



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés

Departamento de Ciencias Sociales

Licenciatura en Relaciones Internacionales

El poder blando de China en América Latina: análisis de
las percepciones en la región sobre el gigante asiático

Autor: Juan Bautista Ocantos Sartor

Legajo: 30167

Mentor: Diego Reynoso

Victoria, Buenos Aires, marzo de 2023

Agradecimientos

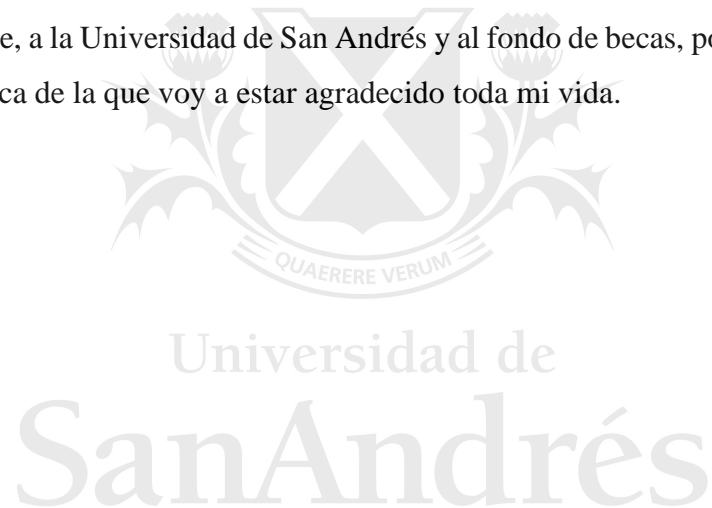
A mi familia, por siempre apoyarme incondicionalmente en mis decisiones y ser mi mayor sostén emocional. Ellos son la fuente de inspiración que me motiva cada día.

A Diego Reynoso, por ayudar a superarme académicamente y guiarme e iluminarme en el proceso de este trabajo.

A mis amigos y compañeros, por dar color a este camino y ser un gran soporte emocional. Particularmente, a Paloma, por escucharme y aconsejarme en los momentos que más lo necesité, y a Renzo, por su compañía diaria y su apoyo incondicional.

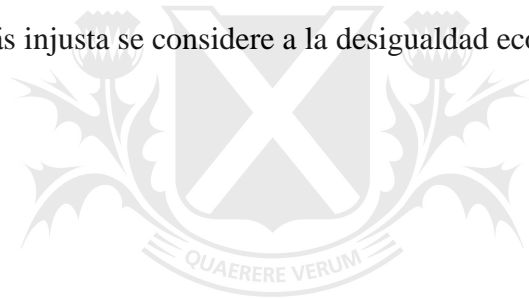
Al cuerpo de profesores, por su dedicación cotidiana y hacer del paso por la universidad una experiencia sumamente enriquecedora.

Y, especialmente, a la Universidad de San Andrés y al fondo de becas, por brindarme esta oportunidad única de la que voy a estar agradecido toda mi vida.



Resumen

El uso del poder blando o *soft power* ha sido crucial en la política exterior de China durante su ascenso internacional. Uno de los indicadores clave de este poder blando es la opinión pública. Dada la creciente relación económica-comercial y política que este país ha tenido con los países de América Latina desde comienzos del siglo, en este trabajo se analiza cuáles son los factores que influyen en esta opinión pública, particularmente en la percepción que los individuos de América Latina tienen sobre China. Para ello, se llevaron a cabo dos modelos de regresión, uno por mínimos cuadrados ordinarios y otro logístico, utilizando datos de la encuesta Latinobarómetro. Los resultados muestran que, a diferencia de lo que se había observado en otros estudios, los asuntos ideológicos sí afectan esta percepción. En particular, quienes valoran más la democracia como sistema de gobierno tienden a mostrar visiones más favorables hacia China, aunque este efecto disminuye mientras más injusta se considere a la desigualdad económica existente.



Universidad de
San Andrés

Índice

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción | 4 |
| 2. Revisión de la literatura e hipótesis | 7 |
| 2.1. Valores y creencias | 8 |
| 2.2. Intereses materiales | 12 |
| 2.3. Sentimiento de pertenencia a grupos sociales | 13 |
| 2.4. Otras variables | 14 |
| 3. Metodología | 16 |
| 4. Resultados | 22 |
| 5. Discusión de resultados | 27 |
| 5.1. Limitaciones y pasos a seguir | 31 |
| 6. Conclusiones | 34 |
| 7. Anexo 1 | 36 |
| 8. Anexo 2 | 38 |
| 9. Referencias | 40 |

Universidad de
San Andrés

1. Introducción

La aparición de China como jugador en la escena global en diferentes ámbitos es un hecho innegable. En tan solo unas décadas se ha posicionado como la segunda mayor economía del planeta manteniendo tasas de crecimiento muy elevadas durante años. Su ascenso ha sido foco de curiosidad para muchas personas y Estados en todo el mundo, junto con el modelo que le ha permitido un crecimiento tan rápido y sostenido, y que no deja de ser una alternativa para muchos países en vías de desarrollo (Bulman, 2022, pp. 118-121). Esto, sin embargo, también ha despertado preocupaciones, principalmente en los países que sienten su estatus internacional o ciertos valores amenazados, en particular Estados Unidos respecto a los principios liberales-democráticos que enarbola (Rudd, 2013; Zhang, Lei, Ji & Kutan, 2018).

Frente a la preocupación que genera en Occidente, China hace grandes esfuerzos para dar una buena imagen a nivel internacional. El uso del poder blando o *soft power* ha sido clave en la política exterior de la potencia asiática (Huang & Ding, 2006). Según Nye (2004), esta es la capacidad de un país de moldear las preferencias de otro e influir en la toma de decisiones a través de medios pacíficos de atracción o persuasión, como la cultura, los valores políticos y la política exterior. La opinión pública juega un rol clave en esto, ya que actúa como un indicador del *soft power* y China ha hecho uso constante de una “*public diplomacy*” como parte de su aparato estratégico para acercarse a las sociedades extranjeras (D’Hooghe, 2005; Wang, 2008).

Sin embargo, las discrepancias que coexisten en la visión que se tiene sobre el país oriental demuestran que cuando se intenta analizar qué influye sobre esta percepción no todo es tan esclarecedor. En América Latina incluso parecería haber opiniones contradictorias (Armony & Strauss, 2012). Por poner un ejemplo, en una entrevista de cara a las elecciones presidenciales en Chile, José Antonio Kast mencionó que de resultar electo expulsaría a los embajadores de Cuba y Venezuela por tratarse de países no democráticos. Sin embargo, la respuesta que dio para China fue diferente, haciendo alusión a la dependencia económica que Chile tiene con aquel país (Bio Bio, 2021). Ver ejemplos como el de Kast, que cambió la retórica de su discurso cuando se planteó a la potencia asiática en el escenario, incentiva a pensar cuáles son los determinantes individuales en la percepción que las personas tienen sobre aquel país, ya que no parece tener una causa y dirección tan claros. Es por esto que el presente trabajo estudiará qué variables influyen en la percepción que los latinoamericanos tienen sobre China. El eje

del análisis se centrará en cómo esta puja entre la atracción que genera la capacidad de desarrollo de China y el desafío que representa para los valores democráticos se manifiesta en los individuos de la región.

Más allá de ser prácticamente antípodas, el país asiático ha hecho sentir su presencia en América Latina. La relación de China con la región ha ido teniendo lazos cada vez más fuertes desde el inicio del siglo, sobre todo en términos comerciales y de inversión, hasta el punto de llegar a ser el principal socio comercial de casi toda Sudamérica y el segundo de América Latina en general (Raza y Grohs, 2022; Roy, 2022). Las inversiones del país asiático en la región también aumentaron considerablemente y lo siguen haciendo. Sumado a esto, ya varios países se han unido a la iniciativa de desarrollo *Belt and Road* promovida por Beijing (Devonshire-Ellis, 2022; Raza y Grohs, 2022; Roy, 2022).

En cuanto a la relación política, la popularidad de China en la región se ha dado principalmente entre las fuerzas políticas de izquierda desde comienzos del siglo (Arnson, Mohr & Roett, 2007). Los gobiernos de derecha, por otra parte, han encontrado ciertos desafíos en este ámbito de la relación con China, aunque mantuvieron estrechos lazos comerciales (ver Fierro, 2019; Rodríguez Santillán, 2017). Este alcance económico y político que ha tenido China en los países de la región permite hablar de experiencias e interacciones compartidas entre las sociedades latinoamericanas y, según Lagos (2008), esto es primordial a la hora de considerar un análisis de opinión pública que traspase las fronteras.

Estudiar las percepciones de los individuos y sus causas permite determinar, en cierta medida, las actitudes establecidas frente al tema y, en consecuencia, los comportamientos que se presentarán (Boninger, Krosnick & Berent, 1995). Teniendo en cuenta la composición del público como actor político capaz de influir en las políticas públicas, incluyendo la política exterior (Huang & Ding, 2006; ver también Baum & Potter, 2008; Fordham, 1998; Hartley & Russett, 1992; Monroe, 1979; Ostrom & Job, 1986; Xie & Jin, 2022), estos comportamientos pueden, en definitiva, ser predictores de su configuración.

Pensar la estructura y el futuro de las políticas de los gobiernos de la región orientadas a la conexión con la creciente potencia es importante teniendo en cuenta la sensible relación histórica de América Latina con las potencias globales en general. Además, frente al avance de una potencia externa que se empeña en expandir su *soft power*, entender las posturas que los latinoamericanos pueden adoptar y sus causas

también ayuda a comprender si los esfuerzos de China para promover su imagen tienen éxito y cómo podrían mejorarse.

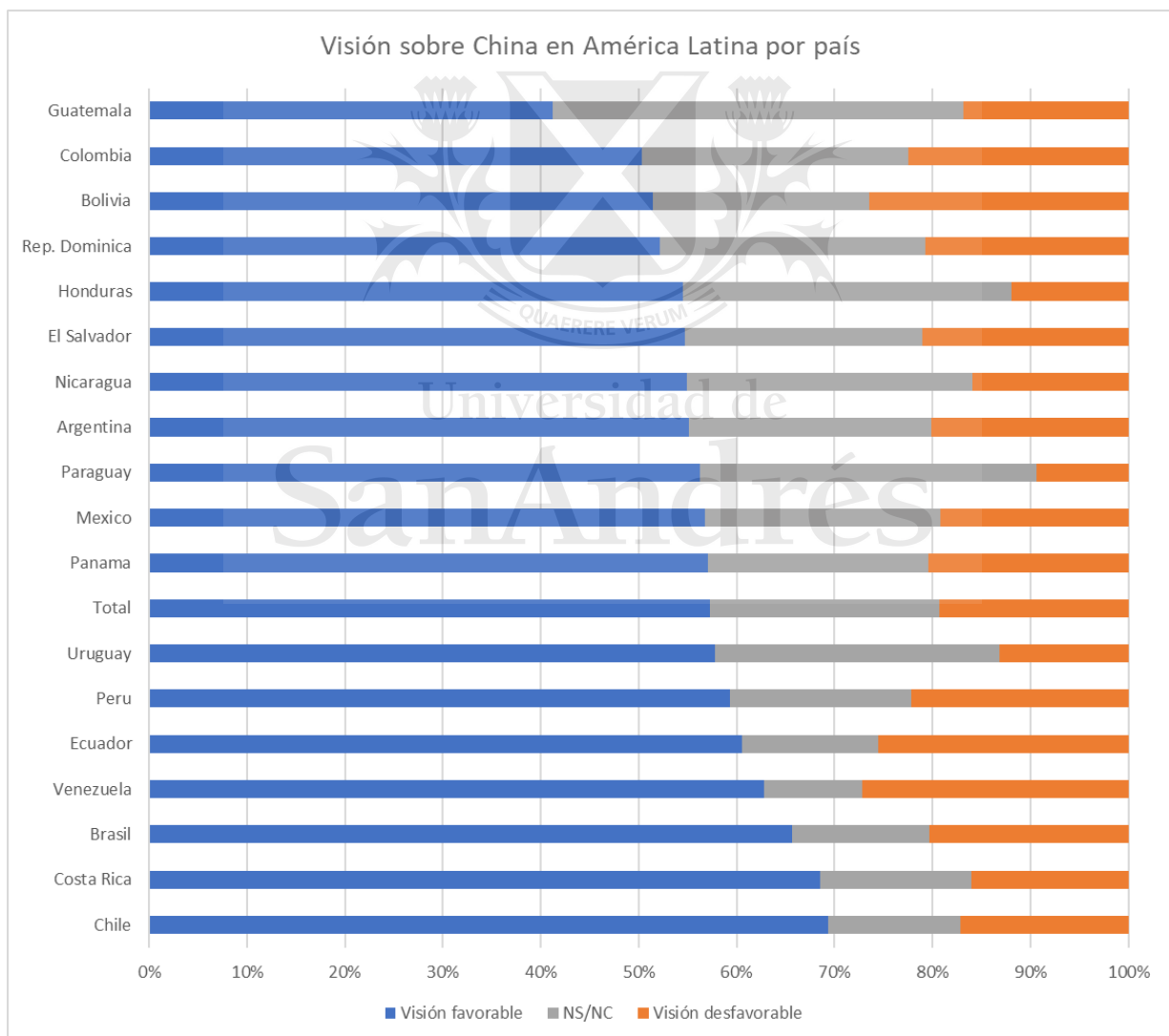
Según Boninger, Krosnick & Berent (1995), los factores que ayudan a determinar la importancia que un individuo le asigna a un tema y a la actitud que presenta frente a este son los intereses personales, los sentimientos de pertenencia a grupos sociales y los valores y creencias. Este trabajo utilizará estos factores para analizar cómo se comporta la percepción que los latinoamericanos tienen sobre la potencia asiática.

A continuación, se presentará una revisión de la literatura existente acerca del tema y se propondrán hipótesis acerca del funcionamiento de esta percepción basada en variables que miden las posturas de los individuos sobre distintas dimensiones ideológicas que resaltan a partir de la expansión internacional de China, el sector económico de empleo y el nivel de nacionalismo. Estas variables serán medidas a través de la encuesta realizada por Corporación Latinobarómetro y se realizarán modelos de regresión logística y por mínimos cuadrados ordinarios para testear empíricamente las hipótesis propuestas. Los resultados demuestran que aquellos latinoamericanos que perciben favorablemente a Estados Unidos, más jóvenes, con mayor nivel de educación y de sexo masculino tienden a tener mejores percepciones sobre China. También lo hacen quienes tienen una valoración más alta de la democracia, a menos que, al mismo tiempo, consideren injusta la desigualdad económica.

Universidad de
San Andrés

2. Revisión de la literatura e hipótesis

En el siguiente gráfico se puede observar la situación de la opinión pública en América Latina sobre China. La opinión está dividida por países y se pueden ver ciertas tendencias en la región. Lo más destacable es que la percepción de China que se tiene en la región es bastante uniforme entre los distintos países, con una visión desfavorable que no supera el 30% y una predominante visión favorable que supera el 50% en casi todos los casos. Además, la variación de la visión favorable entre países no es muy amplia, ya que se encuentra entre el 50% y el 70% de los encuestados, a excepción de Guatemala, que cuenta con una gran proporción de respuestas NS/NR a comparación de la muestra del resto de países.



Cuadro 1. Datos extraídos de Corporación Latinobarómetro (2018a). Gráfico de elaboración propia a partir de las respuestas a la pregunta P40ST.C: “¿Tiene Ud. una muy buena (1), buena (2), mala (3) o muy mala (4) opinión sobre China?”. “Visión favorable” corresponde a las respuestas 1 y 2. “Visión desfavorable” corresponde a las respuestas 3 y 4.

A pesar de que el gráfico no explica el comportamiento de la opinión pública a nivel individual, permite observarlo a nivel país y sacar varias conclusiones sobre ello. Algunos de los factores que se puede pensar que afectan a las percepciones que vemos en el Cuadro 1 son, por ejemplo, aquellos ligados a las relaciones económico-comerciales. Baker & Cupery (2013), centrándose en la relación con Estados Unidos, hallaron que el intercambio comercial tiende a mejorar la percepción de este país en los latinoamericanos. Aquí se ve que países como Brasil y Perú, con una percepción más favorable que el promedio de la región, tienen a China como su principal socio comercial (Raza y Grohs, 2022). Sin embargo, otros países con situaciones de intercambio similares, como Argentina o Colombia, no tienen una percepción tan favorable en relación al resto de países.

De la misma manera, países como Bolivia y Chile, ambos siendo parte de la iniciativa *Belt and Road* (Devonshire-Ellis, 2022) y con grandes inversiones provenientes de China (García, 2010; Mesa de noticias de El Mostrador, 2022), se ubican en posiciones muy diferentes del gráfico, incluso con el primero de ellos teniendo estrechas relaciones políticas con la potencia (DW, 2018). Las discrepancias observadas incentivan a pensar en factores a otros niveles que puedan influir en la percepción que los latinoamericanos poseen sobre aquel país.

En esta línea, Boninger, Krosnick & Berent (1995) explican que las percepciones o juicios subjetivos son parte de los atributos de una actitud. A través del nivel de importancia atribuido a un tema y a la actitud que se tiene respecto a este se moldea el proceso de la información, la toma de decisiones y el comportamiento de una persona. Según los autores, los factores que ayudan a definir en un individuo la relevancia que se le asigna a un tema y sobre el cual expresar actitudes al respecto son los intereses personales, los sentimientos de pertenencia a grupos sociales y los valores y creencias. Debido a que este trabajo se centrará en variables a nivel individual, estos factores se utilizarán de guía para la revisión de la literatura sobre el tema.

2.1. Valores y creencias

Uno de los disparadores para los individuos a la hora de pensar la importancia de sus actitudes respecto a un tema son los valores personales y creencias. Estos factores hacen que perciban y juzguen el tema en cuestión en torno a ellos y, mientras más importante sea ese valor para la persona, más relevancia tendrá también para ella la actitud en la que se posiciona (Boninger, Krosnick & Berent, 1995). Aun así, la literatura respecto

a la opinión pública sobre China ha sido limitada en el estudio del efecto que los valores personales pueden tener en la percepción de los latinoamericanos sobre aquel país.

Teniendo en cuenta el desenvolvimiento en el escenario político histórico y actual de Latinoamérica, una de las variables que más podría influir en estas cuestiones es la ideología que reportan los individuos. En la relación que se analiza, se puede observar que, desde los inicios de este siglo, China ha tendido a establecer mayores vínculos y ganado mayor popularidad entre las fuerzas políticas y actores sociales de izquierda en la región al presentarse como una alternativa a la relación asimétrica Norte-Sur y dar una imagen más progresista (Arnson, Mohr & Roett, 2007; Lee, 2016; ver también Bulman, 2022). Gobiernos del ala derecha también han mantenido lazos estrechos con el gigante asiático, principalmente en clave comercial, aunque con ciertos desafíos en terreno político (ver Fierro, 2019; Rodríguez Santillán, 2017). A pesar de observar esta afinidad con sectores políticos de izquierda, varios estudios han demostrado que la ideología no tiene un efecto significativo sobre la percepción que los individuos tienen hacia China o aspectos relacionados con este país, tanto en países de América Latina (Armony, 2012; Armony & Velásquez, 2016; Bortolozzi, 2021)¹ como fuera de la región (Chow, Han & Li, 2019).

La ideología se entiende como un indicador que resume información acerca de qué posiciones toman tanto los partidos como los individuos en varias dimensiones. Sin embargo, es difícil determinar cuántas abarca y si son estables a través del tiempo, para lo cual su medición en términos de izquierda-derecha no siempre resulta del todo esclarecedora (Elff, 2018). Este es el caso de Latinoamérica, ya que lo que izquierda-derecha significa o abarca varía a través de los países y el tiempo (Zechmeister, 2015). Esta puede ser una de las razones por la cual la ideología no resulta significativa a la hora de establecer una relación con nuestra variable de interés. Para poder entender mejor cómo los valores influyen sería conveniente desagregar las dimensiones que pueden componer el espectro ideológico y analizarlo desde la posición específica que los individuos adoptan en estas cuestiones.

En esta discusión se debe tener en cuenta que la inclusión de más asuntos puede generar más dimensiones ideológicas. Esto dependerá de cada plataforma electoral, las preferencias de los votantes y/o eventos que hagan surgir nuevos temas y eventualmente

¹ Además de la ideología autopercibida, otras variables ideológicas analizadas por Bortolozzi (2021) y que no han mostrado un efecto sobre la opinión que se tiene de la relación con China son la opinión sobre el libre mercado y la importancia que se le da al cambio climático.

se cristalicen en una nueva dimensión ideológica (Elff, 2018).² Los asuntos relacionados a la política exterior —como el presente trabajo— pueden generar estas divisiones. La pugna presentada que enfrenta una visión de China como debilitador de los valores democrático-liberales a nivel internacional y otra como un modelo económico planificado a seguir para promover el desarrollo puede ser una manera contundente de generar esta distinción.

En línea con estas visiones enfrentadas, Bulman (2022, pp. 118-121) muestra dos dimensiones en las que el *soft power* chino compite con el estadounidense. Por un lado, la pugna por el sistema político enfrenta la figura de la democracia liberal occidental con la de un régimen autoritario. En relación con esto, Hanusch (2012) ha hallado que, en África, la percepción positiva de China disminuye cuando se incrementa la importancia que se les da a los derechos civiles y políticos (DCP o derechos de primera generación).³ Valores como la democracia y las libertades individuales, asociados a los DCP y desvinculados de su práctica en China, producen una visión negativa en los africanos hacia este país cuando se le da una gran importancia a ellos. En América Latina, los vínculos de China con dictaduras de esta y otras regiones han propiciado una visión de este país como cómplice en la desestabilización de la democracia y al abuso de derechos asociadas a ella (Huang & Ding, 2006). Por ello, se pueden esperar resultados similares a los de África, donde aquellas personas que valoren más la democracia e ideales relacionados a ella tiendan a tener una visión más negativa de la potencia asiática.

H1: Los latinoamericanos que presentan una mayor valoración de la democracia tienden a presentar menos percepciones favorables sobre China.

Por otro lado, la otra dimensión mencionada por Bulman (2022) explica que el sistema socioeconómico chino está cobrando mayor relevancia como modelo a seguir en África, América Latina y Asia frente al descontento con el sistema capitalista actual y el aumento de la desigualdad.⁴ También, en estas regiones se ha hallado correlación entre

² Si bien la ideología indicaría no tener un efecto en la variable dependiente, no puede dejar de considerarse la posibilidad de que las dimensiones de las cuales se compone tengan cierto grado de correlación con la ideología misma. La desagregación de las dimensiones que componen la ideología es una respuesta a la posible correlación entre estas variables. Teniendo esto en cuenta, son las distintas dimensiones, de manera aislada, las que se entenderán en este trabajo como determinantes en la variable dependiente.

³ Variables relacionadas han demostrado tener un efecto contrario hacia los grupos externos (*outgroups*) en general (Duckitt, Wagner, Du Plessis & Birum, 2002).

⁴ Aunque el Estado de bienestar chino ha mostrado problemas relacionados a su extensión, su financiamiento y el aumento de la desigualdad (Bulman, 2022; Wills, 2018), en los últimos años el Partido

preferencias por mayor redistribución y un favoritismo por el modelo chino. Asimismo, también hay una asociación entre este favoritismo y las personas que tienden a la izquierda del espectro ideológico en estas regiones.

Esto se alinea a la explicación que Bobbio (1996) da para las visiones que las personas de izquierda y derecha tienen sobre la desigualdad. Según el autor, los primeros destacan el valor de las características comunes de los seres humanos y, dada la regla de justicia que utiliza —“*Treat like as like, and unlike as unlike*” (p. 69)— estos consideran la desigualdad injusta y como un fenómeno generado en el ámbito social. Mientras que los segundos, al resaltar el valor de la diversidad y diferencias existentes entre los individuos, la perciben como natural y justa.

A pesar de lo hallado por Bulman (2022) y como se ha explicado, otros estudios no han observado relación entre una variable ideológica y la percepción que los individuos tienen sobre China. Por lo tanto, puede ser conveniente utilizar la visión que ofrece Bobbio (1996) sobre la desigualdad para tratar de establecer una relación entre las variables desde otra perspectiva similar. De esta manera, se puede esperar que las personas que perciban la desigualdad —en particular, la económica— como un fenómeno no natural e injusto tiendan a preferir el modelo socioeconómico chino como una alternativa al sistema actual en el que viven y, por lo tanto, tener una mejor percepción de China, en general.

H2: Los latinoamericanos que consideran más injusta la desigualdad económica tienden más a presentar percepciones favorables sobre China.

Entre las consecuencias que el ascenso de China ha generado a nivel internacional se puede destacar el desafío presentado a Occidente, principalmente a Estados Unidos, que ve tanto los valores liberales que enarbola como su estatus de potencia amenazada (Rudd, 2013; Zhang, Lei, Ji & Kutan, 2018). Por lo tanto, la percepción que los individuos tienen del país norteamericano (o el nivel de “americanismo”) puede ser una variable con un efecto presente en la percepción que tienen sobre China. De hecho, en América Latina, ambas potencias cuentan con una alta proporción de visiones favorables en la población (ver Armony & Velasquez, 2015; Azpuru & Zechmeister, 2013), y en Argentina se ha encontrado una relación estadísticamente significativa y de pendiente positiva entre la visión que se tiene de la relación con Estados Unidos y la que se tiene en la relación con

Comunista Chino ha apostado por expandirlo para sortear los malestares surgidos por las disparidades socioeconómicas, al menos desde la retórica (Bulman, 2022).

China (Bortolozzi, 2021). Por lo que una percepción favorable sobre una de las dos potencias no parece ser excluyente a la percepción favorable de la otra en la región.

Considerando la agitada relación histórica de Latinoamérica con las potencias globales, una explicación a la relación entre estas variables, comentada por Bortolozzi (2021, p. 11), podría entenderse de una división de percepciones entre los latinoamericanos teniendo en cuenta a las potencias en general y sin distinguir entre ellas. Por esto, se puede encontrar, por un lado, personas que tengan una mala imagen de los Estados poderosos en general, lo que conduce a una mala percepción de China y de Estados Unidos. Por otro lado, personas que tienen una percepción más favorable de los grandes poderes globales y, por lo tanto, una mejor visión de ambas potencias. Dada la potencial relación existente entre estas variables, el americanismo será tomado en cuenta en este trabajo y, en línea con la literatura existente, se espera que los individuos con una visión más favorable de Estados Unidos tiendan más a presentar percepciones favorables sobre China.

2.2. Intereses materiales

Otra de la serie de factores identificadas por Boninger, Kresnick y Berent (1995) que condicionan las actitudes que las personas presentan respecto a un tema son los intereses personales, principalmente los materiales. Entre estos factores existen varios aspectos que parecen afectar la percepción que se tiene sobre China. La literatura ha identificado una serie de variables relacionadas con el bienestar material que inciden en esta percepción, como la cuota de importaciones provenientes del gigante asiático en un país (Gallagher & Porzecanski, 2008; Hanusch, 2012; Xie & Jin, 2022) o el nivel de inversiones y financiamiento provistos por la potencia (Hanusch, 2012; Wang & Eliot, 2014; Xie & Jin, 2022). Sin embargo, estos factores exceden los propósitos de este trabajo ya que se tratan de fenómenos que afectan a un país o una sociedad en su conjunto y, por lo tanto, varían a ese nivel y no entre individuos, quienes son la unidad de estudio.

Teniendo solo en cuenta variables que afectan a esta unidad de análisis, se puede pensar en el sector económico donde el individuo se emplea, que fue una de las más próximas a arrojar resultados estadísticamente significativos en el modelo desarrollado por Bortolozzi (2021) para la Argentina. La relación entre las variables estaría dada por el hecho de que quienes trabajan en sectores económicos que se benefician de la relación con China se benefician también individualmente en términos materiales y, por lo tanto, tienden a tener una visión más favorable sobre aquel país.

El intercambio comercial con China se ha presentado como una oportunidad para los sectores exportadores de productos primarios en América Latina debido a la intensa demanda del país asiático de estos recursos, principalmente mineros y agropecuarios. Por otro lado, los sectores intensivos en mano de obra, como los manufactureros o textiles, han encontrado una profunda competencia por parte de los productos chinos al punto de haber tendencias de desindustrialización en los países de la región (Cornejo y Navarro García, 2010; Raza & Grohs, 2022). Considerando esta situación y los resultados de Bortolozzi (2021) en la Argentina se espera que:

H3: Las personas que se emplean en el sector primario de producción tienden más a presentar percepciones favorables sobre China en comparación a las que se desenvuelven en el área de producción manufacturera.

2.3. Sentimiento de pertenencia a grupos sociales

El tercer factor que mencionan Boninger, Kresnick y Berent (1995) es el sentimiento de pertenencia a grupos sociales. En línea con esto, Duckitt, Wagner, Du Plessis & Birum (2002) han encontrado que personas que presentan mayores actitudes *pro-ingroup*, es decir, hacia aquellos que pertenecen al mismo grupo, tienden a mostrar más actitudes *anti-outgroup* hacia aquellos grupos desde los que se percibe una mayor amenaza y competencia. No obstante, el efecto carece de significancia estadística para aquellos grupos que no resultaban amenazantes.

Se puede pensar que la situación de China en América Latina es la segunda si se tiene en cuenta que, como se ve en el Cuadro 1, más de la mitad de los encuestados tiene visiones favorables sobre China, lo cual puede indicar la ausencia de una percepción de amenaza en la generalidad. Sin embargo, en la región también existen preocupaciones por la dependencia económica en países con un fuerte lazo comercial con la potencia asiática y han surgido críticas por ataduras causadas por deudas. También, el hecho de que el control de cierta infraestructura, como la energética, esté en manos chinas ha elevado preocupaciones de seguridad nacional en varios países (Roy, 2022). La demanda y extracción de recursos naturales provocan preocupaciones similares en la población (Armony & Velásquez, 2015).

Estas cuestiones que resaltan un riesgo sobre la soberanía —en este caso, en términos de recursos, energéticos y económicos— pueden ser un disparador para aquellos más preocupados por el control nacional de estos sectores y tender a ver de una manera

negativa a la potencia asiática, la cual limita esta capacidad soberana. De hecho, la literatura demuestra que, en otras partes del mundo, como en el Reino Unido (Chow, Han & Li, 2019) y en países de África (Wang & Eliot, 2014), los sectores nacionalistas tienden a ver desfavorablemente a China. En estos casos, el sentimiento *pro-ingroup* —el nacionalismo— exacerba los sentimientos *anti-outgroup*. Teniendo en cuenta la situación mencionada en América Latina y estos hallazgos en otras partes del mundo, se propone la siguiente hipótesis:

H4: Los latinoamericanos con mayores sentimientos nacionalistas tienden menos a presentar percepciones favorables sobre China.

2.4. Otras variables

En el caso de las variables demográficas, Xie & Jin (2022) han encontrado en su estudio que en los países en vías de desarrollo las personas con mayores niveles educativos tienden a tener una mejor visión de China. A diferencia de esto, Sautman & Hairong (2009), a través de una regresión para complementar sus encuestas realizadas en África, han encontrado que los varones, los jóvenes y los estudiantes no graduados tienden a tener una visión más favorable de China que las mujeres, las personas mayores y los estudiantes de posgrado y profesores, respectivamente. Estas tres variables —sexo, edad y nivel de educación— serán incluidas como controles en el testeo de las hipótesis.

Otros factores asociados a la comunicación también han demostrado tener incidencia en la opinión pública, como el encuadre o *framing*, es decir, la manera en la que la información se presenta. Acerca de esto se ha hallado que en Argentina tiene un efecto creciente y monótono sobre la opinión en la relación con China (Bortolozzi, 2021). Sin embargo, como se verá en la siguiente sección, un análisis de este tipo escapa a los alcances prácticos de este trabajo.

También, como ya se mencionó, existen muchas variables identificadas en la literatura que pueden llegar a afectar la percepción que los individuos tienen sobre China. Sin embargo, exceden los propósitos de este trabajo al tratarse de factores que inciden a un país o una sociedad en su conjunto y no a la unidad de análisis, que son los individuos. Algunas de estas son el nivel importaciones procedentes de China (Gallagher & Porzecanski, 2008; Hanusch, 2012; Xie & Jin, 2022) o el nivel de inversiones y financiamiento dotados por fondos provenientes de este país (Hanusch, 2012; Wang & Eliot, 2014; Xie & Jin, 2022). También variables como el nivel de inmigración china en

el país y la integración de estas comunidades de inmigrantes a la sociedad receptora se han identificado como incidentes en la variable dependiente (Armony & Velásquez, 2015; Hearn, 2012). Estas podrían ser utilizadas en trabajos futuros que indaguen sobre las variables a ese nivel que afecten a la opinión pública sobre China.



Universidad de
San Andrés

3. Metodología

Para el testeo empírico de este trabajo se realizará un análisis cuantitativo con dos modelos de regresión, uno logístico y otro por mínimos cuadrados ordinarios (MCO), controlados por efectos fijos por países. Los datos utilizados para el análisis serán extraídos de la encuesta Latinobarómetro, realizada por Corporación Latinobarómetro (2018a). Las muestras serán individuos de todos los países latinoamericanos para los que haya encuestas disponibles (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela).

La variable dependiente en el cuestionario se refleja en la pregunta “¿Tiene Ud. una muy buena, buena, mala o muy mala opinión sobre China?” (Corporación Latinobarómetro, 2018a, P40ST.C). A partir de estas cuatro respuestas la variable se constituye como *dummy* para el modelo de regresión logística. Las respuestas más favorables a la pregunta (“Buena” y “Muy buena”) se codifican en la variable con el valor de 1, mientras que el resto de respuestas (“Mala”, “Muy mala”, “No Sabe” [NS] y “No Responde” [NR])⁵ tomarán el valor de 0. Esto tiene ciertas ventajas en el análisis, ya que todas las hipótesis están planteadas en relación al aumento o disminución de la percepción favorable y de esta manera se podrá diferenciarla de cualquier otro tipo de actitud que el encuestado tenga, sea desfavorable, indiferente o nula.⁶ Por estas razones, la variable de americanismo para medir la percepción sobre Estados Unidos también se codificará de esta manera (ver Anexo 1).

Para comprobar la robustez de estos resultados se añadirá también en paralelo un modelo de regresión MCO. En este caso, los valores que adoptan cada una de las respuestas para la pregunta que mide la variable dependiente (“Muy buena”, “Buena”,

⁵ Las respuestas NS y NR no expresan una visión favorable ni desfavorable hacia China. Una solución para tratar con estas observaciones puede ser eliminarlas, pero se debe tener en cuenta también que en esta variable componen hasta el 23,36% del total de la muestra. Para sortear los problemas de perder tal cantidad de datos mediante su eliminación la constitución de la variable como binaria es pertinente.

⁶ Para los propósitos de este trabajo, donde se entiende a la opinión pública como una herramienta y un indicador del *soft power*, estudiar estas percepciones teniendo como indicador principal aquellas visiones que son exclusivamente favorables ayuda a comprender mejor los esfuerzos y recursos de este tipo que el país de interés está implementando en la región que analizamos. Teniendo esto en cuenta, se debe volver a destacar que la opinión pública se constituye como un actor político (Huang & Ding, 2006) y lo hace sin distinguir a aquellas personas que su opinión no puede ser codificada de las que sí, ya que también son parte de la vida política de una sociedad. Por ello, la inclusión de las respuestas NS/NR también son precisas para mejorar la comprensión del tema.

“Mala” o “Muy mala”) son 2, 1, -1 y -2, respectivamente, mientras que las observaciones con NS/NR tomarán el valor de 0.

La pregunta que codifica la variable que mide la valoración de la democracia en los individuos es: “dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con las siguientes afirmaciones: La democracia puede tener problemas pero es el mejor sistema de gobierno” (Corporación Latinobarómetro, 2018a, P24ST). Las respuestas posibles adoptan valores del 4 al 1, respectivamente.

La variable que refleja la percepción de injusticia de la desigualdad económica se mide mediante la pregunta “¿Cuán justa cree Ud. que es la distribución del ingreso en (país)?” (Corporación Latinobarómetro, 2018a, P23ST), siendo las respuestas posibles “Muy justa” (1), “Justa” (2), “Injusta” (3) y “Muy injusta” (4). Estas respuestas a la pregunta presentan, además de la percepción que se tiene de la situación del propio país, una consideración general sobre la naturaleza de la desigualdad económica, que se refleja en la distribución del ingreso.

Respecto a este par de variables independientes, cabe destacarse que las observaciones que reporten respuestas NS/NR serán eliminadas de la muestra.⁷ Por otro lado, no hay que dejar de lado que estas dos variables independientes mencionadas son parte de una dimensión de proyección de *soft power* en la que suceden al mismo tiempo. Por lo tanto, es pertinente tener en cuenta una variable de interacción entre ambas para reflejar esta simultaneidad. Esta será añadida a ambos modelos como forma de control y para reflejar en la totalidad la relación que estas variables independientes comprenden sobre la dependiente.

En cuanto a la configuración de la variable correspondiente al nivel de nacionalismo, esta se mide a través de una serie de preguntas:

⁷ En estos casos, la proporción de observaciones con respuestas NS/NR es tan solo del 4,09% del total de la muestra para la variable de injusticia de la desigualdad económica y del 5,08% para la valoración de la democracia, por lo que su eliminación no implica una pérdida significativa de datos. Además, la eliminación de las observaciones es, generalmente, un buen método cuando se cumple el supuesto de *missing completely at random* (MCAR), específicamente, si la probabilidad de *missing data* en las variables independientes no depende de ninguno de los valores de la variable dependiente (Allison, 2001). Se puede observar en los cuadros 4a y 4b (Anexo 2) que en ambas variables existe una alta probabilidad de que las respuestas NS/NR sean así mismo NS/NR en la variable dependiente, es decir, que esta probabilidad sí depende de otros valores de la variable dependiente. Sin embargo, el supuesto MCAR admite la posibilidad de que la pérdida de datos de una variable esté sujeto a la pérdida de otra (Allison, 2001). El porcentaje de *missing* de las variables independientes en el valor 3 de la variable dependiente también es elevado a comparación de los otros valores, pero si se compara con aquellas observaciones no *missing* se ve que allí también se cuenta con un porcentaje bastante mayor, por lo que es más probable que esa concentración se deba a la distribución de las respuestas y no sea particular de las observaciones *missing*. Por estas razones, el presente trabajo asume que este par de variables independientes cumplen con el supuesto y, por lo tanto, la eliminación de estos datos mantendrá resultados robustos.

Si pudiera elegir entre dos productos, uno es importado de marca conocida internacionalmente y el otro es producido en el país de marca nacional conocida nacionalmente, ¿cuál elige? A) Si los dos productos tienen el mismo precio. B) Si el producto nacional es más económico que el importado. C) Si el producto importado es más económico que el nacional. D) Si el producto importado vale la mitad que el nacional. (Corporación Latinobarómetro, 2018a, P56N)

Para cada una de estas preguntas las respuestas posibles son la marca nacional, la marca importada e indiferente. Esta serie de preguntas reflejan un *trade-off* entre los intereses materiales individuales y nacionales. A partir de las respuestas se puede identificar quién está dispuesto a sacrificar su bienestar material por una causa social mayor —promover el consumo de marcas nacionales—, ligada a un sentimiento de pertenencia a ese grupo. Dicho esto, solo interesan al análisis aquellas respuestas en las que se elige el producto nacional, ya que las otras opciones responden poco a un sentimiento nacional y reflejan lo contrario (un sentimiento antinacional), decisiones ligadas a la economía individual o bien, desinterés sobre el asunto. Por eso, las respuestas se codificaron como una *dummy* para cada una de las preguntas, donde la respuesta que indica la marca nacional corresponde a un valor distinto de 0, mientras que el resto de respuestas sí adoptan este valor, incluidas las NS/NR.

Sin embargo, debido a las diferentes situaciones que se presentan en las preguntas, escoger el producto nacional no significa lo mismo en todas y, por lo tanto, tampoco lo son las conclusiones que se pueden llegar a sacar acerca del sentimiento pro-nacional que implica su elección en cada una de ellas. Por ejemplo, no es lo mismo escoger el producto nacional en la pregunta D), en la que este producto vale el doble que el importado, a elegirlo en la B), donde se puede llegar a confundir una preferencia por lo nacional con, simplemente, optar por el producto más económico.

Es por esto que se ordenaron las preguntas de la que tiene un producto nacional más económico en relación al importado a la que menos —a saber, B, A, C y D— y el valor de las respuestas que corresponden al producto nacional que se les asignó van del 1 al 4, respectivamente. De esta manera, cuando se mide dicho sentimiento de apego nacional, se valora más elegir el producto doméstico cuando tiene un costo material mayor comparado al producto importado. Finalmente, para terminar de construir la variable se sumaron los valores de las respuestas a las cuatro preguntas en una sola estimación.

La variable referida al sector económico de empleo del encuestado está medida por la pregunta “¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa o negocio en la que realiza su trabajo?” (Corporación Latinobarómetro, 2018a, S17D) y las respuestas posibles y sus valores correspondientes son “Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca” (1); “Explotación de minas y canteras” (2); “Industrias manufactureras” (3); “Servicios” (4), o “Administración pública y defensa” (5).

Dadas las hipótesis planteadas se espera que quienes se desenvuelven en el sector primario tiendan a tener mejores percepciones sobre China y quienes lo hacen en las manufacturas, peores. Para esto, y replicando el trabajo realizado por Bortolozzi (2021), se requerirá de una variable *dummy* de categorías múltiples, donde (1),(2)=1 y (3),(4),(5)=0 para identificar al sector primario; (3)=1 y (1),(2),(4),(5)=0 para el sector industrial/manufacturero, y (4),(5)=1 y (1),(2),(3)=0 es la variable que identifica a los servicios, la cual será la omitida en los modelos. En esta última variable también se incluyen en el valor 1 las observaciones con NS y NR —que representan casi un tercio de la muestra—, debido a que las hipótesis están planteadas en torno al sector primario y secundario de la economía y nos interesa conocer las percepciones comparadas de las personas que se emplean en estos dos sectores, por lo que se omitirá el resto de observaciones para compararlas.

Cabe aclarar que, para algunas de estas variables, como la de injusticia de la desigualdad económica o la de nacionalismo, no se encuentran preguntas específicas en la encuesta de Latinobarómetro (2018a) que abarquen con exactitud la dimensión que se busca reflejar. Esto puede someter al modelo a ambigüedades y errores de medición que no muestren un resultado fidedigno. Los resultados también están sujetos a los errores propios de las encuestas, que pueden alterarlos. Aun así, dada la disponibilidad de preguntas, se utilizan aquellas que mejor aproximen una representación de las dimensiones que se busca comprender.

Debido a que la pregunta referida al sector económico de empleo se encuentra disponible solo para la encuesta realizada en el 2018, este trabajo utilizará las muestras de ese año para el análisis. Esto, sin embargo, podría restarle capacidad de explicación al modelo por tener una muestra tan reducida en el tiempo y, por lo cual, las percepciones puedan estar sujetas a influencias de eventos específicos de ese año en particular, como el inicio de la guerra comercial entre Estados Unidos y China. Si esto es así se puede esperar que los efectos que el americanismo tiene sobre la variable dependiente sean diferentes a lo propuesto, en base a lo hallado por la literatura en años variados. A pesar

de ello, los resultados pueden ser igualmente útiles como una primera aproximación de la incidencia que las variables explicativas planteadas tienen sobre la explicada y quedará en manos de trabajos futuros extender el horizonte temporal del análisis.

Según el informe del año en cuestión, la encuesta incluye una muestra de un total de 20.204 entrevistas, de las cuales 1.200 casos corresponden a Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela; 1.000 a Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana, y 1.204 a Brasil (Corporación Latinobarómetro, 2018b).⁸ Luego de eliminar las observaciones con respuestas NS/NR para las variables correspondientes, la muestra se redujo a 18.649 observaciones, lo que representa una reducción del 7,7%.⁹

Esta distribución de la muestra por países sobrerrepresenta a aquellos con menos población, como Paraguay, Uruguay y los países centroamericanos, y subrepresenta a aquellos con una población mayor, como Brasil y México. Aun así, como se mencionó en la sección anterior, existen factores que afectan a la variable dependiente y varían a nivel del país o las sociedades en conjunto y para sortear el impacto que estas variables pueden llegar a tener en la muestra se incluirán efectos fijos por países. De esta manera, también se asegura que la sobre y subrepresentación de la población de los distintos países en la muestra no tenga un impacto propenso a resaltar más los efectos de las variables de las sociedades sobrerrepresentadas y permite situar el enfoque exclusivamente en el individuo latinoamericano.

Se ha mencionado también en la sección anterior que otro de los factores que han demostrado tener incidencia en la percepción de la opinión pública sobre China es el encuadre o *framing* que se le da a la información. Sin embargo, un análisis de este tipo escapa a los alcances prácticos de este trabajo. Por un lado, la cantidad de países de los que proceden las muestras dificulta comprender y analizar el encuadre que dan los medios de cada país a las noticias relacionadas a China. Por otro lado, la encuesta Latinobarómetro no sondea en los medios de comunicación exactos a través de los cuales

⁸ La medición de la encuesta se realizó entre el 15 de junio y el 15 de julio en la mayoría de los países. Solo Venezuela y Nicaragua lo hicieron entre el 15 de julio y el 2 de agosto por las situaciones de crisis vividas ese año en esos países. Todos los países cuentan con una representatividad del 100%, a excepción de Honduras y Panamá que cuentan con 99% y 98%, respectivamente. El mayor error muestral reportado es de +/- 3,5 y corresponde a Colombia (Corporación Latinobarómetro, 2018b).

⁹ Guatemala, Nicaragua y Bolivia son los países que más datos tuvieron eliminados en relación a ambas muestras iniciales (ver Cuadro 5 del Anexo 2). Esto es esperable del primer país debido a la gran cantidad de NS/NR que contaba para la variable dependiente (ver Cuadro 1) y que, como se comprobó, las respuestas NS/NR en las variables de injusticia de la desigualdad económica y de valoración de la democracia tienden a serlo también en la dependiente (ver Cuadros 4a y 4b del Anexo 2).

los encuestados se informan, lo que imposibilita saber cuál es el tipo de encuadre que se le presenta a cada uno de ellos. Debido a estas razones, no será incluido en este trabajo un análisis de ese tipo.

Por último en esta sección metodológica, cabe aclarar que las preguntas utilizadas para las variables de control (americanismo, edad, nivel de educación y sexo) y las respuestas posibles con sus valores correspondientes se encuentran plasmadas en el cuadro del Anexo 1.



Universidad de
San Andrés

4. Resultados

En los siguientes cuadros se pueden encontrar los resultados de las regresiones por MCO y logística, así como también los *odds ratios* en forma de porcentaje para cada una de las variables que arrojó resultados estadísticamente significativos en el modelo logístico. A continuación, se procederá a explicar lo que se observa en cada uno de estos gráficos y si las hipótesis planteadas resultan corroboradas o rechazadas.

CUADRO DE REGRESIONES

| VARIABLES | MCO | Logit |
|---|---------------------------|--------------------------|
| Valoración de la democracia | 0.246*** (0.0407) | 0.377*** (0.0926) |
| Injusticia de la desigualdad económica | 0.100*** (0.0369) | 0.0796 (0.0829) |
| Interacción | -0.0510*** (0.0122) | -0.0644** (0.0277) |
| Americanismo | 0.486*** (0.0157) | 1.195*** (0.0348) |
| Empleo en el sector primario | -0.0396 (0.0260) | -0.0594 (0.0580) |
| Empleo en el sector manufacturero | -0.0587* (0.0306) | -0.00608 (0.0694) |
| Nacionalismo | -0.00434** (0.00195) | 0.00268 (0.00439) |
| Nivel de educación | 0.0238*** (0.00194) | 0.0781*** (0.00434) |
| Edad | -0.00325*** (0.000475) | -0.00849*** (0.00107) |
| Sexo | -0.135*** (0.0146) | -0.438*** (0.0330) |
| Constante | -0.275** (0.130) | |
| Observaciones | 18.649 | 18.649 |
| Países en efectos fijos | 18 | 18 |
| R ² [Pseudo R ²] | 0,087 | [0,098] |

Errores estándar entre paréntesis
 *** p<0,01. ** p<0,05. * p<0,1

Cuadro 2. Regresiones por MCO y logística entre las variables independientes que se muestran en el cuadro y la variable dependiente de percepción sobre China, controlada por efectos fijos por países.

ODDS RATIOS DEL MODELO LOGIT

| VARIABLES | Coefficientes | z | P>z | Odds ratios (%) |
|------------------------------------|---------------|---------|-------|-----------------|
| Valoración de la democracia | 0,37718 | 4,074 | 0,000 | 45,8 |
| Interacción | -0,06436 | -2,321 | 0,020 | -6,2 |
| Americanismo | 1,19507 | 34,347 | 0,000 | 230,4 |
| Educación | 0,07809 | 17,975 | 0,000 | 8,1 |
| Edad | -0,00849 | -7,966 | 0,000 | -0,8 |
| Sexo | -0,43753 | -13,243 | 0,000 | -35,4 |

Cuadro 3. Tabla con coeficientes, p-valores y *odds ratios* como porcentaje de las variables del Modelo Logit que reportaron una significatividad estadística al nivel del 5%.

Cuando se comparan los modelos, se puede observar que, a rasgos generales, existe similitud entre ellos (ver Cuadro 2). Con excepción de la injusticia de la desigualdad económica, la variable de interacción, el empleo en el sector manufacturero y el nacionalismo, todas las variables presentan la misma dirección en la relación y los mismos niveles de significatividad estadística. Los modelos también presentan valores similares en sus R2 y Pseudo R2 y el de ninguno supera el 10%, lo que indica que este conjunto de variables independientes explica poco de la variación de la dependiente. Teniendo esto en cuenta, varias observaciones resultan importantes de destacar de los cuadros.

En primer lugar, se puede ver que en el modelo MCO las variables que miden los ámbitos en los que compete el *soft power* chino presentan un efecto con significatividad estadística al nivel de 1%, tanto la interacción como las variables por separado. Mientras que, en el Logit, la relación de la variable de interacción tiene una significancia estadística al nivel del 5% y la de la variable de injusticia de la desigualdad económica deja de tenerla. Sólo la variable de valoración de la democracia mantiene la misma significancia y dirección en ambos modelos, aunque esta última es contraria a la esperada.

Para esta variable, se planteó que las personas con una mayor valoración de la democracia tenderían a tener percepciones menos favorables hacia China. Por el contrario, lo que se ve en el modelo MCO del Cuadro 2 es que por cada punto que aumenta esta variable independiente, la visión favorable de China también aumenta 0,25 puntos. De la misma manera, en el Cuadro 3 se aprecia que por cada punto que aumenta la variable de valoración de la democracia, las probabilidades de tener una visión favorable de China aumentan casi un 46%, si se mantiene el resto de variables constante. Debido a estas

observaciones opuestas a las esperadas para la dirección del efecto, la hipótesis 1 debe ser descartada.

Sobre la variable de injusticia de la desigualdad económica, medida a través de la percepción de justicia/injusticia en la distribución del ingreso, en este trabajo se planteó que aquellas personas que perciben una mayor injusticia tenderían a ver de manera más favorable a China. En el modelo MCO se puede observar que la pendiente de la relación es positiva, lo que corresponde con los resultados esperados. Sin embargo, como se mencionó, el coeficiente del modelo logístico no presenta un resultado estadísticamente significativo. Si bien el resultado del primer modelo va acorde a la hipótesis planteada para esta variable, la falta de significancia estadística en el modelo logístico expone dudas respecto a su robustez y naturaleza. Frente a esta ambigüedad, la hipótesis 2 resulta rechazada.

La interacción muestra en ambos modelos que la relación que presenta con la variable dependiente es estadísticamente significativa y con pendiente negativa. Esto significa que aquellas personas que valoran menos la democracia, a la vez que consideran menos injusta la desigualdad económica, tienden a tener mejores percepciones sobre China. Mientras que, quienes valoran más la democracia, a la vez que perciben más injusta la desigualdad económica existente, tienden a tener visiones menos favorables de la potencia.

Es de relevancia destacar el cambio de dirección que presenta la variable de interacción respecto a las variables sin interactuar. Como bien se puede ver en el modelo MCO las variables por sí solas muestran pendientes positivas, mientras que la interacción entre ellas produce un cambio en la dirección de la relación, en lugar de reforzarla. Esto también se cumple para el modelo Logit, aunque solo para la variable de valoración de la democracia, ya que la de injusticia de la desigualdad económica no presenta significancia estadística. Aunque no se pueden sacar conclusiones acerca de la asociación que presenta la variable de injusticia de la desigualdad económica por sí sola, esta sí presenta una relación con la variable dependiente al interactuar con la variable de valoración de la democracia.

Los resultados de las demás variables independientes para las cuales se propusieron hipótesis no son los esperados en ambos modelos. Para la variable de sector de empleo se había planteado que aquellas personas que se desenvuelven en el sector primario de la economía tenderían a tener visiones más favorables de China que quienes se emplean en el sector industrial. Sin embargo, los efectos que se observan en el Cuadro

2 no resultan estadísticamente significativos. Sólo la variable que mide el empleo en el sector manufacturero en el modelo MCO presenta una significatividad estadística al nivel del 10%. Pero la falta de ella en el modelo logístico y el hecho de no poder compararlo con la variable que mide el empleo en el sector primario —ya que no presenta significancia estadística en ninguno de los dos modelos— no permite concluir que haya una relación entre el sector económico de empleo del individuo y la percepción que este tenga sobre China. Esto quiere decir que el mecanismo causal planteado no sucede e implica descartar la tercera hipótesis.

El nacionalismo, al igual que la variable de injusticia de la desigualdad económica, presenta diferentes resultados entre los modelos MCO y Logit. En este trabajo se midió esta variable a través de la preferencia de los individuos por productos nacionales y se había planteado que aquellas personas más nacionalistas tenderían a tener una percepción menos favorable de China. En el modelo MCO se puede observar que la relación es negativa y con un nivel de significancia estadística del 5%, lo que se alinea a los resultados esperados. No obstante, la relación del modelo logístico no presenta resultados estadísticamente significativos. De la misma manera que la variable de injusticia de la desigualdad económica, la ambigüedad y falta de robustez de los resultados no permite establecer la existencia de un efecto concreto sobre la variable dependiente. Por esto, la hipótesis 4 resulta rechazada.

Finalmente, y en cuanto a las variables de control, un resultado destacable es el del efecto que la percepción sobre Estados Unidos tiene sobre la variable dependiente. Se puede observar que esta relación es positiva y estadísticamente significativa al nivel del 1% en ambos los modelos, lo que indica que, a una mejor percepción sobre la potencia norteamericana, es más probable tener también una buena percepción sobre China. Es la variable independiente que presenta el mayor efecto sobre la dependiente, con un aumento de aproximadamente 0,49 puntos por cada punto que aumenta esta variable independiente en el modelo MCO. En los *odds ratios* se refleja con un aumento en las probabilidades de percibir favorablemente a China de alrededor de un 230% si se percibe igualmente de esta manera a Estados Unidos (es decir, cuando la variable cambia de 0 a 1). Estos resultados van de acuerdo a lo esperado por este trabajo y a lo hallado por la literatura previa.

En el caso de las variables demográficas, vemos que todas muestran un efecto estadísticamente significativo al nivel del 1% en los modelos del Cuadro 2. Por un lado, el efecto del nivel de educación es positivo, lo que indica que personas con un mayor

nivel de estudios tienden a ver a China de una manera más favorable, con un aumento de 0,02 puntos en el modelo MCO y de alrededor del 8% en el modelo logístico por cada año adicional de educación. Por otro lado, la edad y el sexo presentan un efecto negativo en ambos modelos. Esto indica que son los hombres a comparación de las mujeres y los más jóvenes a comparación de los más viejos quienes tienden a tener una percepción más favorable de China. El modelo logístico muestra que las probabilidades de que esto suceda disminuyen un 0,8% por cada año adicional de edad y un 35% si se trata de una persona de sexo femenino en lugar de una de sexo masculino, manteniendo el resto de las variables constantes. El modelo MCO, por su parte, muestra una disminución de 0,003 puntos por cada año adicional de edad y de, aproximadamente, 0,14 puntos si se trata de una persona de sexo femenino.



Universidad de
San Andrés

5. Discusión de resultados

Los resultados obtenidos permiten resaltar varios hallazgos a partir de observaciones detalladas. En primer lugar, se puede destacar que, además de las demográficas de control, sólo variables que en este trabajo se vincularon a los valores y creencias resultan tener una relación estadísticamente significativa sobre la variable explicada en ambos modelos, al contrario de lo sugerido por parte de varios estudios (Armony, 2012; Armony & Velásquez, 2016; Bortolozzi, 2021; Chow, Han & Li, 2019). Estas variables son las de valoración de la democracia, la interacción de esta con la de injusticia de la desigualdad económica y la de americanismo. Mientras que de aquellas relacionadas a los intereses materiales (sector económico de empleo) y a los sentimientos de pertenencia a grupos sociales (nacionalismo) no se pueden sacar las mismas conclusiones.

Las variables de valoración de la democracia y de injusticia de la desigualdad económica fueron planteadas como indicadores de distintas dimensiones ideológicas que resaltan frente al avance de China como potencia global, particularmente en términos de *soft power*. Hasta ahora, gran parte de la literatura no había encontrado que las cuestiones ideológicas influyeran en la percepción que los latinoamericanos tienen sobre China, pero a partir de estos resultados se puede corroborar que esto no es así. Como bien se indicó, la medición de la ideología en un continuo de izquierda-derecha no da una representación completa de cada una de las dimensiones que abarca y que, aisladas, son las que en definitiva afectan la visión sobre China.

La valoración que los individuos le otorgan a la democracia como sistema de gobierno ha demostrado ser un factor influyente en como estos perciben a China. En esta relación, aquellos que valoran más la democracia tienden a tener mejores percepciones de China. La interacción entre esta variable y la de injusticia de la desigualdad económica también demostró tener impacto sobre la variable dependiente. La pendiente negativa indica que quienes valoran menos la democracia a la vez que consideran más justa la desigualdad económica son quienes tienden a tener mejores percepciones sobre China. Esta dirección es opuesta a la que la variable de valoración de la democracia muestra por sí sola. Por lo que la interacción con la variable de injusticia de la desigualdad económica tiende a presentar visiones menos favorables entre los individuos. En otras palabras, las personas que tienen una valoración alta de la democracia tienden a tener percepciones más favorables de China excepto que, al mismo tiempo, consideren injusta la desigualdad

económica. En ese caso, su percepción de la potencia asiática tiende a ser menos favorable.

Las variables de control, por su parte, han mostrado efectos similares a los hallados por la literatura. Los resultados observados en la variable de nivel de educación van acorde al trabajo realizado por Xi y Jin (2022), que encuentran una distinción en este aspecto entre los habitantes de países desarrollados y los de países en desarrollo, donde los de estos últimos tienen más probabilidades de ver favorablemente a China a medida que aumenta su nivel educativo. Si bien Sautman & Hairong (2009) observaron efectos contrarios para la educación, los resultados de la edad y el sexo observados en este trabajo sí presentan similitud con los hallados por estos autores.

En cuanto a la variable de americanismo, los resultados de este trabajo replican lo hallado por Bortolozzi (2021). Esto indica que las percepciones favorables de ambos países no son excluyentes la una de la otra en la región. Así también lo pudo comprobar parte de la literatura existente (Armony & Velasquez, 2015; Azpuru & Zechmeister, 2013). El hecho de obtener los mismos efectos que otros estudios realizados en años diferentes al de la encuesta que aquí se utilizó da un indicio de que los hallazgos mantienen una continuidad temporal y pueden servir como guía explicativa para otros años.

Los resultados de este análisis son útiles para integrarlos a estudios que indaguen en cómo los esfuerzos de China en promover una buena imagen de sí misma se ven potenciados u obstaculizados por estos asuntos. Teniendo en cuenta que las cuestiones relacionadas a la ideología sí afectan a cómo los latinoamericanos perciben a China, el *soft power* que este país proyecte deberá considerar a qué tipo de individuo apuntar en la promoción de su imagen. Como se pudo demostrar, aquellos que menos valoran la democracia como sistema de gobierno son quienes representan un mayor obstáculo a esta proyección de *soft power*, ya que sus visiones favorables sobre el país tienden a disminuir cuando presentan esta característica. Sin embargo, esto no es así si, a la vez, consideran justa la desigualdad económica. También, tienden a presentarse como un obstáculo a la proyección de *soft power* de China aquellas personas más viejas, con menor nivel de estudios, de sexo femenino o que no perciben de manera favorable a Estados Unidos.

Este estudio también resulta útil para analizar las relaciones entre la potencia asiática y los países latinoamericanos. Gran parte de la literatura se dedica a debatir el rol de la opinión pública en la formulación de la política exterior (ver Baum & Potter, 2008; Fordham, 1998; Hartley & Bruce, 1992; Huang & Ding, 2006; Monroe, 1979; Ostrom &

Job, 1986; Xie & Jin, 2022) y los hallazgos del presente trabajo pueden complementarse con estudios de este tipo para analizar las relaciones entre la región y la potencia, así como la incidencia que la opinión pública tiene en la formulación de políticas exteriores en América Latina.

A pesar de los hallazgos y la concordancia de ciertos resultados obtenidos con estudios previos, algunos de ellos no conciben con lo esperado. Por un lado, la relación de la variable de valoración de la democracia presentó una dirección opuesta a la propuesta en la hipótesis 1 y, por lo cual, debió ser rechazada. Por otro lado, si bien los resultados del modelo MCO corroboran la hipótesis planteada para la variable de injusticia de la desigualdad económica, la falta de significancia estadística en el modelo logístico demuestra que es una relación poco robusta y expone dudas respecto a su naturaleza. La falta de una pregunta específica para medir esta variable puede estar afectando los resultados observados y generando tal ambigüedad. Si bien la hipótesis 2 debió ser rechazada por estas razones, es necesario llegar a una conclusión más asertiva sobre su relación con la variable dependiente a través de más mediciones y estudios al respecto.

En varios estudios, otras variables que proyectan dimensiones relacionadas a las analizadas en este trabajo han mostrado efectos análogos a los que aquí se observaron sobre las actitudes hacia grupos externos. En paralelo con la variable de valoración de la democracia, distintos análisis sobre el grado de *right wing authoritarianism* (RWA)¹⁰ presente en los individuos demostraron que a un mayor nivel de esta característica se tiende a presentar más actitudes *anti-outgroup*. La explicación se debe a que esta variable es buena predictora de un etnocentrismo chauvinista y prejuicio generalizado en una persona (Duckitt et al., 2002; Mayer, Berning & Johann, 2020).¹¹ En línea con la relación de pendiente negativa que muestra la interacción de la variable de valoración de la

¹⁰ Este sistema de creencias se caracteriza por la sumisión a la autoridad, el respeto por los valores tradicionales y agresividad hacia aquellas personas que se desvían de la norma (Mayer, 2020, p. 64). Estos indicadores son un buen resumen del nivel de estimación que se tiene de ciertos valores que se encuentran abarcados en concepciones generales sobre la democracia y sin los cuales esta no podría existir o existiría de una forma incompleta, como varios derechos de primera generación (ver Dhal, 2008; Lipset, 1959). Debido a que una alta RWA indicaría cierto desprecio hacia ellos, la valoración de la democracia y todo lo que esta conlleva se encuentra mediada a este sistema de creencias a través de estos valores e ideales que representa.

¹¹ Estos estudios también analizan otro sistema de creencias llamado “*social dominance orientation*” (SDO) que se caracteriza por querer mantener una jerarquía social y aceptar las desigualdades sociales (Mayer, 2020, p. 64). Esta variable comparte puntos en común con la de injusticia de la desigualdad económica y los efectos observados en los estudios son análogos a los que se observan en los resultados del modelo MCO de este trabajo.

democracia con la de injusticia de la desigualdad económica, estudios han demostrado que existen ciertos estereotipos generados en la sociedad en torno a las comunidades de inmigrantes chinos y que afectan la forma en la que se ve a su país de origen. Estas visiones están ligadas a la manera en la que las comunidades de inmigrantes establecen y administran sus negocios, lo que, de acuerdo con los mismos estereotipos, afecta el desempeño económico, comercial y redistributivo de la sociedad (Armony y Velásquez, 2015, 2016; Hearn, 2012). Debido a la carga negativa que estos prejuicios tienen sobre el funcionamiento de la economía y la redistribución de ingresos, es esperable que sean más llamativos para aquellas personas que están más preocupadas por la desigualdad económica y asuntos similares, por los efectos que tienen en ellos. Pero también es esperable que sean más llamativos para aquellas personas ya predispuestas a generar este tipo de prejuicios, como las que presentan una alta RWA.

Estas observaciones pueden ser un disparador para explicar la dinámica de la interacción que se incluyó en este análisis, aunque serán necesarios más estudios al respecto para llegar a una conclusión concreta. Considerando los resultados de este trabajo y el factor común presente en los hallazgos de estos estudios sobre los prejuicios hacia grupos externos, sería conveniente tener en cuenta una variable que lo refleje y sea mediadora entre las independientes que se analizaron en este trabajo y la dependiente.

En cuanto a las demás variables que no mostraron los resultados esperados para ellas, se puede destacar que la falta de significancia estadística observada para las variables del sector económico de empleo coincide con lo observado en el estudio de Bortolozzi (2021). Se debe señalar que gran parte de la muestra (aproximadamente un tercio) tomaba el valor de NS/NR en esta variable. Como se explicó en la sección anterior, estos valores fueron incluidos a la variable junto con aquellos que se desenvuelven en los sectores de servicios y administrativos, a partir de los cuales se comparan quienes se emplean en los otros dos sectores económicos. El hecho de que tantos valores de la muestra se codifiquen como NS/NR en esta variable podría estar afectando también los resultados.

A pesar de que en el modelo MCO los resultados para la variable de empleo en el sector manufacturero muestran una significancia estadística al nivel del 10%, en el modelo Logit no la muestra y la variable de empleo en el sector primario tampoco la presenta en ningún modelo. Por ello, se puede concluir que el sector económico donde se emplean los latinoamericanos tiene poco que ver con cómo ven a China. Y esto sucede a pesar de la creciente y continua relación comercial entre el gigante asiático y los países

de la región, que potencia ciertos sectores de estos últimos, pero se presenta como una fuerte competencia para otros (Cornejo y Navarro García, 2010; Raza & Grohs, 2022).

En cualquier caso, también es posible que variables relacionadas a cuestiones materiales a nivel país sí puedan llegar a tener un efecto, a diferencia de variables a nivel individual, como esta que se analizó. La literatura ha hallado en otras regiones y también en relación a otras potencias que variables a este nivel —como el flujo de exportaciones, importaciones, inversión o financiamiento— afectan a la percepción que se tiene de un determinado país (ver Baker & Cupery, 2013; Gallagher & Porzecanski, 2008; Hanusch, 2012; Wang & Eliot, 2014; Xie & Jin, 2022).

Otra de las variables que no arrojó resultados estadísticamente significativos en ambos modelos fue la utilizada para medir un sentimiento nacionalista en los individuos. Aquí se planteó que aquellos con un mayor sentimiento nacionalista tenderían a tener percepciones menos favorables sobre China debido a que este país genera preocupaciones vinculadas a la soberanía económica, energética y sobre los recursos (Armony & Velásquez, 2015; Roy, 2022). Sin embargo, sólo el modelo MCO presentó efectos estadísticamente significativos en esa dirección, mientras que el modelo Logit no mostró significancia estadística.

Al igual que la variable de injusticia de la desigualdad económica, la falta de significancia estadística en uno de los modelos genera incertidumbres respecto a su robustez y su comportamiento, y estas ambigüedades también pueden estar siendo producidas por la falta de especificidad de la pregunta utilizada para medir esta variable. A pesar de haber rechazado la hipótesis 4, serán necesarios más estudios al respecto para llegar a una conclusión más firme acerca de la relación que tiene el nacionalismo con la percepción que los latinoamericanos tienen sobre China.

Frente a esto, los estudios realizados por Duckitt et al. (2002) ofrecen también otras explicaciones. Estos demuestran que las actitudes *pro-ingroup* no tienen un efecto significativo sobre las actitudes *anti-outgroup* para aquellos grupos externos que no resultan amenazantes. Bajo esta lógica, se entiende que, a pesar de tener un alto sentimiento nacionalista, los individuos encuestados no basan su percepción de China en estas cuestiones, ya que no representa una amenaza para su propio país. Por lo que un efecto carente de significancia estadística es probable bajo estas circunstancias.

5.1. Limitaciones y pasos a seguir

Como se mencionó en los párrafos anteriores, los estudios futuros que indaguen

en el tema deberán tener en cuenta el efecto de algunas de las variables que se trataron en este trabajo y otras nuevas a la hora de formular sus análisis. En primer lugar, se debe considerar una variable que refleje prejuicios y/o estereotipos generados en los individuos hacia grupos externos para utilizar como mediador del efecto entre las variables ideológicas que aquí se trataron. Este factor puede ser una posible explicación a la dinámica de la interacción entre estas variables y a los resultados obtenidos que llevaron a rechazar las hipótesis 1 y 2. En segundo lugar, las variables de injusticia de la desigualdad económica y de nacionalismo también deberían contar con mayores mediciones y análisis al respecto para disminuir las ambigüedades existentes acerca de las relaciones que presentan sobre la variable dependiente.

Conforme a esto, una de las principales limitaciones a las que se enfrenta el presente trabajo tiene que ver con la disponibilidad de datos y preguntas específicas necesarias para el estudio. A pesar de haber utilizado el mejor acercamiento posible a partir de las preguntas disponibles en Latinobarómetro, la falta de una pregunta específica para las variables que reflejan la consideración de injusticia de la desigualdad económica y el nivel de nacionalismo deja abierto un espacio a sesgos y dudas al respecto. En próximas investigaciones sería conveniente utilizar mediciones construidas a partir de preguntas específicas para que den un reflejo más fidedigno de la opinión de los encuestados sobre las variables en cuestión.

Además de esto, sería igualmente propicio extender en el tiempo el análisis mediante la mantención ininterrumpida de las preguntas realizadas en la encuesta. A pesar de que los resultados observados para la variable de americanismo muestran una continuidad temporal con otros estudios, esta situación se presenta como una limitación para el análisis. Resolver esto permitiría mejorar la capacidad explicativa de los resultados y evitar sesgos y ambigüedades en su interpretación al asegurar que no estén sujetos a eventos específicos de un año en particular.

También, futuros estudios similares deberían complementarse con un análisis del *framing* de la información relacionada a China en los distintos países de la región, ya que es una cuestión que la literatura ha hallado con un efecto sobre la opinión pública (ver Bortolozzi, 2021) y que debió ser dejada de lado en este estudio debido a que excede los alcances prácticos del propio trabajo, como se explicó en la sección de metodología.

Otra de las limitaciones que se observa en los resultados tiene que ver con la baja capacidad de explicación que este grupo de variables independientes tiene sobre la variación de la dependiente. Esto se ve reflejado en el R^2 y Pseudo R^2 de los modelos del

Cuadro 2. Por ello, sería conveniente analizar en próximos estudios otros grupos de variables como, por ejemplo, aquellas que varían a nivel de un país o sociedad y no individualmente, y que la literatura ha identificado como incidente en la percepción que se tiene de China (ver Armony & Velásquez, 2015; Baker & Cupery, 2013; Gallagher & Porzecanski, 2008; Hanusch, 2012; Hearn, 2012; Wang & Eliot, 2014; Xie & Jin, 2022).

A pesar de estas limitaciones, los resultados demuestran que ciertas variables a nivel individual sí tienen un efecto en la percepción de los latinoamericanos sobre China. Esto sienta bases para complementar con investigaciones futuras que indaguen en variables nuevas relacionadas a sucesos posteriores a 2018, como la pandemia de COVID-19 originada en China y el posterior suministro de vacunas en la región. Estos eventos pudieron haber modificado la percepción de las personas hacia aquel país.

Como se mencionó, la inclusión de variables a otro nivel de análisis también sería pertinente para tener una perspectiva más amplia de cómo se comporta la percepción sobre China en la región. Utilizando los resultados del presente trabajo como disparador podría analizarse cómo el nivel de democracia de las distintas sociedades, la aceptación de la democracia a nivel general y/o el nivel de desigualdad económica influyen en la variable dependiente de interés.

6. Conclusiones

En este trabajo se analizó cómo las variables a nivel individual afectan a la percepción que los latinoamericanos tienen sobre China. De las hipótesis planteadas para las variables independientes, ninguna pudo ser corroborada. La hipótesis 1 quedó descartada debido a que el efecto de la variable muestra una dirección opuesta a la planteada. Las variables enmarcadas en las hipótesis 2 y 4 mostraron una relación estadísticamente significativa y en la dirección esperada en sólo uno de los dos modelos, por lo que la falta de robustez y la ambigüedad respecto a estas relaciones llevaron a rechazar dichas hipótesis. Por otro lado, la hipótesis 3 se descartó debido a que las variables de sector económico de empleo no mostraron significancia estadística en la relación con la variable dependiente en ninguno de los dos modelos.

A pesar de que las hipótesis planteadas no pudieron ser corroboradas, es pertinente destacar otras observaciones a partir de los resultados. Al igual que parte de la literatura previa, se advirtió que las personas más jóvenes, con más años de educación, de sexo masculino o que tienen una visión favorable de Estados Unidos tienen más probabilidades de percibir favorablemente a China, manteniendo el resto de variables constante.

Además, la propuesta de este trabajo de desagregar la ideología en distintas dimensiones ha mostrado resultados propicios. Las relaciones que presentan las variables que reflejan las dimensiones que resaltan a partir del avance del *soft power* de China indican que quienes valoran más la democracia como sistema de gobierno tienden a percibir más favorablemente a China, si se mantiene las demás variables constantes. Sin embargo, este efecto disminuye si, a la vez, se considera injusta la desigualdad económica existente. En ese caso, estas personas tienden a presentar percepciones menos favorables sobre aquel país. A partir de esto, se pudo demostrar que las cuestiones ideológicas sí afectan la percepción que los latinoamericanos tienen sobre China, algo que en gran parte de la literatura se había hallado sin efecto. No así, las variables a nivel individual que se enmarcan en los intereses materiales y los sentimientos de pertenencia a grupos sociales, aunque son necesarios más análisis al respecto.

También, será trabajo de próximas investigaciones indagar en la influencia que factores a otro nivel tienen en la variable dependiente de interés, ya que este grupo de variables explica sólo una pequeña parte de la variación de la variable dependiente. Los resultados de este estudio son útiles para complementar con análisis futuros sobre la incidencia de la opinión pública en la formulación de políticas exteriores en América

Latina y sobre la manera en la que el *soft power* que proyecta China se ve potenciada u obstaculizada por estos asuntos. De esta manera, se podrá tener una comprensión más completa de cómo se comporta la opinión pública sobre la potencia asiática en nuestra región.



Universidad de
San Andrés

7. Anexo 1

| <u>Variable</u> | <u>Código en la encuesta</u> | <u>Pregunta</u> | <u>Respuestas posibles con valor numérico entre paréntesis</u> |
|--|------------------------------|--|---|
| Percepción sobre China (MCO) | P40ST.C | ¿Tiene Ud. una muy buena, buena, mala o muy mala opinión sobre China? | Muy buena (2), Buena (1), Mala (-1), Muy mala (-2) o NS/NR (0) |
| Percepción sobre China (Logit) | P40ST.C | ¿Tiene Ud. una muy buena, buena, mala o muy mala opinión sobre China? | Muy buena (1), Buena (1), Mala (0), Muy mala (0) o NS/NR (0) |
| Valoración de la democracia | P24ST | Dígame si está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con la siguiente afirmación: La democracia puede tener problemas pero es el mejor sistema de gobierno | Muy de acuerdo (4), De acuerdo (3), En desacuerdo (2) o Muy en desacuerdo (1) |
| Injusticia de la desigualdad económica | P23ST | ¿Cuán justa cree Ud. que es la distribución del ingreso en (país)? | Muy justa (1), Justa (2), Injusta (3) o Muy injusta (4) |
| Empleo en el sector primario de la economía | S17D | ¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa o negocio en la que realiza su trabajo? | Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (1), Explotación de minas y canteras (1), Industrias manufactureras (0), Servicios (0), Administración pública y defensa (0) o NS/NR (0) |
| Empleo en el sector manufacturero de la economía | S17D | ¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa o negocio en la que realiza su trabajo? | Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0), Explotación de minas y canteras (0), Industrias manufactureras (1), Servicios (0), Administración pública y defensa (0) o NS/NR (0) |
| Empleo en un sector de la economía diferente al primario y manufacturero | S17D | ¿A qué actividad se dedica principalmente la empresa o negocio en la que realiza su trabajo? | Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca (0), Explotación de minas y canteras (0), Industrias manufactureras (0), Servicios (1), Administración pública y defensa (1) o NS/NR (1) |
| Preferencia por productos nacionales | P56N | Si pudiera elegir entre dos productos, uno es importado de marca conocida | A) La marca nacional (2), La marca importada (0), Indiferente (0) o NS/NR (0); B) La marca nacional (1), La marca importada (0), Indiferente (0) o NS/NR |

| | | | |
|--------------------|---------|--|--|
| | | internacionalmente y el otro es producido en el país de marca nacional conocida nacionalmente, ¿cuál elige? A) Si los dos productos tienen el mismo precio. B) Si el producto nacional es más económico que el importado. C) Si el producto importado es más económico que el nacional. D) Si el producto importado vale la mitad que el nacional” | (0); C) La marca nacional (3), La marca importada (0), Indiferente (0) o NS/NR (0); D) La marca nacional (4), La marca importada (0), Indiferente (0) o NS/NR (0). [Para terminar de construir la variable se suman las cuatro respuestas y los valores finales que pueden adoptar cada una de las observaciones van del 0 al 10] |
| Americanismo | P40ST.A | ¿Tiene Ud. una muy buena, buena, mala o muy mala opinión sobre Estados Unidos? | Muy buena (1), Buena (1), Mala (0), Muy mala (0) o NS/NR (0) |
| Edad | EDAD | - | (Edad reportada en años, con valores que van desde 16 hasta 100) |
| Nivel de educación | S10 | ¿Qué estudios ha realizado? ¿Cuál es el último año cursado? | Sin estudios (1), Primario/Secundario (de 2 a 14 según la cantidad de años de estudio reportados), Instituto superior/academias (15), Universitario incompleto (16) o Universitario completo (17) |
| Sexo | SEXO | - | Masculino (1) o Femenino (2) |

Codificación de las variables utilizadas en el presente trabajo. Cuadro de elaboración propia. Datos extraídos de Latinobarómetro (Corporación Latinobarómetro, 2018a)

8. Anexo 2

| | | Variable dependiente (percepción sobre China) | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|---|-------|--------|--------|--------|---------|
| | | NS/NR | 1 | 2 | 3 | 4 | Total |
| Valoración de la democracia | NS/NR | 695 | 23 | 78 | 191 | 39 | 1026 |
| | | 67,74% | 2,24% | 7,60% | 18,62% | 3,80% | 100,00% |
| | Otros valores (1, 2, 3 y 4) | 4025 | 711 | 3095 | 898 | 2367 | 19178 |
| | | 20,99% | 3,71% | 16,14% | 46,82% | 12,34% | 100,00% |
| | Total | 472 | 734 | 3173 | 9171 | 2406 | 20204 |
| | | 23,36% | 3,63% | 15,70% | 45,39% | 11,91% | 100,00% |

Cuadro 4b. Tabla de frecuencia entre las variables dependiente (con todos los valores posibles) y la independiente que mide la valoración de la democracia (solo con distinción de valores NS/NR entre el resto).

| | | Variable dependiente (percepción sobre China) | | | | | |
|--|-----------------------------|---|-------|--------|--------|--------|---------|
| | | NS/NR | 1 | 2 | 3 | 4 | Total |
| Injusticia de la desigualdad económica | NS/NR | 516 | 16 | 71 | 198 | 25 | 826 |
| | | 62,47% | 1,94% | 8,60% | 23,97% | 3,03% | 100,00% |
| | Otros valores (1, 2, 3 y 4) | 4204 | 718 | 3102 | 8973 | 2381 | 19378 |
| | | 21,69% | 3,71% | 16,01% | 46,31% | 12,29% | 100,00% |
| | Total | 472 | 734 | 3173 | 9171 | 2406 | 20204 |
| | | 23,36% | 3,63% | 15,70% | 45,39% | 11,91% | 100,00% |

Cuadro 4a. Tabla de frecuencia entre las variables dependiente (con todos los valores posibles) y la independiente que mide la percepción de injusticia de la desigualdad económica (solo con distinción de valores NS/NR entre el resto).

| País | Total de observaciones | Porcentaje eliminado del total |
|-----------------|------------------------|--------------------------------|
| Argentina | 1133 | 5,58% |
| Bolivia | 1076 | 10,33% |
| Brasil | 1116 | 7,31% |
| Chile | 1107 | 7,75% |
| Colombia | 1130 | 5,83% |
| Costa Rica | 945 | 5,50% |
| Rep. Dominicana | 929 | 7,10% |
| Ecuador | 1124 | 6,33% |
| El Salvador | 945 | 5,50% |
| Guatemala | 850 | 15,00% |
| Honduras | 913 | 8,70% |
| México | 1130 | 5,83% |
| Nicaragua | 863 | 13,70% |
| Panamá | 935 | 6,50% |
| Paraguay | 1113 | 7,25% |
| Perú | 1096 | 8,67% |
| Uruguay | 1081 | 9,92% |
| Venezuela | 1163 | 3,08% |
| Total | 18649 | 7,70% |

Cuadro 5. Cantidad de observaciones luego de eliminar las respuestas NS/NR en las variables de valoración de la democracia e injusticia de la desigualdad económica y proporción eliminada del total por país.

9. Referencias

- Allison, P. D. (2001). *Missing data*. Sage publications.
- Armony, A. C. (2012). A View from Afar: How Colombia Sees China. *The China Quarterly*, 209, pp. 178-197.
- Armony, A. C. & Strauss, J. C. (2012). From going out (zou chuqu) to arriving in (desembarco): Constructing a new field of inquiry in China–Latin America interactions. *The China Quarterly*, 209, pp. 1-17.
- Armony, A. C. & Velásquez, N. (2015). Anti-Chinese Sentiment in Latin America: An Analysis of Online Discourse. *Journal of Chinese Political Science*, 20(3), pp. 319-346.
- Armony, A. C. & Velásquez, N. (2016). A Honeymoon with China?: Public perceptions in Latin America and Brazil. *Tempo do Mundo*, 2(2), pp. 17-34.
- Arnson, C., Mohr, M., & Roett, R. (Eds.). (2007). *Enter the Dragon?: China's Presence in Latin America*. Woodrow Wilson International Center for Scholars, Latin American Program and Asia Program.
- Azpuru, D. & Zechmeister, E. J. (24 de junio de 2013) Latin Americans' perceptions of the United States and China. *Americas Quarterly*. Recuperado el 29 de noviembre de 2021 de <https://www.americasquarterly.org/article/latin-americans-perceptions-of-the-united-states-and-china/>
- Baker, A. & Cupery, D. (2013). Anti-Americanism in Latin America: Economic Exchange, Foreign Policy Legacies, and Mass Attitudes toward the Colossus of the North. *Latin American Research Review*, 48(2), pp. 106-130.
- Baum, M. A. & Potter, P. B. (2008). The relationships between mass media, public opinion, and foreign policy: Toward a theoretical synthesis. *Annual Review of Political Science*, 11, pp. 39-65. DOI:10.1146/annurev.polisci.11.060406.214132
- Bio Bio. (14 de octubre de 2021). *Kast ante consulta sobre quebrar relaciones con China: "Es complejo el tema económico"* [Archivo de video]. Youtube. 13m53s-14m20s.

Recuperado el 6 de diciembre de 2021 de https://www.youtube.com/watch?v=0M4e_0KA3m8&ab_channel=BioBio

Bobbio, N. (1996). *Left and right: The significance of a political distinction*. University of Chicago Press.

Boninger, D. S., Krosnick, J. A. & Berent, M. K. (1995). Origins of attitude importance: Self-interest, social identification, and value relevance. *Journal of Personality & Social Psychology*, 68, pp. 61–80.

Bortolozzi, C. (2021). *Fuera de la grieta: pragmatismo en la opinión pública argentina sobre la relación del país con China* [Trabajo de graduación]. Universidad de San Andrés.

Bulman, D. J. (2022). “Common Prosperity” and China’s State Capitalist Welfare State: Implications for U.S. Policy. En L. Myers (Ed.), *Essays on China and U.S. Policy* (pp. 102-132). Wilson Center.

Chow, W. M., Han, E., & Li, X. (2019). Brexit identities and British public opinion on China. *International Affairs*, 95(6), pp. 1369-1387.

Cornejo, R. y Navarro García, A. (2010). China y América Latina: recursos, mercados y poder global. *Nueva Sociedad*, 228, pp. 79-99.

Corporación Latinobarómetro (2018a). *Latinobarómetro 2018* [Conjunto de datos]. Recuperado el 31 de julio de 2022 de <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>

Corporación Latinobarómetro (2018b). *Informe 2018*. Autor. Recuperado el 31 de julio de 2022 de <https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>

Dahl, R. A. (2008). *Polyarchy: Participation and opposition*. Yale University Press.

Devonshire-Ellis, C. (1 de marzo de 2022). China Massively Expands Diplomacy And Investments In Latin America And The Caribbean. *Silk Road Briefing*. Recuperado el 21 de julio de 2022 de <https://www.silkroadbriefing.com/news/2022/03/01/china-massively-expands->

diplomacy-and-investments-in-latin-america-and-the-caribbean/#:~:text=China%2DLatin%20America%20Trade%20%26%20Investment%20Trends&text=In%202020%2C%20China's%20direct%20investment,implying%20a%20significant%20YoY%20increase.

D'Hooghe, I. (2005). Public diplomacy in the People's Republic of China. En J. Melissen (Ed.), *The new public diplomacy* (pp. 88-105). Palgrave Macmillan.

Duckitt, J., Wagner, C., Du Plessis, I. & Birum, I. (2002). The psychological bases of ideology and prejudice: testing a dual process model. *Journal of personality and social psychology*, 83(1), pp. 75-93.

DW (19 de junio de 2018). China convierte a Bolivia en socio estratégico. DW. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://p.dw.com/p/2zotM>

Elff, M. (2018). Ideology and Electoral Choice. En J. Fisher, E. Fieldhouse, M. N. Franklin, R. Gibson, M. Cantijoch & Christopher Wlezien (Eds.), *The Routledge Handbook of Election, Voting Behavior and Public Opinion* (pp. 136-145). Routledge.

Fierro, T. (2019). Cambio y Política Exterior. La relación de Brasil con China en los albores del Siglo XXI: de Lula a Bolsonaro. *X Simposio Electrónico Internacional sobre Política China*, 10.

Fordham, B. O. (1998). Economic Interests, Party, and Ideology in Early Cold War Era U.S. Foreign Policy. *International Organization*, 52(2), pp. 359–396. DOI:10.1162/002081898753162857

Gallagher, K. P., & Porzecanski, R. (2008). China matters: China's economic impact in Latin America. *Latin American Research Review*, pp. 185-200.

Garcia, E. (1 de abril de 2010). Bolivia, China team up on communications satellite. *Reuters*. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://www.reuters.com/article/idUSN0111911620100401>

- Hanusch, M. (2012). African perspectives on China–Africa: Modelling popular perceptions and their economic and political determinants. *Oxford Development Studies*, 40(4), pp. 492-516.
- Hartley, T. & Russett, B. (1992). Public Opinion and the Common Defense: Who Governs Military Spending in the United States?. *The American Political Science Review*, 86(4), pp. 905–915. DOI:10.2307/1964343
- Hearn A. H. (2012). Harnessing the Dragon: Overseas Chinese Entrepreneurs in Mexico and Cuba. *The China Quarterly*, 209, pp. 111-133.
- Huang, Y. & Ding, S. (2006). Dragon’s underbelly: An analysis of China’s soft power. *East Asia*, 23(4), pp. 22–44. DOI:10.1007/bf03179658
- Lagos, M. (2008). International Comparative Surveys: Their Purpose, Content and Methodological Challenges. En W. Donsbach & M. W. Traugott (Eds.), *The SAGE Handbook of Public Opinion Research* (pp. 580-593). SAGE Publications.
- Lee, T. (2016). Within and/or Beyond Perception and Ideology: The U.S., China and Their Relationship towards Latin America. *Asian Journal of Latin American Studies*, 29(1), pp. 217-245.
- Lipset, S. M. (1959). Some social requisites of democracy: Economic development and political legitimacy. *American political science review*, 53(1), pp. 69-105.
- Mayer, S. J., Berning C. C. & Johann, D. (2020). The Two Dimensions of Narcissistic Personality and Support for the Radical Right: The Role of Right-wing Authoritarianism, Social Dominance Orientation and Anti-immigrant Sentiment. *European Journal of Personality*, 34, pp. 60-76. DOI: 10.1002/per.2228
- Mesa de noticias de El Mostrador (6 de abril de 2022). "La influencia china en alza": Chile es el país del Cono Sur con el mayor flujo de inversión proveniente del gigante asiático. *El Mostrador*. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://www.elmostrador.cl/noticias/2022/04/06/la-influencia-china-en-alza-chile-es-el-pais-del-cono-sur-con-el-mayor-flujo-de-inversion-proveniente-del-gigante-asiatico/>

- Monroe, A. D. (1979). Consistency between Public Preferences and National Policy Decisions. *American Politics Quarterly*, 7(1), pp. 3–19. DOI:10.1177/1532673x7900700101
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Ostrom, C. W. & Job, B. L. (1986). The President and the Political Use of Force. *The American Political Science Review*, 80(2), pp. 541–566. DOI:10.2307/1958273
- Raza, W. & Grohs, H. (2022). Trade aspects of China's presence in Latin America and the Caribbean [Briefing]. *Policy Department, Directorate-General for External Policies*. Recuperado el 10 de diciembre de 2022 de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/702572/EXPO_BRI\(2022\)702572_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/702572/EXPO_BRI(2022)702572_EN.pdf)
- Rodríguez Santillán, F. (2017). Las relaciones China-Argentina bajo la administración Macri: ¿Cambiamos? [Documento de trabajo]. *Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables*.
- Roy, D. (12 de abril de 2022). China's Growing Influence in Latin America. *Council on Foreign Relations*. Recuperado el 10 de diciembre de 2022 de <https://www.cfr.org/background/china-influence-latin-america-argentina-brazil-venezuela-security-energy-bri#chapter-title-0-6>
- Rudd, K. (2013). Beyond the pivot: A new road map for US-Chinese relations. *Foreign Affairs*, 92(2), pp. 9-15.
- Sautman, B. & Hairong, Y. (2009). African perspectives on China–Africa links. *The China Quarterly*, 199, pp. 728-759.
- Wang, F. L., & Elliot, E. A. (2014). China in Africa: presence, perceptions and prospects. *Journal of Contemporary China*, 23(90), pp. 1012-1032.
- Wang, Y. (2008). Public diplomacy and the rise of Chinese soft power. *The annals of the American academy of political and social science*, 616(1), pp. 257-273.
- Wills, K. (2018). Seeking Balance. *Finance & Development*, 55(004), pp. 20-23.

Xie, Y. & Jin, Y. (2022). Global attitudes toward China: trends and correlates. *Journal of Contemporary China*, 31(133), pp. 1-16.

Zechmeister, E. J. (2015). Left-Right Identifications and the Latin American Voter. En R. E. Carlin, M. M. Singer & E. J. Zechmeister (Eds.), *The Latin American Voter* (pp. 195-225). University of Michigan Press.

Zhang, D., Lei, L., Ji, Q. & Kutan, A. M. (2018). Economic policy uncertainty in the US and China and their impact on the global markets. *Economic Modelling*, DOI:10.1016/j.econmod.2018.09.028



Universidad de
San Andrés