I. B. Tauris.

Rothwell, Matthew (2013). *Transpacific Revolutionaries: The Chinese Revolution in Latin America*. Abingdon, RU: Routledge

[Maoísmo en América Latina entre los años 50 y los 80, primeras actividades de Xinhua en la región y primeras épocas del servicio latinoamericano de Radio Pekín]

Shambaugh, D. L. (2013). *China goes Global: The partial power* Oxford. RU: Oxford University Press.

Sun, Wanning (2013). “China’s Rise and (Trans)national Connections: The Global Diasporic Chinese Mediasphere” en Tan, Chee-Beng (ed) (2013). *Routledge Handbook of the Chinese Diaspora*. Abingdon, RU: Routledge

Xun, Ma (2013). “El periodismo digital y la comunidad china en Argentina”. Tesis. Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires (UBA), Facultad de Ciencias de la Comunicación
<https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC112759.pdf>

De Sá, Nelson. (2013). “Jornal Chinês mantém ponte com Pequim”, *Folha de São Paulo*, 02.06.2013
<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/06/1288459-jornal-chines-mantem-pontecom-pequim.shtml>.

De Sá, Nelson (2013). “Asiáticos comandam a resistência dos jornais da língua estrangeira”, *Folha de São Paulo*, 02.06.2013
<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2013/06/1288452-asiaticos-comandam-a-resistencia-dos-jornais-de-lingua-estrangeira.shtml>

Xinhua (2013). “习近平：意识形态工作是党的一项极端重要的工作” [“Xi Jinping: El trabajo ideológico es una tarea extremadamente importante del Partido”], Xinhua, 20.08.2013
http://www.xinhuanet.com//politics/2013-08/20/c_117021464.htm
[discurso de Xi Jinping sobre “contar bien la historia de China”]

Celentano, Adrián (2014). “El maoísmo argentino entre 1963 y 1976. Libros, revistas y periódicos para una práctica política” en *Políticas de la Memoria*, 14

Chang, Tsam-Kuo, & Lin, Fen (2014). “From Propaganda to Public Diplomacy: Assessing China’s International Practice and Its Image, 1950-2009” en *Public Relations Review*, 40(3)
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.04.008>

Qiuqing, Tai (2014). “China’s Media Censorship: A Dynamic and Diversified Regime” en *Journal of East Asian Studies*, 14

Zhang, Xinjue; Pan, Yujiao y Zhang, Mengmeng (2014). “Superstructure analysis in news stories-a contrastive study of superstructure in VOA, BBC, and NPR news” en *Asian Social Science*, 10(22)

La Prensa (2014). “La historia detrás del *Diario Chino*” en *La Prensa* (Panamá), 31.03.2014
https://www.prensa.com/maria_carmen_fernandez_de_vega/historia-detras-Diario-chino_2_3901879779.html

Si, Si (2014). “Expansion of International Broadcasting. The Growing Global Reach of China Central Television”. Working Paper en Reuters Institute / University of Oxford, 07.2014
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-01/Expansion%20of%20International%20Broadcasting.pdf>

Lago, Pedro (2014). “Diez años de imágenes de China en español” en *China Hoy* (Beijing/Ciudad de México), 17.10.2014
http://spanish.chinatoday.com.cn/cul/CLACE/content/201410/17/content_645512.htm

Wall Street Journal (2014). “China Delivers Midnight Internet Declaration – Offline” en *The Wall Street Journal* (Nueva York), 21.11.2014
<https://www.wsj.com/articles/BL-CJB-24963>

Arias Núñez, Carolina (2015). “Análisis comparativo entre la agencia de noticias china Xinhua y otras agencias internacionales, desde la perspectiva de los periodistas

costarricenses” en Martínez Cortés, José Ignacio (2015). *América Latina y el Caribe y China: Relaciones políticas e internacionales*. México, DF : Unión de Universidades de América Latina y el Caribe

Brady, Anne-Marie (2015). “Authoritarianism Goes Global (II): China’s Foreign Propaganda Machine” en *Journal of Democracy*, 26(4)
<https://dx.doi.org/10.1353/jod.2015.0056>

Han, Rongbin (2015). “Manufacturing Consent in Cyberspace: China’s ‘Fifty-Cent Army’” en *Journal of Current Chinese Affairs*, 44(2)
<https://doi.org/10.1177/18681026150440020>

Luo, Austin Jun (2015). “Media System in China: A Chinese Perspective” en *International Communication of Chinese Culture*, 2(2)
https://www.researchgate.net/publication/276847419_Media_system_in_China_a_Chinese_perspective

Luo, Qing (ed) (2015). *Global Media Worlds and China*. Beijing: Communication University of China Press.

Madrid-Morales. Dani (2015). “China’s International Television Broadcasting and the Spanish Speaking World” en Qing Luo (ed), *Global Media Worlds and China*. Beijing: Communication University of China Press.
https://www.danimadrid.net/research/2015_chapter_china_international_broadcasting.pdf

Rawnsley, Ming-Yeh; Ma, Jiben y Rawnsley, Gary (2015). *Routledge Handbook of Chinese Media*. Abingdon, RU: Routledge

Rawnsley, Gary (2015). “To Know Us Is to Love Us: Public Diplomacy and International Broadcasting in Contemporary Russia and China” en *Politics*, 35(3-4)
<https://doi.org/10.1111/1467-9256.12104>

Sun, Wanning (2015). “Slow Boat from China: Public Discourses Behind the ‘Going Global’ Media Policy” en *International Journal of Cultural Policy*, 21(4)

Wang, Dakuo y Mark, Gloria. (2015). “Internet Censorship in China” en *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 22(6)

Wasserman, Herman (2015). “China’s ‘soft power’ and its influence on editorial agendas in South Africa” en *Chinese Journal of Communication*, 9(1),
<https://doi.org/10.1080/17544750.2015.1049953>

Restivo, Néstor (2015). “Queríamos tanto a Mao” en *DangDai*, 22.06.2015
<https://dangdai.com.ar/2015/06/22/queriamos-tanto-a-mao/>

O Mirante (2015). “Rádio de Samora Correia comprada por chinês pode estar a caminho de Lisboa” en *O Mirante, semanário regional* (Santarém, Portugal), 22.07.2015
<https://omirante.pt/semanario/2015-07-23/sociedade/2015-07-22-radio-de-samora-correia-comprada-por-chines-pode-estar-a-caminho-de-lisboa>

Yang, Vivian (2015). “How Chinese media is going global” en World Economic Forum, 10.08.2015
<https://www.weforum.org/stories/2015/08/how-chinese-media-is-going-global/>

Gui Qing, Koh y Wardell, Jane (2015). "Chinese Radio Broadcaster Taps Front Men in Finland and Australia" en Reuters, 02.11.2015
<https://www.reuters.com/article/us-china-radio-partners/chineseradio-broadcaster-taps-front-men-in-finland-and-australia-idUSKCN0SR1KS20151102>

Koh, Gui Qing y Shiffman, John (2015). "Beijing's covert radio network airs China-friendly news across Washington, and the world" en Reuters (2015). *How Beijing is imposing its will far beyond its borders. The Long Arm of China*, 02.11.2015
<https://www.reuters.com/investigates/section/the-long-arm-of-china/>
<https://www.reuters.com/investigates/special-report/china-radio/>

Communication University of China (CUC) (2016-presente). *Global Media and China* (revista académica)

Chong, Cindy Cheung-Kwan (2016). "Politics of Homeland: Hegemonic discourses of the intervening homeland in Chinese diasporic newspapers in the Netherlands" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Coban, Filiz (2016). "The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al-Jazeera Effect" en *Journal of International Relations and Foreign Policy*, 4(2)

Dai, Nan (2016). "Unique Past and Common Future: Chinese immigrants and Chinese-language media in France" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU: Routledge

Flew, Terry (2016). "Evaluating China's Aspirations for Cultural Soft Power in a post-globalisation Era" en *Media International Australia*, 159(1)
<https://doi.org/10.1177/1329878X16638>

Gong, Tian (2016). "Bridge or Barrier Migration, media, and the sojourner mentality in Chinese communities in Italy and Spain" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU: Routledge

Ip, Manying y Yin, Hang (2016). "Cyber China and Evolving Transnational Identities: the case of New Zealand" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU: Routledge

Kong, Shuyu (2016). "Geo-ethnic Storytelling: Chinese-language television in Canada" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU: Routledge

Lee, Paul (2016). "The rise of China and its contest for discursive power" en *Global Media and China* 1(1-2)
<https://doi.org/10.1177/2059436416650549>

Leong, Susan (2016). "Provisional Business Migrants to Western Australia, Social Media and Conditional Belonging" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and*

Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism. Abingdon, RU : Routledge

Madrid-Morales, Dani (2016). "Why Are Chinese Media in Africa? Evidence from Three Decades of Xinhua's News Coverage of Africa" en Zhang, Xiaoling; Wasserman, Herman y Mano, Winston (eds) (2016). *China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions*. Nueva York : Palgrave Macmillan
https://doi.org/10.1057/9781137539670_6

Pál, Nyíri (2016). "'New Migrants' from the PRC and the transformation of Chinese Media: The Case of Cambodia" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Rawnsley, Gary (ed) (2016). *Media and Communication Open Access Journal, (International Broadcasting and Public Diplomacy in the 21st Century)*, 4(2)
<https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/issue/viewIssue/41/33>

Steimberg, Josh (2016). "An Overseas Orthodoxy?: shifting toward Pro-PRC Media in Chinese-speaking Brazil" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Sun, Wanning (2016). "The Conundrum of the 'Honorary Whites': media and being Chinese in South Africa" en Sun, Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Wanning y Sinclair, John (eds) (2016). *Media and Communication in the Chinese diaspora: Rethinking Transnationalism*. Abingdon, RU : Routledge

Zhang, Xiaoling; Wasserman, Herman y Mano, Winston (eds) (2016). *China's Media and Soft Power in Africa: Promotion and Perceptions*. Nueva York : Palgrave Macmillan.

Zhao, Kejin (2016). "China's Rise and its Discursive Power Strategy" en *Chinese Political Science Review*, 1(3)
<https://doi.org/10.1007/s41111-016-0037-8>

Reuters (2016). "China's Xi urges state media to boost global influence" en Reuters, 19.02.2016
<https://www.reuters.com/article/us-china-media-idUSKCN0VS1IF>

Amnesty International (2016). "How private are your favourite messaging apps?" en Amnesty.org, 21.10.2016
<https://www.amnesty.org/en/latest/campaigns/2016/10/which-messaging-apps-best-protect-your-privacy/>
[Evaluación de redes como Tencent y otras]

China. Ministerio de Relaciones Exteriores (2016). "Xi Jinping Asiste a la Ceremonia de Apertura de la Cumbre de Líderes de Medios de Comunicación China-América Latina" en Ministerio de Relaciones Exteriores [español], 23.11.2016
https://www.fmprc.gov.cn/esp/wjb/zzjg/lmzs/xwlb/201611/t20161126_935293.html

Monitor Mercantil (2016). “China investe na comunicação com América Latina e Caribe” en *Monitor Mercantil* (Rio de Janeiro), 24.11.2016
<https://monitormercantil.com.br/china-investe-na-comunicacao-com-america-latina-e-caribe/>

Xinhua (2016). “President Xi urges new media outlet to ‘tell China stories well’” en Xinhua, 31.12.2016
http://www.xinhuanet.com/english/2016-12/31/c_135946550.htm

Cardenal, Juan Pablo (2017). *El poder blando de China en Perú*. Buenos Aires : CADAL
<https://www.cadal.org/informes/pdf/El-poder-blando-de-China-en-Peru.pdf>

Cardenal, Juan Pablo (2017). “China in Latin America: Understanding the Inventory of Influence” en National Endowment for Democracy (2017). *Sharp Power: Rising Authoritarian Influence*. Washington, DC : NED
<https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Chapter1-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-China-Latin-America.pdf>

Kalathil, Shanti (2017). *Beyond the Great Firewall: How China Became a Global Information Power*. Washington, DC : Center for International Media Assistance, NED.
<https://www.cima.ned.org/resource/beyond-great-firewall-china-became-global-information-power/>

Lloyd, John (2017). *The Power and the Story: The Global Battle for News and Information*. Londres : Atlantic Books

Madrid-Morales, Dani (2017). “La internacionalización de los medios de comunicación chinos: un estudio de la producción periodística en CGTN África” en *Communication Papers - Media Literacy & Gender Studies*, “China y medios de comunicación”, 6(11)
<https://eprints.whiterose.ac.uk/id/eprint/202558/1/admin%2C%2BCP-011-5.pdf>

Nyíri, Pál (2017). *Reporting for China: How Chinese Correspondents Work with the World*. Seattle, WA/Londres : University of Washington Press

Ospina Estupiñán, Jhon Deyby (2017). “The Coverage of China in the Latin American Press: Media Framing Study” en *Cogent Arts & Humanities*, 4(1)
<https://doi.org/10.1080/23311983.2017.1287319>

Repnikova, Maria (2017). *Media Politics in China: Improvising Power under Authoritarianism*. Cambridge, RU : Cambridge University

Echazarreta Soler, Carmen y Ollé, Manel (eds) (2017). *Communication Papers - Media Literacy & Gender Studies*, “China y medios de comunicación”, 6(11)
[Número de esta revista académica dedicado a los medios de comunicación en China]
<https://communicationpapers.revistes.udg.edu/issue/download/Communication%20Papers%2011/15>

Thussu, Daya, de Burgh, Hugo y Shi, Anbin (eds) (2017). *China’s Media Go Global*. Abingdon, RU : Routledge

Thussu, Daya (2017). “Globalisation of Chinese media: the global context” en Thussu, Daya, de Burgh, Hugo y Shi, Anbin (eds) (2017). *China’s Media Go Global*. Abingdon, RU : Routledge

Zhou, Qian (2017). "China's International Television Broadcasting and Internal and External Challenges" en 25th JAMCO Online International Symposium
<https://www.jamco.or.jp/en/symposium/25/5/>

Zhou, Qing'an y Wu, Yanni (2017). "The Three Patterns of Chinese International communication" en Thussu, Daya, de Burgh, Hugo y Shi, Anbin (eds) (2017). *China's Media Go Global*. Abingdon, RU : Routledge.

Xu, Beina y Albert, Eleanor (2017). *Media censorship in China. Backgrounder* en Council of Foreign Relations, 17.02.2017
<https://www.cfr.org/backgrounder/media-censorship-china>

Flew, Terry (2017). "CGTN: China's Latest Attempt to Win Friends and Influence People" en *Asia Dialogue*, 01.05.2017
<https://theasiadialogue.com/2017/05/01/cgtn-chinas-latest-attempt-to-win-friends-and-influence-people/>
[retirado, pero hoy disponible en *The News Lens International Edition* (Taipei), 02.05.2017
<https://international.thenewslens.com/article/67290>

BBC (2017). "Hong Kong replaces BBC World Radio with Chinese broadcaster" en BBC, 04.09.2017

Xinhua (2017). "Full text of Xi Jinping's report at 19th CPC National Congress Delivered at the 19th National Congress of the Communist Party of China" en Xinhua, 18.10.2017
https://www.chinadaily.com.cn/china/19thcpcnationalcongress/2017-11/04/content_34115212.htm

Xi, Jinping (2017). "Texto íntegro del informe presentado por Xi Jinping ante XIX Congreso Nacional del PCCH", 03.11.2017
http://spanish.xinhuanet.com/2017-11/03/c_136726335.htm

McKenzie, Nick y Joske, Alex (2017). "Chinese media mogul Tommy Jiang wants John Alexander in Bennelong" en *Sydney Morning Herald*, 15.12.2017.
<https://www.smh.com.au/national/chinese-media-mogul-tommy-jiang-wants-john-alexander-in-bennelong-20171215-h055ds.html>

Cardenal, Juan Pablo (2018). *El poder incisivo de China en América Latina y el caso argentino*. Buenos Aires : CADAL
https://www.cadal.org/libros/pdf/El_Poder_Incisivo_de_China.pdf

Geal, Sam y Soutar, Robert (2018). "Chinese media and Latin America: 'Borrowing a boat' to Set Sail" en *China Brief*, 18(12)
<https://jamestown.org/program/chinese-media-and-latin-america-borrowing-a-boat-to-set-sail/>

Hietanen, Markus (2018). *A Discourse on Democracy in China Daily*. Uppsala, Suecia : Uppsala Universitet
<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1201133/FULLTEXT01.pdf>

Karásková, Ivana; Matura, Tamás; Turcsányi, Richard Q. y Šimalčík, Matej (2018). *Central Europe for Sale: The Politics of China's Influence - Policy Paper*. [Praga] : Association for

International Affairs (AMO) / ChinfluenCE / NED / Central and Eastern European Center for Asian Studies / Institute of Asian Studies
https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2018/04/AMO_central-europe-for-sale-the-politics-of-chinese-influence.pdf

[menciones estudio MapInfluenCE sobre influencia china en medios checos]

Luqiu, Lu Wei Rose (2018). *Propaganda, Media, and Nationalism in Mainland China and Hong Kong*. Lanham, MD : Lexington

Madrid-Morales, Dani (2018). “African News with Chinese Characteristics: A Case Study of CGTN Africa”. Tesis PhD. Hong Kong : City University of Hong Kong
<http://lbms03.cityu.edu.hk/theses/ftt/phd-com-23837390.pdf>

Madrid-Morales, Dani y Wasserman, Herman (2018). “Chinese media engagement in South Africa: What is its impact on local journalism?” en *Journalism Studies*, 9(8)

Marsh, Vivien (2018). “Re-Evaluating China’s Global Media Expansion” en *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1)

Morales, Pablo S. (2018). “Could Chinese News Channels Have a Future in Latin America?” en *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1)
<https://doi.org/https://doi.org/10.16997/wpcc.276>

Tao, Hui-Ping (2018). “China’s Expanding Cultural Influence In The Age Of Globalization: A case study of the chinese media In Kenya”. Dissertation. Amherst, MA : University of Massachusetts.

Tyrell, Rachael (ed) (2018). *Script and Staged: Behind the scenes of China's forced televised confessions*. [Madrid] : Safeguard Defenders
<https://safeguarddefenders.com/sites/default/files/wp-rsdl/uploads/2018/04/SCRIPTED-AND-STAGED-Behind-the-scenes-of-Chinas-forced-televised-confessions.pdf>

Umejei, Emeka (2018). “Chinese media in Africa: Between promise and reality” en *African Journalism Studies*, 39(2)

Wang, Bess; Wong, Tin Chi (2018). “The Landscape of Newspapers in Hong Kong” en Huang, Yu; Song, Yunya (eds). *The Evolving Landscape of Media and Communication in Hong Kong*. Hong Kong : City University of Hong Kong Press.

Ye, Peilei y Albornoz, Luis (2018), “Chinese Media ‘Going Out’ in Spanish Speaking Countries: The Case of CGTN Español” en *Westminster Papers in Communication and Culture*, 13(1)
<https://doi.org/10.16997/wpcc.277>

Yip, Hilton (2018). “China’s \$6 Billion Propaganda Blitz Is a Snooze” en *Foreign Policy*, 23.04.2018.
<https://foreignpolicy.com/2018/04/23/the-voice-of-china-will-be-a-squeak/>

BNAmericas (2018). “Las causas de la salida de Baidu en Brasil” en *BNAmericas* (Santiago, Chile), 11.07.2018
<https://www.bnamericas.com/es/noticias/las-causas-de-la-salida-de-baidu-de-brasil>

Palmer, James. "China's Global Propaganda Is Aimed at Bosses, Not Foreigners" en *Foreign Policy* (Washington, DC), 01.10.2018
https://foreignpolicy.com/2018/10/01/chinas-global-propaganda-is-aimed-at-bosses-not-foreigners/#cookie_message_anchor

Berwick, Angus (2018). "How ZTE Helps Venezuela Create China-Style Social Control" en Reuters, 14.11.2018
www.reuters.com/investigates/special-report/venezuela-zte

CGTN Español (2018). "Se presenta programa televisivo 'Frases clásicas citadas por Xi Jinping' en español" en CGTN Español, 30.11.2018
<https://espanol.cgtn.com/news/3d3d774d6642444d7a637a6333566d54/p.html>
[Argentina]

Lim, Louisa y Bergin, Julia (2018). "Inside China's audacious global propaganda campaign" en *The Guardian* (Londres), 07.12.2018.
<https://www.theguardian.com/news/2018/dec/07/china-plan-for-global-media-dominance-propaganda-xi-jinping>

Balbi, Gabriele; Fei, Jiang y Richeri, Giuseppe (2019). *China and the Global Media Landscape: Remapping and Remapped*. Newcastle upon Tyne, RU : Cambridge Scholar

Bardgett, Suzanne; Kind-Kovács, Friedrich y Kuitenbrouwer, Vicent (2019). "The Act of Listening: Radio Monitoring, 1930-1990" en *Media History*, 25(4)
<https://doi.org/10.1080/13688804.2019.1672527>

Cook, Sarah (2019). "The Implications for Democracy of China's Globalizing Media Influence" en Freedom House (2019). *Freedom and the Media*. Washington DC : FH
https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FINAL07162019_Freedom_And_The_Media_2019_Report.pdf

Denardi, Luciana (2019). "Las relaciones y políticas del Estado chino con sus diásporas: Apuntes sobre la burocracia diaspórica desde Argentina" en *Jornal de Ciencias Sociales*, 7(13).

Diamond, Larry y Schell, Orville (eds) (2019). *China's Influence & American Interests. Promoting Constructive Vigilance*. Stanford CA: Hoover Institution-Stanford University.
<https://www.hoover.org/view/chinas-influence-american-interests>

Edney, Kingsley; Rosen, Stanley y Zhu, Ying (eds) (2019). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. Abingdon, RU : Routledge

Ellis, R. Evan (2019). "The Evolution of Chinese Soft Power in Latin America" en Edney, Kingsley; Rosen, Stanley y Zhu, Ying (eds) (2019). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. Abingdon, RU : Routledge

Freedom House (2019). *Freedom and the Media 2019: A downward spiral*. Washington DC : FH
https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/FINAL07162019_Freedom_And_The_Media_2019_Report.pdf

He, Qinglian (2019). *Red Infiltration: The Truth About China's Global Media Expansion*. Taipei : Gusa Publishing

Huang, Zhao Alexandre y Wang, Rui (2019). "Building a Network to 'Tell China Stories Well': Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter" en *International Journal of Communication*, 13
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11221/2703>

Mihoubi, Selma (2019). "La stratégie d'implantation de Radio Chine Internationale (RCI) en Afrique sahélienne" en *Norois* 252
<https://doi.org/10.4000/norois.9420>
<https://journals.openedition.org/norois/pdf/9420>

Reporters without Borders (2019). "China's Pursuit of New World Media Order". Paris : RSF
https://rsf.org/sites/default/files/en_rapport_chine_web_final_3.pdf

Sun, Wanning. "Vessels of Soft Power Going Out to Sea" en Zhu, Ying; Edney, Kingsley y Rosen, Stanley (eds) (2019). *Soft Power with Chinese Characteristics: China's Campaign for Hearts and Minds*. Abingdon, RU : Routledge
[medios de la diáspora china]

Zhao, Alexandre Huang y Wang, Rui (2019). "Building a Network to 'Tell China Stories Well': Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter" en *International Journal of Communication* 13
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11221/2703>

Uyghur Times (2019). "Why Communist China's Propaganda News Outlets get Green-pass in US for CCP's disinformation campaign?" en *Uyghur Times*, 2019
<https://uyghurtimes.com/why-communist-chinas-propaganda-news-outlets-get-green-pass-in-us-for-ccps-disinformation-campaign/>

Brasil247 (2019). "TV 247 fecha parceria com a CCTV, maior emissora de televisão da China", en *Brasil 247*, 25.02.2019
<https://www.brasil247.com/midia/tv-247-fecha-parceria-com-a-cctv-maior-emissora-de-televisao-da-china>

Mozur, Paul (2019). "Live From America's Capital, a TV Station Run by China's Communist Party" en *New York Times*, 28.02.2019
<https://www.nytimes.com/2019/02/28/business/cctv-china-usa-propaganda.html?ref=oembed>

Cote-Muñoz, Natalia y Laskai, Lorand (2019). "Is Latin America Prepared for China's Booming Tech Investments? China-Latin America 2.0" en *Americas Quarterly*, 23.04.2019
<https://www.americasquarterly.org/content/chinese-companies-are-betting-latin-american-tech-players>

Kahura, Dauti (2019). "Enter the Dragon: China's Media War in Africa" en *The Elephant*, 02.05.2019
<https://www.theelephant.info/analysis/2019/05/02/enter-the-dragon-chinas-media-war-in-africa/>

Yleisradio (YLE) (2019). "Police suspect tax fraud by China-linked Tampere media firm China Radio International pulled its 60-percent stake in GBTimes" en YLE (Helsinki), 28.10.2019
<https://yle.fi/a/3-11040415>

Karásková, Ivana (2019). "How China Influences Media in Central and Eastern Europe" en *The Diplomat* (Arlington, VA), 19.11.2019
<https://thediplomat.com/2019/11/how-china-influences-media-in-central-and-eastern-europe/>

DiResta Renee; Miller, Carly; Molter, Vanessa; Pomfret, John y Tiffert, Glenn (2020). "Telling China's Story: The Chinese Communist Party's Campaign to Shape Global Narratives". Stanford, CA : Stanford Cyber Policy Centre / Hoover Institute.
<https://purl.stanford.edu/pf306sw8941>

Freedom House/Cook, Sara (2020). *Beijing's Global Megaphone. The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017*. Washington, DC : FH
<https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijings-global-megaphone>

Hassid, Jonathan. (2020). "Censorship, the Media, and the Market in China" en *Journal of Chinese Political Science*, 25(3)

Hernández, Miriam y Madrid-Morales, Dani. (2020). "Diversifying voice, democratizing the news? A content analysis of citizen news sources in Spanish-language international Broadcasting" en *Journalism Studies*, 21(8)
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1734857>

Jia, Haina (2020). "When a beautiful daughter-in-law meets Africa: Translating Chinese films and television programmes for the African market" en *Journal of African Cinemas*, 12(1)
https://www.researchgate.net/publication/346032518_When_a_beautiful_daughter-in-law_meets_Africa_Translating_Chinese_films_and_television_programmes_for_the_African_market

Joske, Alex (2020). *The Party Speaks for You: Foreign Interference and the Chinese Communist Party's United Front System - Policy Brief Report 32/2020*. Canberra : Australian Strategic Policy Institute (ASPI)/International Cyber Policy Centre
https://ad-aspi.s3.ap-southeast-2.amazonaws.com/2020-06/The%20party%20speaks%20for%20you_0.pdf

Joske, Alex; Li, Lin; Pascoe, Alexandra y Attrill, Nathan (2020). *The Influence Environment: A survey of Chinese-language media in Australia - Policy Brief Report No. 42/2020*. Canberra : Australian Strategic Policy Institute (ASPI)/International Cyber Policy Centre
<https://s3-ap-southeast-2.amazonaws.com/ad-aspi/2020-12/The%20influence%20environment.pdf>

Li, Mei (2020). *Chinese Television And Soft Power Communication In Australia*-Londres/Nueva York : Anthem Press

Micolta, María Catalina (2020). "La comunicación de China con el público extranjero" en Fundación Andrés Bello
<https://fundacionandresbello.org/es/la-comunicacion-de-china-con-el-publico-extranjero/>

Morales, Pablo S. (2020). "Challenging Western narratives: comparing the global media strategies of China, Iran and Russia" en *Journal of China in Global and Comparative Perspectives*, 6(2020)
<https://doi.org/10.24103/JCGCP.en.2020.4>

Suprajitno, Setefaus (2020). "Reconstructing Chineseness: Chinese Media and Chinese Identity in Post-Reform Indonesia" en *Kemanusiaan*, 27(1)
<https://doi.org/10.21315/kajh2020.27.1>.

Umejei, Emeka (2020). *Chinese Media in Africa: Perception, Performance, and Paradox*. Lanham, MD : Lexington

Wu Ren, Elizabeth (2020). "China Goes Global: A History of Xinhua News Agency's International Expansion from 1978 to 1989". Tesis. Vancouver, BC : University of British Columbia
<https://open.library.ubc.ca/soa/cIRcle/collections/ubctheses/24/items/1.0412624>

Xiang, Yu, Zhang, Xiaoxing (2020). "CCTV in Africa: Constructive approach to Manufacturing Consent" en *Journal of African Media Studies*, 12(2)

Fifield, Anna (2020). "China is waging a global propaganda war to silence critics abroad, report warns" en *The Washington Post*, 15.01.2020
https://www.washingtonpost.com/world/asia_pacific/china-is-waging-an-aggressive-propaganda-campaign-to-distort-media-landscape-report_warns/2020/01/15/30fd4d58-374a-11ea-a1ff-c48c1d59a4a1_story.html

Varrall, Merriden (2020). "Behind the News: Inside China Global Television Network" en Lowy Institute (Sydney, Australia), 16.01.2020
<https://www.lowyinstitute.org/publications/behind-news-inside-china-global-television-network>
[condiciones de trabajo internas y márgenes de autonomía del personal en CGTN]

Kim, Jo (2020). "China's media go global but struggle with credibility" en *The Diplomat* (Arlington, VA), 18.01.2020
<https://thediplomat.com/2020/01/chinas-media-go-global-but-struggle-with-credibility/>

Blackiston, Hannah (2020). "Chinese newspaper *Sing Tao Daily* to close after 38 years" en *Mumbrella.com.au* (Glebe, Australia), 13.02.2020.
<https://mumbrella.com.au/chinese-newspaper-sing-tao-daily-to-close-after-38-years-616961>

[FARA disclosure document - China Daily Distribution Corp.] (2020). "Supplemental Statement for Six-Month Period Ending 04/30/2020", 21.05.2020
<https://efile.fara.gov/docs/3457-Supplemental-Statement-20200521-32.pdf>

[FARA disclosure document - China Daily Distribution Corp.] (2020). "Supplemental Statement for Years 2017 (sic, 2016) through 2020", 01.06.2020
<https://efile.fara.gov/docs/3457-Amendment-20200601-2.pdf>

GCMCU (2020). "China Vision" (Panamá) en GCMCU, 03.06.2020
<https://www.gmcu.com/static/content/LMCY/BMZ/2020-06-03/717698314958807040.html>

GCMCU (2020). “*NMQB*” (Brasil) en GCMCU, 03.06.2020
<https://www.gmcu.com/static/content/LMCY/NMZ/2020-06-03/717693549751312384.html>

GCMCU (2020). “*El Expreso*” (Panamá) en GCMCU, 03.06.2020
<https://www.gmcu.com/static/content/LMCY/BMZ/2020-06-03/717697915065475072.html>

Reuters (2020). “FCC orders radio station in Mexico to halt broadcast of Chinese programs to U.S.” en Reuters, 22.06.2020
<https://www.reuters.com/article/world/us/fcc-orders-radio-station-in-mexico-to-halt-broadcast-of-chinese-programs-to-us-idUSKBN23T365/>

Rebello, Katarina (2020). “Covid-19 News and Information from State-Backed Outlets Targeting French, German and Spanish-Speaking Social Media Users: Understanding Chinese, Iranian, Russian and Turkish Outlets”. Oxford Internet Institute, 29.06.2020
<https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/06/Covid-19-Misinfo-Targeting-French-German-and-Spanish-Social-Media-Users-Final.pdf>

Loomis, Ryan y Holz, Heidi (2020). “China’s Efforts to Shape the Information Environment in the Mekong Region, Information Memorandum” en Center for Naval Analysis (CNA) (Arlington, VA), 09.2020.
<https://www.cna.org/reports/2020/09/IIM-2020-U-027917-Final.pdf>
[Laos, Cambodia, Myanmar, Vietnam y Thailand]

Loomis, Ryan y Holz, Heidi (2020). “China’s Efforts to Shape the Information Environment in Laos, Information Memorandum” en Center for Naval Analysis (CNA) (Arlington, VA), 09.2020
<https://www.cna.org/reports/2020/09/IIM-2020-U-024777-Final.pdf>

Loomis, Ryan y Holz, Heidi (2020). “China’s Efforts to Shape the Information Environment in Thailand, Information Memorandum” en Center for Naval Analysis (CNA) (Arlington, VA), 09.2020
<https://www.cna.org/reports/2020/09/IIM-2020-U-026099-Final.pdf>

EU Desinfo Labs (2020). “French-Language Chinese State Media: Strategies And Social Media Accounts Analysis” en EU Desinfo Labs (Bruselas), 10.2020
https://www.disinfo.eu/wp-content/uploads/2021/06/EU-DisinfoLab-Report_French-language-Chinese-State-media_Oct2020.pdf

Biblioteca del Congreso de Chile. Observatorio Parlamentario Asia Pacífico (BCN-OPAP) (2020). “‘Efecto China’ comenzó su segunda temporada como proyecto multimedial” en BCN-OPAP, 08.11.2020
<https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/programa-efecto-china-cooperativa-2020>

Karásková, Ivana (2020). “China’s Evolving Approach to Media Influence: The Case of Czechia” en *The Diplomat* (Arlington, VA), 13.11.2020
<https://thediplomat.com/2020/11/chinas-evolving-approach-to-media-influence-the-case-of-czechia/>
[menciones estudio MapInfluenCE sobre influencia china en medios checos]

[FARA disclosure document - China Daily Distribution Corp.] (2020). "Supplemental Statement for Six-Month Period Ending 10/31/2020", 18.11.2020
<https://efile.fara.gov/docs/3457-Supplemental-Statement-20201118-33.pdf>

McKenzie, Nick; Wong, Kate y Grieve, Charlotte (2020). "Beijing controls Chinese-language media agencies in Australia, says intel agency" en *Sydney Morning Herald*. 02.12.2020
<https://www.smh.com.au/politics/federal/beijing-controls-chinese-language-media-agencies-in-australia-says-intel-agency-20201202-p56k10.html>

Galloway, Anthony (2020). "How WeChat is helping the CCP control Australian media outlets" en *Sydney Morning Herald*, 17.12.2020
<https://www.smh.com.au/politics/federal/how-wechat-is-helping-the-ccp-control-australian-media-outlets-20201216-p56nvp.html>

Blablová, Veronika (2021). "China's International Broadcasting: A Case Study of the CGTN". Tesis. Brno, República Checa : Masaryk University, Faculty of Social Studies.
https://is.muni.cz/th/ks7vb/dp_Blablova.pdf

Cook, Sarah/ National Endowment for Democracy (2021). *La impronta mediática de China en el mundo. Respuestas democráticas para la expansión de influencia autoritaria*. Washington DC : NED
<https://www.ned.org/wp-content/uploads/2021/07/la-impronta-mediatica-de-China-en-el-mundo-respuestas-democraticas-para-la-expansion-de-influencia-autoritaria-Sarah-Cook.pdf>

[versión en español de "China's Global Media Footprint: Democratic Responses to Expanding Authoritarian Influence"]

China Media Project (2021). *The CMP dictionary: Telling China's story well*. Washington, DC/Taipei : CMP
https://chinamediaproject.org/the_ccp_dictionary/telling-chinas-story-well
<https://www.cna.org/reports/2021/10/IIM-2020-U-027917-Final.pdf>

De Aragão, Thiago (2021). *High-end technology: China's strongest soft power to increase its influence in Latin America* en Latin America Business Stories (LABS) (Curitiba, PR)
<https://labsnews.com/en/articles/business/china-soft-power-latin-america/>

De Aragão, Thiago (2021). "The U.S. still doesn't understand China's strategy in Latin America" en *The Diplomat* (Arlington, VA), 09.2021
<https://thediplomat.com/2021/09/the-us-still-doesntunderstand-chinas-strategy-in-latin-america/>

Dotson, John (2021). "Xinhua Infiltrates Western Electronic Media, Part One: Online 'Advertorial' Content" en *China Brief*, 21(7)
<https://jamestown.org/program/xinhua-infiltrates-western-electronic-media-part-one-online-advertorial-content/>

Dotson, John (2021). "Xinhua Infiltrates Western Electronic Media, Part 2: Relationships with News Agencies and Distribution Services" en *China Brief*, 21(16)
<https://jamestown.org/program/xinhua-infiltrates-western-electronic-media-part-2-relationships-with-news-agencies-and-distribution-services/>

Dukalskis, Alexander (2021). *Making the World Safe for Dictatorship*. Nueva York : Oxford University Press

Gonçalves de Oliveira, Alana y Araujo, Mayara (2021). “Desocidentalizando a imagem sobre a China: um olhar sobre o contrafluxo midiático chinês no Brasil” en *Intus-Legere Historia*, 15(1)

https://www.researchgate.net/publication/353351853_Desocidentalizando_a_imagem_sobre_a_China_um_olhar_sobre_o_contrafluxo_midiatico_chines_no_Brasil

International Republican Institute (2021). *A World Safe For The Party. China's Authoritarian Influence And The Democratic Response. Country Case Studies from Nepal, Kenya, Montenegro, Panama, Georgia and Greece*. Washington, DC: IRI

Jensen, Michael y Chen, Titus (2021). “Illiberal Media in a Liberal Democracy: Examining Identity in Australia's Mandarin Language News” en *Issues & Studies*, 57(2)

<https://doi.org/10.1142/S1013251121500053>

Ke, Zhuoying y Wang, Yarong (2021). “文化自信视域下华文报纸对中华文化的传播研究——以智利之窗为例” [“Un estudio sobre la difusión de la cultura china en la prensa china desde la perspectiva de la confianza cultural: el caso de ‘Ventana de Chile’”] en *News Sentinel*, 2021(1)

https://www.zhangqiaokeyan.com/academic-journal-cn_press-outpost_thesis/0201284268773.html

Madrid Morales, Dani (2021). “Chinese media in Africa, 1955-1999: an overview of an enduring asymmetric relationship” en 2020 APAD Conference (Lomé, Togo)

https://danimadrid.net/research/2021_chinese-media-africa-1955-1999-overview-enduring-asymmetric-relationship.pdf

Madrid-Morales, Dani (2021). “Sino-African Media cooperation? An overview of a longstanding asymmetric relationship” en *It's About Their Story: How China, Turkey and Russia Try to Influence Media in Africa*. Johannesburgo : Konrad-Adenauer-Stiftung.

Morales, Pablo S. (2021). “International broadcasters and country image management: comparing audience perceptions of China, Russia and Iran in Latin America” en *Global Media and China*, 6(1)

<https://doi.org/10.1177/2059436420960882>

Madrid-Morales, Dani (2021). “Who set the narrative? Assessing the influence of Chinese global media on news coverage of Covid-19 in 30 African countries” en *Global Media and China*, 6(2)

Morales, Pablo S. (2021). “Mind the (cultural) gap: International news channels and the challenge of attracting Latin American audiences” en *Media, Culture and Society*, 43(4)

<https://doi.org/10.1177/0163443720972307>

Santacaterina, Donald (2021). “Transnational Environments and ‘Mixed Signals’ in Radio Propaganda: The Voice of America, the BBC, and the People's Republic of China, 1949-1976” en *TMG Journal for Media History*, 24(1/2).

<https://tmgonline.nl/articles/10.18146/tmg.778>

Serwornoo, Michael (2021). *The Image of Africa in Ghana's Press: The Influence of International News Agencies*. Cambridge, RU : Open Book Publishers.

<https://doi.org/10.11647/OBP.0227>

Tumber, Howard; Waisbord, Silvio (eds) (2021). *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. Abingdon, RU : Routledge

Varela Monterroso, Lucía (2021). “Estructura mediática china: una aproximación al caso de China Central Television (CCTV)” en *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, 51

<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i51.09>

Wu, Yu-Shan y Van Staden, Cobus. (2021). “Behind the Headlines: China’s Media Engagement in South Africa” en Alden, Chris y Wu, Yu-Shan (eds) (2021). *South Africa-China Relations: A partnership of paradoxes*. Cham, Suiza : Palgrave Macmillan.

Zeng, Jing; Abidin, Crystal y Schäfer, Mike S. (2021). “Research perspectives on TikTok and its legacy apps introduction” en *International Journal of Communication*, 15
<https://doi.org/10.5167/uzh-205427>

Zhang, Linda (2021). “Cómo contrarrestar la campaña de desinformación de China en Taiwán” en *Military Review* (edición hispanoamericana), 76(2) [Fort Leavenworth, KS : Army University Press]

<https://www.armyupress.army.mil/Portals/7/military-review/Archives/Spanish/2Q-2021/Zhang-SPA-Q2-2021-A.pdf>

Ofcom (2021). “Ofcom revokes CGTN’s licence to broadcast in the UK” en Ofcom.

<https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2021/ofcom-revokes-cgtn-licence-to-broadcast-in-uk>

Szabolcs Panyi (2021). “How Orban’s Eastern Opening brought Chinese spy games to Budapest” en *Direct36* (Budapest), 15.03.2021

<https://www.direkt36.hu/en/kemjatszmat-hozott-budapestre-orban-kinai-nyitasa/>

Vladislavljev, Stefan (2021) Big Brother: “Serbia’s Media Are Creating Nation of China Lovers” en *Balkan Insight* (Belgrado), 26.03.2021

<https://balkaninsight.com/2021/03/26/big-brother-serbias-media-are-creating-nation-of-china-lovers/>

CGTN Español (2021). “CMG Latinoamérica y Grupo Bandeirantes celebran seminario que aborda las relaciones chino-brasileñas y el panorama chino” en CGTN Español (Beijing), 13.06.2021

<https://espanol.cgtn.com/n/2021-06-13/FDDIIA/cmg-latinoamerica-y-grupo-bandeirantes-celebran-seminario-que-aborda-las-relaciones-chino-brasilenyas-y-el-panorama-chino/index.html>

Safeguards Defenders (2021). “Ownership and control of Chinese media” en Safeguards Defenders (Madrid), 14.06.2021

<https://safeguarddefenders.com/en/blog/ownership-and-control-chinese-media>

Jirouš, Filip y Ševčíková, Petra (2021). “Covert propaganda operations in plain sight-The CCP united front system’s media network in Europe” en *Sinopsis, China in Context and Perspective* (Praga), 30.06.2021

<https://sinopsis.cz/wp-content/uploads/2021/07/cns0.pdf>

Carmichael, Flora (2021). “How a fake network pushes pro-China propaganda” en BBC, 05.08.2021

<https://www.bbc.com/news/world-asia-china-58062630>

BBC. (2021). “Wuhan lab leak theory: How Fort Detrick became a centre for Chinese Conspiracies” en BBC, 22.08.2021
<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-58273322>

Scott, Liam (2021). “China Media Directives Reveal Granular Detail of State Censorship” en *Voice of America*, 18.10.2021
<https://www.voanews.com/a/china-media-directives-reveal-granular-detail-of-state-censorship/6275855.html>
[Declaraciones del periodista Michael Ottey]

Wong, Tessa (2021). “China: The patriotic 'ziganwu' bloggers who attack the West” en BBC, 20.10.2021
<https://www.bbc.com/news/world-asia-china-58922011>

Kumar, Raksha (2021). “How China uses the news media as a weapon in its propaganda war against the West” en Reuters Institute / University of Oxford, 02.11.2021
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/how-china-uses-news-media-weapon-its-propaganda-war-against-west>

Watts, Clint (2021). “China’s Propaganda and Disinformation Landscape – 2021 Snapshot. China’s Top-Down Approach To Messaging: A Subtle Force We Should Not Ignore” en *Selected Wisdom* [blog], 19.11.2021
https://clintwatts.substack.com/p/chinas-propaganda-and-disinformation?r=1dxl2&utm_campaign=post&utm_medium=web&utm_source=copy

CBC/Radio Canada (2021). “China is increasingly distorting the news and influencing media in Canada, spy agency warns” en CBCnews (Ottawa), 07.12.2021
<https://www.cbc.ca/news/politics/csis-trudeau-china-media-1.6270750>

Cadell, Cate (2021). “China harvests masses of data on Western targets, documents show” en *The Washington Post*, 31.12.2021
https://www.washingtonpost.com/national-security/china-harvests-masses-of-data-on-western-targets-documents-show/2021/12/31/3981ce9c-538e-11ec-8927-c396fa861a71_story.html

Asia Democracy Network (Arguelles, Cleve y Galang, Karel Jiaan Antonio) (2022). *China’s Rise Under the Lens: Democracy and Human Rights at Risk*. Seúl : Asia Democracy Network
<https://adnasia.org/wp-content/uploads/2022/06/ADN-China-Under-the-Lens-FINAL.pdf>
[Influencia china en medios de Australia, Nueva Zelandia, Filipinas, Sri Lanka, Camboya y Myanmar]

Dian Effendi, Tonny y Stenberg, Josh (2022). “Reading Beijing in Surabaya: Chinese-language Newspapers and China’s Public Diplomacy” en *Tamkang Journal of International Affairs*, 26(1)

Doublethink Lab/China in the World Network (2022, 2024). *China Index* [edición 2022] o [edición 2024]. Taipei : Doublethink Lab/China in the World Network
<https://china-index.io/>
[En sus propias palabras, “mide la influencia de China a nivel global y ofrece una perspectiva comparada sobre la influencia en cada país”]

Duarte, Luiza; Albro, Robert y Hershberg, Eric (2022). *Communicating Influence: China's Messaging in Latin America and the Caribbean*. CLALS Working Paper Series No. 35. Washington, DC : American University, Center for Latin American & Latino Studies (CLALS) <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4061082>

Infografías:

<https://www.american.edu/centers/latin-american-latino-studies/communicating-influence-infographics.cfm>

[Particularmente:

Chinese Content Sharing Agreements with Latin American and Caribbean Media

Latin American and Caribbean Media Reproducing Xinhua Content

Chinese Media Content in Latin American Newspapers: Argentina, Brazil, Chile, El Salvador

Evolution of China's Paid Content Messaging in Latin America

Chinese Paid Media Content in Latin American Media Outlets by Country

Chinese Paid Media Content by Country and Topic

Topics of Chinese Diplomatic Opinion Pieces in Latin American and Caribbean Media

Number of Chinese Diplomatic Opinion Pieces in Argentina, Brazil, Chile and El Salvador

China's Twitter Accounts in Latin America and the Caribbean

Top Ten Twitter Hashtags Used by Chinese Embassies

Huawei and the Status of 5G Connectivity in Latin America

Huawei and the Status of 5G Connectivity in the Caribbean

Timeline for the Advancement of 5G Connectivity in Brazil]

Fernández, Jorge Octavio (2022). *Notas para reconstruir una historia: Relaciones entre México y la República Popular China antes del establecimiento de relaciones diplomáticas*. Ciudad de México : Universidad Veracruzana / China Media Group.

[Octavio Fernández es un periodista y presentador mexicano en CGTN]

Freedom House (2022). *Beijing's Global Media Influence. Authoritarian Expansion and the Power of Democratic Resilience*. Washington, DC : FH

<https://freedomhouse.org/report/beijing-global-media-influence/2022/authoritarian-expansion-power-democratic-resilience>

International Republican Institute (2022). *Coercion, Capture, and Censorship: Case Studies on the CCP's Quest for Global Influence: Brazil, Italy, Indonesia, El Salvador, Kyrgyzstan, Turkey, Mexico, South Africa. Solomon Islands, Zimbabwe, Armenia, Kiribati*. Washington, DC : IRI

<https://www.iri.org/wp-content/uploads/2022/09/IRI-Coercion-Capture-and-Censorship-Case-Studies-on-the-CCPs-Quest-for-Global-Influence-September-2022.pdf>

Joske, Alex (2022). *Spies and Lies: How China's Greatest Covert Operations Fooled the World*. Melbourne/Londres : Hardie Grant Books

Kurlantzick, Joshua (2022). *Beijing's Global Media Offensive: China's Uneven Campaign to Influence Asia and the World*. Nueva York : Oxford University Press

Madrid-Morales, Dani y Wasserman, Herman (2022). "How Effective are Chinese Media in Shaping Audiences' Attitudes towards China?: A survey analysis in Kenya, Nigeria, and South Africa" en *Online Media and Global Communication*, 1(4). <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0047>

Morales, Pablo S. (2022). "Counter-hegemonic collaborations or alliances of the underdogs? The case of TeleSUR with Al-Mayadeen, RT and CGTN" en *Global Media and Communication* 18(3).

<https://doi.org/10.1177/17427665221125549>

Morales, Pablo S. (2022). "China's Global Media in Latin America: Exploring the Impact and Perception in Mexico and Argentina" en Tudoroiu, Theodore y Kuteleva, Anna (eds) (2022). *China in the Global South*. Singapur : Springer.

https://doi.org/10.1007/978-981-19-1344-0_5

Morales, Pablo S. (2022). "China's Communication Strategy in Latin America: From External Actor to Close Partner" en Zhang, Xiaoling y Schultz, Corey (2022). *Communicating China. China's International Communication and Relationship Building*. Abingdon, RU : Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003254157-5>

Portales, Carlos (2022). "Los mensajes de China: buscando ampliar y afianzar las redes con Chile", CLALS Working Paper Series 36. Washington, DC : American University, Center for Latin American & Latino Studies (CLALS).

<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4070924>

Repnikova, Maria (2022). *Chinese Soft Power*. Cambridge, RU : Cambridge University Press.

Safeguard Defenders (2022). *110 Overseas - Chinese Transnational Policing Gone Wild - Investigations and briefings series*, 09.2022. [Madrid] : Safeguard Defenders

<https://safeguarddefenders.com/sites/default/files/pdf/110%20Overseas%20%28v5%29.pdf>

Safeguard Defenders (2022). *Patrol and Persuade: A follow-up investigation to 110 Overseas - Investigations and briefings series*, 12.2022. [Madrid] : Safeguard Defenders

<https://safeguarddefenders.com/sites/default/files/pdf/Patrol%20and%20Persuade%20v2.pdf>

Thussu, Daya (2022). "Rethinking global media ethics for a 'post-American' world" en Miladi, Nouredine (ed). *Global Media Ethics and the Digital Revolution*. Abingdon, RU : Routledge

<https://doi.org/10.4324/9781003203551-5>

Xin, Xin (2022). "Xinhua News Agency" en Borchard, Gregory A. (2022). *The SAGE Encyclopedia of Journalism*. Thousand Oaks, CA : SAGE

Xu, Jian y Yu, Haiqing (2022). "Regulating and governing China's Internet and digital media in the Xi Jinping era" en *Media International Australia*, 185(1)

Yu, Haiqing y Li, Luzhou (2022). "Chinese digital platforms in Australia: From market and politics to governance" en *Media International Australia*, 185(1)

<https://doi.org/10.1177/1329878X221095594>

Zhang, Xiaoling y Schultz, Corey (2022). *Communicating China. China's International Communication and Relationship Building*. Abingdon, Oxon/Nueva York : Routledge

https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781000608595_A42943653/preview-9781000608595_A42943653.pdf

Zhao, Jingnan (2022). "New Media Disruption: A Case Study of Chinese Language Newspapers In Thailand". Tesis. Bangkok : Graduate School of Social Development and Management Strategy, National Institute of Development Administration (NIDA), <https://repository.nida.ac.th/items/13ebf4b4-eee2-4f41-ad5f-f9a2d704bf7b/full>

La Nación (2022). "China, un socio peligroso" (editorial) en *La Nación* (Buenos Aires), 06.01.2022
<https://www.lanacion.com.ar/editoriales/china-un-socio-peligroso-nid08012022/>

InsideRadio (2022). "Report: Washington DC AM Station Drops Chinese Programming Following Scrutiny" en *InsideRadio* (Nashville, TN), 24.01.2022
https://www.insideradio.com/free/report-washington-dc-am-station-drops-chinese-programming-following-scrutiny/article_d66ce7ee-7cee-11ec-8c24-5b4d51cd342e.html

Serrichio, Sergio (2022). "Qué es la 'Iniciativa de la Franja y la Ruta' china y cómo llega a ella la Argentina", en *Infobae* (Buenos Aires), 06.02.2022
<https://www.infobae.com/economia/2022/02/06/que-es-la-iniciativa-de-la-franja-y-la-ruta-china-y-como-llega-a-ella-la-argentina/>

Seitz, Amanda; Tucker, Eric; Catalini, Mike (2022). "How China's TikTok, Facebook influencers push propaganda" en AP, 30.03.2022
<https://apnews.com/article/china-tiktok-facebook-influencers-propaganda-81388bca676c560e02a1b493ea9d6760>

Ping-chieh Chen, Mia (2022). "China's state media urged not to stray from party line, dumb down ideology" en Radio Free Asia (Washington, DC), 07.09.2022
<https://www.rfa.org/english/news/china/state-media-09072022110107.html>
[Declaraciones de Fu Hua acerca de que "Xinhua nunca se apartará de la línea del partido"]

BBC Monitoring (2022). "Analysis: How Chinese media promote Russian narratives and officials" en BBC Monitoring, 20.09.2022
<https://monitoring.bbc.co.uk/product/c203r6uk>

Kurlantzick, Joshua (2022). "How Beijing is controlling Chinese media in Canada and around the world" en *National Post* (Toronto, Canadá), 19.12.2022
<https://nationalpost.com/opinion/how-beijing-is-controlling-chinese-media-in-canada-and-around-the-world>

BBC (2023). *China Media Guide*.
<https://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-13017881>

Centre for Social Inclusion and Federalism (2023). *China's Influence In Nepali Media Amid Aggressive Nepal Policy*. Kumaripati, Nepal : CESIF
https://cesifnepal.org/1708345121_China's%20Influence%20in%20Nepali%20Media_English.pdf

Puyosa, Iria; Marín Vázquez, Mariví y Fivenson, Adam / National Endowment for Democracy (2023). *Deepening The Response To Authoritarian Information Operations In Latin America - Report*. Washington, DC : NED
https://www.ned.org/wp-content/uploads/2023/12/NED_FORUM-Deepening-Response-Latin-America.pdf.pdf
[menciones a China]

Guo, Dongnu (2023). "Revealing China's Soft Power Narratives in State-Owned Media: A Content Analysis" en *Chinese Journal of International Review* 5(2)

Lei, Ya-Wen (2023). *The Gilded Cage: Technology, Development and State Capitalism in China*. Princeton, NJ : Princeton University Press

Marsh, Vivien (2023). *Seeking Truth in International TV News: China, CGTN and the BBC*. Abingdon, RU : Routledge

Marsh, Vivien; Madrid-Morales, Dani y Paterson, Chris (2023). "Global Chinese media and a decade of change" en *International Communication Gazette*, 85(1)
<https://doi.org/10.1177/17480485221139459>

Morante, Andrea y Wu, H. Denis (2023). "Assessing China's news coverage and soft power in Latin America in the Wake of the Belt and Road Initiative (2013-2021)" en *International Communication Gazette*, 85(1).
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/17480485221139466>

Morales, Pablo S. y Menechelli, Paulo (2023). "Mundo China: The media partnership reframing China's image in Brazil" en *International Communication Gazette*, 85(1),
<https://doi.org/10.1177/17480485221139465>

Shu, Chang-sheng (2023). *Chinese Migration to Brazil: History, Mobility and Identities*. Newcastle upon Tyne, RU : Cambridge Scholars Publishing
[especialmente "Chapter 5. The Diasporic Chinese Language Media in Brazil"]

Xiang, Debao y Cai, Weihang (2023). "Information and communication technologies and China's international communication to the world" en *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales (China & The digital Turn) 20(n especial)*
<https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/86616/4564456567315>

Wang, Xifei (2023). "Radio Chine Internationale en France, un instrument d'influence inaudible" en *Hermes, la Revue* (Paris), 92(2)

Wu, Fengming (2023). *La revista DangDai, agente cultural del acercamiento entre China y Argentina*. Buenos Aires : Teseo

The Economist (2023). "Chinese propaganda is surprisingly good abroad" en *The Economist* (Londres), 16.02.2023
<https://www.economist.com/china/2023/02/16/chinese-propaganda-is-surprisingly-effective-abroad>

Kurlantzick, Joshua (2023). "Chinese interferences dangerous - but also often ineffective and counterproductive" en *The Interpreter* (Lowy Institute) (Sydney, Australia), 23.02.2023
<https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/chinese-interference-dangerous-also-often-ineffective-counterproductive>

Scott, Caitlin (2023). "Coercion, Capture, and Censorship: The People's Republic of China's Influence in the Developing World and the Democratic Response". Testimonio en audiencia de la U.S. China Economic and Security Review Commission 'China's Global Influence and Interference Activities (Washington, DC), 23.03.2023

Bandurski, David (2023). "Going Global: Mixing Media and Statecraft in Latin America" en *China Media Project* (Washington, DC/Taipei), 09.04.2023
<https://chinamediaproject.org/2023/04/09/mixing-media-and-statecraft-in-latin-america/>

Hvistendahl, Mara y Mueller, Benjamin (2023). "*Chinese Censorship Is Quietly Rewriting the Covid-19 Story*" en *The New York Times*, 23.04.2023

Knockel, Jeffrey; Kato, Ken y Dirks, Emile (2023) "Missing Links: A comparison of search censorship in China" en *Citizen Lab Report 166* (University of Toronto) (Toronto, ON), 26.04.2023
<http://hdl.handle.net/1807/127271>

Shepherd, Tory (2023). "ABC's international budget should grow as China spends billions on information war, inquiry told" en *The Guardian* (Londres), 23.06.2023
<https://www.theguardian.com/media/2023/jun/22/abcs-international-budget-should-grow-as-china-spends-billions-on-information-war-inquiry-told>
[Estimación de Claire Gorman, de la ABC -Australia- sobre el presupuesto anual de los medios globales chinos]

Communist Party of China (CPC) (2023). "Full Text: Remarks by Chinese President Xi Jinping at the BRICS-Africa Outreach and BRICS Plus Dialogue" en International Department of the Central Committee of the Communist Party of China, Beijing, 25.08.2023
https://www.idcpc.org.cn/english2023/ttxw_5749/202308/t20230825_162001.html

Kerkelä, Lasse (2023). "Radio Classiciakin pyörittäneen mediayhtiön pomo pimitti miljoonaverot" (2023) en *HS Digi* (Helsinki), 25.09.2023
<https://www.hs.fi/suomi/art-2000009878983.html>

Karásková, Ivana (2023). "How China's Propaganda Infiltrated Radio Stations in Europe" en *The Diplomat* (Arlington, VA), 25.09.2023
<https://thediplomat.com/2023/09/how-chinas-propaganda-infiltrated-radio-stations-in-europe/>

Karásková, Ivana (2023). "China Radio International Hides Behind Commercial Radio Stations in Europe" en *China Observers in Central and Eastern Europe (CHOICE)*, Association for International Affairs (AMO) (Praga), 03.10.2023
<https://chinaobservers.eu/china-radio-international-hides-behind-commercial-radio-stations-in-europe/>

Alekna, John (2024). *Seeking News, Making China: Information, Technology, and the Emergence of Mass Society*. Stanford, CA : Stanford University Press.

CESCOS (2024). *Luna Roja* [documental en video]. Montevideo : CESCOS
<https://www.youtube.com/watch?v=nehBj0MD4A0>
[Controversia por la Estación del Espacio Lejano instalada por China en la Provincia argentina del Neuquén]

Curtis, Simon y Klaus, Ian (2024). *The Belt and Road City: Geopolitics, Urbanization, and China's Search for a New International Order*. New Haven, CT : Yale University Press.

Expediente Abierto; Meléndez Q., Javier (2024). *Más allá de la franja y la ruta: impacto de las empresas chinas en Centroamérica*. San José, Costa Rica : Expediente Abierto.
<https://www.expedienteabierto.org/wp-content/uploads/2024/06/China-en-Costa-Rica.pdf>

Feng, Juan; Xiufang, (Leah) Li, (2024). “The Rise of China’s International Broadcasting Services” en Wake, Alexandra (ed) (2024). *Transnational Broadcasting in the Indo Pacific*. Londres : Palgrave Macmillan.

Graphika (2024). *The #Americans: Chinese State-Linked Influence Operation Spamouflage Masquerades as U.S. Voters to Push Divisive Online Narratives Ahead of 2024 Election (ATLAS Report, 09.2024)*. Nueva York : Graphika
<https://public-assets.graphika.com/reports/graphika-report-the-americans.pdf>

Green, Kieran; Sprott, Andrew; Francis, Ed; Lafferty, Brian; Wise, Hartley; Henry, Molly; Faerber, Grace y Miller, Frank (2024). *Censorship Practices of the People’s Republic of China*. Vienna, VA : Exovera Centre for Intelligence Research and Analysis / US-China Economic and Security Review Commission
https://www.uscc.gov/sites/default/files/2024-02/Censorship_Practices_of_the_Peoples_Republic_of_China.pdf

Hanning Núñez, Sascha (2024). “China Media Group (CMG) en Español: Analyzing Chinese State media’s presence on Spanish-speaking YouTube” en Centro de Análisis para la Democracia (CAD) (Santiago, Chile), 01.2024
https://cadlatam.org/wp-content/uploads/2024/01/FHPC_EN_FINAL.pdf

Horodenko, Lesia y Shtelmakh, Pavlo (2024). “History and Evolution of International Broadcasting Systems in the World” en *Current Issues of Mass Communication*, 35
<https://doi.org/10.17721/CIMC.2024.35.12-21>

Isern, Pedro (2024). “Hong Kong y China: ¿Un futuro posible para América Latina?” en Red Liberal de América Latina (Relial) (2024). *China en América Latina: la otra cara de la moneda*. Ciudad de México : Relial
<https://relial.org/wp-content/uploads/2024/02/La-influencia-de-China-en-AL-final.pdf>

Klingner, Bruce (2024). “South Korea Must Counter Chinese Influence Operations—and the U.S. Should Provide Support” en *Backgrounder 3815, Asian Studies Center* (Washington DC : The Heritage Foundation).
<https://www.heritage.org/sites/default/files/2024-02/BG3815.pdf>

Morales, Pablo S. y Menechelli, Paulo (2024). “Communicating the authentic China: partnership agreements and the use of Chinese sources and voices by Brazilian media” en *Chinese Journal of Communication*, 17(4)
<https://doi.org/10.1080/17544750.2024.2335264>

Patrick, Igor (2024). *Hearts & Minds, Votes & Contracts: China’s State Media in Latin America*. Washington, DC : Wilson Center/Kissinger Institute
<https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/uploads/documents/HeartsMindsVotesContracts.pdf>
<https://www.wilsoncenter.org/book/hearts-minds-votes-contracts-chinas-state-media-latin-america>

Urruchurtu, Pedro (2024). “El rol de la tecnología digital china en el fortalecimiento y perfeccionamiento de los autoritarismos en el siglo XXI en Latinoamérica: El caso

Venezuela” en Red Liberal de América Latina (Relial) (2024). *China en América Latina: la otra cara de la moneda*. Ciudad de México: Relial
<https://relial.org/wp-content/uploads/2024/02/La-influencia-de-China-en-AL-final.pdf>

Voo, Julia (2024). “Driving Wedges: China’s Disinformation Campaigns in the Asia-Pacific” en Asia-Pacific Regional Security Assessment 2024 (Routledge, RU)

World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) (2024). “World Media Summit” en WAN-IFRA (Frankfurt, Alemania)
<https://wan-ifra.org/world-news-media-congress-since-1948/>)

Xu, Jian y Gong, Qian (2024). “‘Telling China’s Story Well’ as propaganda campaign slogan: International, domestic and the pandemic” en *Media Culture & Society*, 46(5)
<https://doi.org/10.1177/01634437241237942>

Rouvinski, Vladimir (2024). “China’s Soft Power in Latin America” en *Diálogo Político*, (Fundación Konrad Adenauer) (Berlín/América Latina), 19.02.2024.
<https://dialogopolitico.org/special-edition-2024-keys-to-understanding-china/chinas-soft-power-in-latin-america>

Civics Monitor (2024). “China: Activists and Journalists Face Arrests and Convictions despite UN Human Rights Review” en CIVICUS Monitor, Civic Space Developments (Johannesburgo, Sudáfrica), 01.03.2024
<https://monitor.civics.org/explore/china-activists-and-journalists-face-arrests-and-convictions-despite-un-human-rights-review/>
[caso Sun Lin y censura de la discusión del episodio]

Alfie, Alejandro (2024). “Qué es Télam, la agencia de noticias y publicidad estatal cuyo cierre anunció Milei” en *Clarín*, 04.03.2024.
https://www.clarin.com/politica/agencia-noticias-publicidad-estatal-telam-milei-anuncio-cierre_0_LWJT1sDhPB.html

Bond, Shannon (2024). “China is pushing divisive political messages online using fake U.S. voters” en National Public Radio (Washington, DC), 03.09.2024
<https://www.npr.org/2024/09/03/nx-s1-5096151/china-tiktok-x-fake-voters-influence-campaign>

Human Rights Foundation (2024). “Beyond Borders: China’s Grip on Global Media” en HRF (Nueva York), 27.03.2024
<https://hrf.org/latest/beyond-borders-chinas-grip-on-global-media/>

Alianza Código Vidrio y Vistazo (2024). “El rastro de la policía secreta china conduce al Hotel Quito” en *Código Vidrio* (Quito), 14.05.2024
<https://www.codigovidrio.com/code/el-rastro-de-la-policia-secreta-china-conduce-al-hotel-quito/>
[Cierre del *Semanario Chino Ecuatoriano*]

National Endowment for Democracy / Núñez, Nick y Sheives, Kevin (2024). “Borrowing Boats: How are Key Influencers in Latin America Amplifying CCP Narratives about Authoritarian Models?” en NED (Washington, DC), 20.05.2024
<https://www.ned.org/borrowing-boats-how-are-key-influencers-in-latin-america-amplifying-ccp-narratives-about-authoritarian-models/>

[respuestas de expertos latinoamericanos a la pregunta de si los medios de comunicación chinos están promoviendo o aprovechando, fuera del ámbito gubernamental, figuras locales influyentes promover narrativas y modelos de gobierno autoritarios]

Grupo Bandeirantes (2024). “Grupo Bandeirantes celebra 5 anos de parceria com o China Media Group. O Media Group reúne os principais veículos de comunicação chineses” en *Band.com.br* (São Paulo, Brasil), 24.05.2024

<https://www.band.com.br/noticias/jornal-da-band/ultimas/grupo-bandeirantes-celebra-5-anos-de-parceria-com-o-china-media-group-16692439>

China Media Project (2024). “A Media Labyrinth in the Middle East”, 25.06.2024

<https://chinamediaproject.org/2024/06/25/a-media-labyrinth-in-the-middle-east/>

VV.AA. (2024). “Secret Signals: Decoding China’s Intelligence Activities in Cuba” en Center for Strategic and International Studies (Washington, DC), 01.07.2024

<https://features.csis.org/hiddenreach/china-cuba-spy-sigint/>

Infobae (2024). “Milei confirmó que viajará a China: ‘Es un socio comercial muy interesante, no exigen nada, sólo que no los molesten’” en *Infobae* (Buenos Aires), 30.09.2024

<https://www.infobae.com/politica/2024/09/30/javier-milei-con-susana-gimenez-china-es-un-socio-comercial-muy-interesante-no-exigen-nada-solo-que-no-los-molesten/>

Cooper, Sam (2024). “Chinese Media in Canada Amplifies Divisions and Beijing’s Narratives, Commission Hears” en *The Bureau* (Toronto, ON), 01.10.2024

<https://www.thebureau.news/p/chinese-media-in-canada-amplifies>

Morales, Pablo S. (2024). “Los medios que firman acuerdos de cooperación con China se enfrentan al reto de mantener su independencia editorial” en Biblioteca del Congreso de Chile. Observatorio Parlamentario Asia Pacífico (Santiago, Chile), 01.10.2024.

<https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/pablo-sebastian-morales-convenio-comunicacional-china>

Thompson, Elizabeth (2024). “CRTC to take a closer look at Chinese language media outlets, foreign Interference inquiry hears” en CBC (Ottawa), 01.10.2024

<https://www.cbc.ca/news/politics/china-india-media-pressure-1.7339042>

De Cárdenas Chang, Nilo (2024). “China y Perú: dos culturas, dos colosos y una filosofía” en revista *Oriente* (Lima), 13.11.2024

<https://www.revistaoriental.com/china-y-peru-dos-culturas-dos-colosos-y-una-filosofia/>

Ibatao Ruiz, Cynthia (2024). “Un día en CGTN” en *La R* (Montevideo), 02.12.2024

<https://grupormultimedia.com/un-dia-en-cgtn-id142105/>

Recorded Future. Insikt Group Research (2024). “Breaking the Circle: Chinese Communist Party Propaganda Infrastructure Rapidly Expands” en Recorded Future, Inc. (Somerville, MA), 10.12.2024

<https://www.recordedfuture.com/research/breaking-the-circle>

Junhao, Hong y Min, Xu (2025). “Broadcasting China: Strategies and Trends in the Global Expansion of Chinese Television” en Rawnsley, Ming-Yeh; Ma, Jiben y Rawnsley, Gary (eds) (2025). *Routledge Handbook of Chinese Media (2nd edition)*. Abingdon, RU: Routledge

<https://doi.org/10.4324/9781003362500-32>

Eftimiades, Nicholas (2025). *Chinese Espionage Operations and Tactics*. 2nd Edition. Vancouver, BC : Vitruvian Press

Expediente Abierto y ProBox Venezuela (2025). “Narrativas digitales de China en Centroamérica: propaganda, poder blando y desinformación en redes sociales”. San José, Costa Rica : Expediente Abierto y ProBox Venezuela
<https://expedienteabierto.org/wp-content/uploads/2025/05/Narrativas-Digitales-China-en-CA.pdf>

Mazzina, Constanza (2025). *La estrategia china de captura de élites y su impacto para la Argentina*. San José, Costa Rica : Expediente Abierto
https://www.expedienteabierto.org/wp-content/uploads/2025/09/ELITES_ARGENTINA-1_merged.pdf

Rawnsley, Ming-Yeh; Ma, Jiben y Rawnsley, Gary y (eds) (2025). *Routledge Handbook of Chinese Media (2nd edition)*. Abingdon, RU: Routledge
<https://doi.org/10.4324/9781003362500>

Santos Victoria, César Eduardo (2025). “El PCCh en Costa Rica, Panamá y El Salvador: diplomacia entre partidos y arenas de cooperación autoritaria” en *Revista Académica del Seminario Permanente de Investigación RELIAL*, 1(1)
https://www.academia.edu/145142204/EL_PCCh_en_Costa_Rica_Panam%C3%A1_y_El_Salvador_diplomacia_entre_partidos_y_arenas_de_cooperaci%C3%B3n_autoritaria

Tzili-Apango, Eduardo (2025). “Percepciones en México sobre la Iniciativa de la Franja y la Ruta de China” en Connolly, Marisela (ed) (2025). *Medio siglo de relaciones diplomáticas México-China. Contextos, propuestas de análisis, economía, comercio y nuevas agendas*. Ciudad de México : El Colegio de México, Centro de Estudios de Asia y Africa.

Wu, Ziyi (2025). “Outsiders in the Media: How a Sense of ‘Foreignness’ Shapes Support for Censorship in China” en *Political Communication* (2025).

Committee to Protect Journalists (2025). “Special Report. In record year, China, Israel, and Myanmar are World’s Leading Jailers of Journalists” en *Special Reports*, CPJ, (Nueva York), 16.01.2025.
<https://cpj.org/special-reports/in-record-year-china-israel-and-myanmar-are-worlds-leading-jailers-of-journalists/>

Qiandao Ribao (2025) “华媒心声留故乡，《拉美快报》捐文献——《拉美快报》捐赠仪式暨“华侨华人文献收藏研究中心”成立仪式在广东省立中山图书馆举行” [“La voz de los medios de comunicación chinos se mantiene en su ciudad natal. *Latin American Express* [Panamá] donó documentos”] en *Qiandao Ribao* (Surabaya, indonesia), 27.04.2025
<https://www.qiandaoribao.com/2025/04/27/%E5%8D%8E%E5%AA%92%E5%BF%83%E5%A3%B0%E7%95%99%E6%95%85%E4%B9%A1%E5%BC%8C%E3%80%8A%E6%8B%89%E7%BE%8E%E5%BF%AB%E6%8A%A5%E3%80%8B%E6%8D%90%E6%96%87%E7%8C%AE-%E3%80%8A%E6%8B%89%E7%BE%8E/>

Asia Fact-Checking Lab (2025). 《中共外宣在台湾》报告全文电子档发布. [Se publica la versión electrónica completa del informe "Propaganda extranjera del PCCh en Taiwán"] en Radio Free Asia (Washington, DC), 07.05.2025
<https://www.rfa.org/mandarin/shishi-hecha/2025/05/08/fact-check-ccp-propaganda-in-taiwan-ebook/>

Gutiérrez, Susana (2025). “Xinhua impulsa la cooperación de medios entre China y Bolivia”, en *El Diario* (La Paz), 21.05.2025.

[Datos de la propia Xinhua sobre suscriptores, idiomas y corresponsalías]

<https://www.eldiario.net/portal/2025/05/21/xinhua-impulsa-la-cooperacion-de-medios-entre-china-y-bolivia/>

Ellison, Sarah y Cadell, Cate (2025). “Chinese propaganda surges as the U.S. defunds Radio Free Asia” en *The Washington Post*, 06.06.2025

<https://www.washingtonpost.com/politics/2025/06/06/trump-radio-free-asia-cuts-china-propaganda/>

News ArgenChina (2025). “Se realizó un encuentro entre el Instituto de Periodismo chino y la comunidad china en Argentina” en *News ArgenChina* (Buenos Aires), 10.06.2025

<https://newsargenchina.ar/contenido/6672/se-realizo-un-encuentro-entre-el-instituto-de-periodismo-chino-y-la-comunidad-ch>

Viswanatha, Aruna; Wexler, Alexandra y Leong, Clarence (2025). “China Sets More Airtime Around the World as Voice of America Signs Off” en *Wall Street Journal* (Nueva York), 13.07.2025

<https://www.wsj.com/world/china/voice-of-america-china-russia-65f54e6a>

La Prensa (2025). “Xinhua estrecha lazos de cooperación con los medios de la Argentina” en *La Prensa* (Buenos Aires), 23.09.2025

<https://www.laprensa.com.ar/Xinhua-estrecha-lazos-de-cooperacion-con-los-medios-de-la-Argentina-564368.note.aspx>

[reproducción del cable de Xinhua de ese mismo día:

<https://spanish.xinhuanet.com/20250923/09f81eb181ce42f29c673b1f9bca860d/c.html>]

Diseño de portada y contraportada: Rodrigo Iberra. Publicado en la República Oriental del Uruguay por CESCOS (Centro para el Estudio de las Sociedades Abiertas, Montevideo).

CESCOS.ORG

CHINA: LA SEDUCCIÓN COMUNICACIONAL PARA “NATURALIZAR” UN RÉGIMEN

Medios globales y propaganda de Beijing
en América Latina y el mundo



CESCOS
Center for the Study of
Contemporary Open Societies