



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Relaciones Internacionales

**Fuera de la grieta: pragmatismo en la
opinión pública argentina sobre la relación
del país con China**

Autora: Constanza Bortolozzi

Legajo: 29027

Mentor: Federico Merke

Victoria, Buenos Aires

30 de julio de 2021

1. Índice

1. Índice.....	1
2. Agradecimientos.....	2
3. Introducción.....	3
4. El ascenso de China, su relación con Argentina y por qué la opinión pública al respecto importa.....	4
5. Revisión de la literatura.....	9
5.1. Variables sociodemográficas.....	9
5.2. Variables ideológicas.....	10
5.3. Experimento de <i>framing</i>	12
6. Metodología.....	13
6.1. Variables sociodemográficas.....	13
6.2. Variables ideológicas.....	14
6.3. Experimento de <i>framing</i>	14
7. Resultados empíricos.....	16
7.1. Consideraciones previas.....	16
7.2. Descripción de la muestra.....	17
7.3. Variable dependiente: relación de Argentina con China.....	19
7.4. Variables sociodemográficas.....	19
7.5. Variables ideológicas.....	20
7.6. Experimento de <i>framing</i>	24
8. Conclusiones.....	27
8.1. Sesgos, limitaciones y pasos a seguir.....	29
9. Bibliografía.....	31
10. Anexos.....	37
Anexo 1: Encuesta.....	37

2. Agradecimientos

A mi familia por confiar en mí y apoyarme en todo.

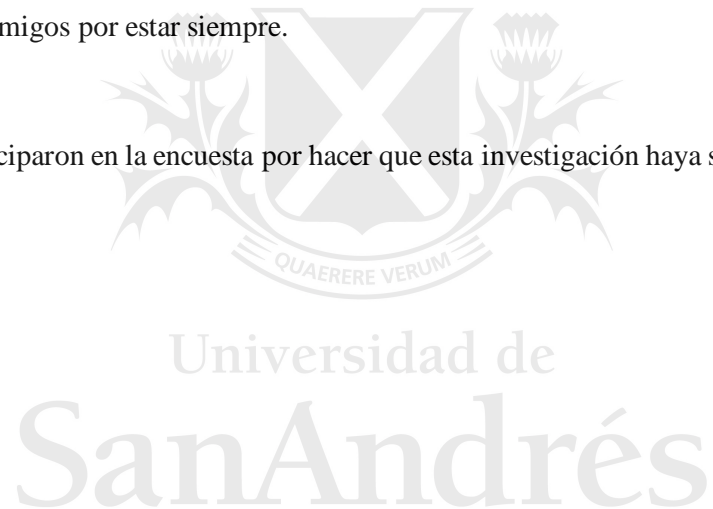
A Federico Merke por ser mi guía en este trabajo y en todo mi paso por la Universidad.

A Clarita por ser incondicional.

A Campa por su incansable escucha en nuestros años de amistad.

A mis amigas y amigos por estar siempre.

Y a quienes participaron en la encuesta por hacer que esta investigación haya sido posible.



3. Introducción

Uno de los elementos que más se destaca para quienes estudian opinión pública en la Argentina es el alto grado de polarización existente en la sociedad (ver entre otros Rabbia, Sader y Cagnasso, 2020; Schuliaquer y Vommaro, 2020; Kessler, Focás y Feuerstein, 2020). Esto se vio, por ejemplo, en la discusión por la legalización del aborto (Graells-Garrido, Baeza-Yates y Lalmas, 2020; Sutton y Vacarezza, 2021), en las últimas elecciones presidenciales (Garriaga y Negri, 2020; Nigro, 2021), en la forma en la que el gobierno lidió con la pandemia del Covid-19 (González, 2021; Dalto, 2021; de los Santos, 2021) y la postura ante la vacunación (Galindo, 2021), entre otras discusiones.

Sin dudas, las redes sociales son un gran impulsor de estas grietas que hay en la sociedad, ya que, como explican Calvo y Aruguete (2021, p.02) son “una gran mezcladora de encuadres mediáticos [donde] la coherencia noticiosa [...] depende de la decisión de los usuarios de compartir o ignorar los contenidos”. Estos hallazgos también son coincidentes con los de Lupu, Ramírez Bustamante y Zechmeister (2020), Waisboard (2020) y Nigro (2021).

En este trabajo, me propongo examinar si es posible identificar en la opinión pública sobre política exterior argentina niveles de polarización similar a los existentes en debates sobre asuntos domésticos. En regímenes democráticos, conocer la opinión pública de una sociedad es primordial para poder orientar la política exterior del país (Holsti, 1992; Moravcsik, 1997; Efimova y Strebkov, 2020). Uno de los asuntos más debatidos en política exterior consiste en la definición por los socios externos con los que debería contar un país. Utilizando el ascenso de China (y el avance considerable que ha tenido en la agenda externa de la Argentina en los últimos diez años) pretendo estudiar si la relación con China genera similares niveles de polarización en la opinión pública.

Para esto se llevó a cabo una encuesta (ver Anexo 1: Encuesta) distribuida de manera online por redes sociales (Twitter, LinkedIn, Facebook y WhatsApp), en la que se tuvo en cuenta datos demográficos y factores ideológicos, siendo estos factores los que podrían llevar a la polarización, actuando como variables independientes y siendo determinantes de la percepción en la Argentina sobre la relación con China. Además, se puso a prueba el estudio de Lustig y Olego (2016), adaptándolo a las necesidades del estudio, para comparar los efectos del *framing* sobre la relación con China. Entonces, la principal pregunta de investigación es: ¿cuál es la opinión de los argentinos sobre la relación que Argentina mantiene con China? Pero adicionalmente, hay dos preguntas que también fueron de interés para este trabajo: ¿Cómo afecta el *framing* en la opinión preconcebida? y ¿Qué pesan más: las opiniones sociotrópicas o las percepciones individuales?

Así, el objetivo de este trabajo fue obtener un entendimiento más amplio sobre cómo los argentinos y las argentinas perciben la relación de la Argentina con China.

A partir de un examen minucioso del impacto del *framing* y de una batería de variables, este trabajo encuentra que no hay polarización con respecto a China. En esta ocasión, prima el pragmatismo y el acuerdo acerca de la opinión sobre el gigante asiático y sobre cómo debería seguir la relación. Casi ninguno de los datos arrojó resultados estadísticamente significativos, y, los que sí lo hicieron, también fueron claros ejemplos de posturas más bien pragmáticas. A partir de un examen minucioso del impacto del *framing* y de una batería de variables, este trabajo encuentra que no hay polarización con respecto a China. Este hallazgo está en sintonía con los descubrimientos de Morgenstern y Bohigues (2021), quienes han estudiado la covarianza de actitudes hacia Estados Unidos y China por parte de los latinoamericanos. Los autores han demostrado que “si bien las actitudes de los latinoamericanos hacia Estados Unidos están estructuradas por ideología y otros factores, no están bien estructuradas con respecto a China” (Morgenstern y Bohigues, 2021, p. 282). Es decir, los autores también dan luz sobre el hecho de que la opinión sobre el gigante asiático está fuera de la grieta.

Esta tesis se organiza en cinco secciones. La primera trata sobre el ascenso de China y su trato con Argentina. Aquí se hace un recorrido por la evolución de la relación entre ambos países, como Beijing ha contribuido a nuestro desarrollo en los últimos años y por qué es necesario estudiar lo que la población opina de esta relación. La segunda es una revisión de la literatura, la cual está dividida entre los distintos tipos de variables (sociodemográficos e ideológicos), y donde se presentan las hipótesis de este trabajo. Además, también se introduce un experimento de *framing*. La tercera es la metodología que se utilizó para llevar a cabo esta investigación. La cuarta los resultados empíricos y la quinta, y última, las conclusiones y recomendaciones para el futuro.

4. El ascenso de China, su relación con Argentina y por qué la opinión pública al respecto importa

El ascenso de China como potencia mundial es sin dudas uno de los fenómenos que más ha impactado al sistema internacional en las últimas décadas (Durruti, 201; Zhu, 2018; Zhang, Lei, Ji y Kutan, 2019; Mitchell, 2020). Desde la asunción de Deng Xiaoping, en 1979, comenzó en China una era de apertura, dotada de reformas de mercado y aceleración económica, con el afán de sufragar con Occidente. Brevemente, su fuerte economía se debe a que se ha centrado en las exportaciones y, en los últimos años, ha invertido arduamente en el crecimiento interno, la producción y el consumo. A partir del ingreso de China a la Organización Mundial del Comercio, en 2001, ha dejado claro que su estrategia de crecimiento está impulsada por el intercambio comercial.

Por su parte, la llegada a la presidencia de Xi Jinping, en 2013, trajo consigo tres grandes proyectos que reflejan las estrategias geo-económicas chinas: la iniciativa de la Ruta y la Seda, en 2013; el Banco Asiático de Inversión en Infraestructura, en 2014; y “*Made in China 2025*”, en 2015. La iniciativa de la Ruta y la Seda, vista por el gobierno chino como la joya de la corona, tiene la intención de conectar todo el globo en una sola y gran ruta comercial, algo que sin dudas está logrando, pero no sin recibir críticas. En América Latina, exclusivamente en proyectos de infraestructura, como lo son puentes, puertos, estaciones y equipamientos espaciales y carreteras, la región ha recibido US\$63.4 mil millones entre 2005 y 2017 por parte de China (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2018). Es más, el presidente chino se propuso invertir 500.000 millones de dólares en comercio y 250.000 millones de dólares en inversión directa entre 2015 y 2019 en la región de Latinoamérica y el Caribe, lo que denota su determinación en que en los años próximos pase a ser el principal proveedor de capital del mundo (Dollar, 2017; Serrichio, 2021). Si bien esas cifras no pudieron ser alcanzadas y los préstamos e inversiones se redujeron, su influencia en la región sigue en alza, mediante la dependencia mutua a través de la compra de bienes primarios a cambio del apoyo en organizaciones internacionales y de la participación en la política “*One China*” (Walter, 2021). Es decir, para China la inversión acarrea beneficios políticos. Al día de la fecha, son 19 los países latinoamericanos que forman parte de la *Belt and Road Initiative*, la cual incluye un colosal puerto en Perú y una ferrovía que conecta la costa atlántica con la pacífica (Nugent y Campbell, 2021). Además, con la pandemia causada por el Covid-19, el gobierno chino supo aprovechar la situación para seguir incrementando su presencia en la región (Pierri, 2020).

Volviendo un poco en el tiempo, y adentrándonos en la Argentina, Nacht (2012) explica que ante “la quiebra del modelo de convertibilidad y con la salida hacia una política de dólar alto de flotación, administrada por parte del Banco Central de la República Argentina (BCRA), se regresó a los saldos positivos de la balanza comercial con China” (p.108). Es decir, que con la devaluación que se impuso en 2002 para hacer los productos argentinos más competitivos, se logró revertir el déficit sistémico en la balanza comercial, gracias a Beijing, quien también apoyó a nuestro país en las negociaciones con el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. El gigante asiático ha constituido el papel de un enorme socio comercial para las exportaciones argentinas del complejo sojero que le permitieron salir de la recesión, siendo esto una de las principales fuentes de financiación (Oviedo, 2015). En paralelo, el mercado interno fue inundado por productos provenientes de China, al mismo tiempo que se convirtió en el principal proveedor de glifosato, utilizado para el cultivo de soja (Nacht, 2012).¹

¹ Parte de este párrafo y los sucesivos fueron extraídos del trabajo final de Política Exterior Argentina, materia cursada en el semestre de Primavera de 2020 y a cargo de Francisco Corigliano.

Entonces, se hace evidente que desde el 2002/2003 hasta 2008/2009 Pekín fue un gran mercado de colocación e importante comprador de soja y sus derivados para nuestro país. Gracias al nuevo modelo de acumulación y la devaluación que había sufrido el peso argentino, el complejo sojero se había vuelto el motor de la economía, siendo en 2007 casi el 25% del total de las exportaciones (Nacht, 2012). Con la crisis financiera mundial del 2008, además de ser un buen socio comercial, pasó a tener el rol de proveedor de liquidez financiera para el BCRA a partir de los acuerdos SWAP, los cuales garantizaban la provisión de yuanes convertibles a dólares a través de acuerdos de intercambio de moneda (Corigliano, 2011; Escudé, 2011). El primero tuvo lugar en abril de 2009 y, ante el fallido acercamiento a los organismos financieros de los países occidentales desarrollados y la negativa de Estados Unidos por tomar el caso de litigio con los *holdouts*, se negoció un segundo acuerdo en julio de 2014, el cual “le permitió al gobierno de Cristina Kirchner robustecer las reservas internacionales y garantizar divisas para afrontar las necesidades de su último año de gestión” (Actis, Busso, Calderón y Zelicovich, 2017, p. 57). Este último fue renovado en julio de 2017 y en julio de 2020 volvió a serlo, por u\$s18.500 millones (Drincovich, 2020). Además, según la UN Comtrade Database (s.f.), tan solo en 2020, las exportaciones argentinas a China alcanzaron los US\$5.240 millones y las exportaciones de China a Argentina fueron de US\$7.090 millones. De este modo, si bien el ascenso de China no ha sido bienvenido por todos, aún menos en occidente, es innegable que ha contribuido al desarrollo de la región, y, por sobre todo, al crecimiento de Argentina.

Como ya se ha mencionado, el ascenso de China no se ha dado sin generar críticas. Por un lado, occidente no ha recibido al gigante asiático con los brazos abiertos, ya que considera que su proceder se da con deslealtad y poca transparencia y necesita aceptar las reglas de Estados Unidos y sus aliados, entre tanto. Así, se ha convertido a su vez en una amenaza para la seguridad. Y, si bien China quiere extenderse por el continente, sabe que entrometerse en el “patio trasero” de los Estados Unidos puede traer problemas, pero al mismo tiempo reconoce que necesita a los países de Latinoamérica para la provisión de materias primas (Escudé, 2011).

En paralelo, la construcción de infraestructura de alta gama, la extensión de tecnología de vanguardia y el aumento de inversiones permite que los países latinoamericanos puedan acortar moderadamente la brecha que los separa con los países más desarrollados. Pero, por otro lado, la presencia de China no solo demuestra la influencia geopolítica y estratégica que aspira tener en la región, sino que también deja al descubierto el complejo sistema de endeudamiento con el que lidian los países receptores. De esta forma, los países considerados benefactores de la ayuda económica china, en su mayoría subdesarrollados o en vías de desarrollo, comienzan a sentir cómo las decisiones en política doméstica quedan sujetas a los intereses del gobierno chino bajo la promesa de que este esquema los ayudará a abrirse económicamente y desarrollarse. Por su

parte, por más que desde un inicio China ha tenido un rol positivo en nuestro país, al asistir en el alza del precio de las *commodities* y negociar con corporaciones transnacionales de la agroindustria, también trajo consigo aspectos negativos. Argentina no solo se ha hecho dependiente del gobierno chino, sino que, por encima de esto, la relación es considerablemente asimétrica y deficitaria (Escudé, 2011).

Al día de la fecha, China es el segundo país que más recibe exportaciones argentinas, después de Brasil. En 2020, China representó el 10% de las ventas externas de Argentina, habiendo exportado US\$5394 millones al gigante asiático y, ese mismo año, las importaciones chinas fueron de US\$1,13 billones. Entre los principales productos se encuentran: los porotos de soja (US\$3013 millones), carne bovina congelada (US\$2006 millones) y camarones y langostinos congelados (US\$264 millones) (Lewkowicz, 2021). Son 783 las empresas argentinas que estaban siendo proveedores de China. De todos modos, en este último tiempo, la industria que más ha cobrado dinamismo es la de carne vacuna: en el último año fueron exportadas 462 mil toneladas de carne enfriada, congelada y procesada a Beijing. Asimismo, China también está en búsqueda activa de comenzar sus negocios en la industria porcina, en la que las inversiones podrían alcanzar US\$3800 millones en los próximos cuatro años (Dinatale, 2021). De todos modos, el mercado chino no deja de ser de difícil acceso, habiendo sido posible para Argentina participar mayormente solo con *commodities*.

Desde el inicio del siglo, China ha invertido más de US\$25.000 millones y creado más de 20.000 puestos de trabajo. Adicionalmente, Xin Jinping y Alberto Fernández se encuentran elaborando un meticuloso plan a mediano plazo en el que una inversión de US\$30.000 millones se distribuiría en 15 proyectos de infraestructura, energía y transporte (Dinatale, 2021). Entre sus planes se encuentran la mejora de varias líneas de trenes, la apertura de una central nuclear, la construcción de plantas hidroeléctricas, de energía fotovoltaica y eólica, y el desarrollo de gasoductos.

Para sintetizar lo dicho hasta ahora, se podría decir que desde 2001, y en especial a partir del 2013, China ha demostrado tener una consolidada presencia en la región y esta se mantiene en subida. Pese a que, por ahora, los resultados han sido mayoritariamente positivos, se debe reconocer que el accionar chino tiene un trasfondo muy similar a la influencia que los Estados Unidos ejercieron en la región en los últimos años, donde se intenta mantener el control sobre las tierras, de modo que se puede ganar terreno en lo militar y en lo económico. En Argentina, Beijing está especialmente interesado en alimentos, energía y minerales. Sus inversiones han superado los US\$25.000 millones y hay tratativas para superar ese monto en inversiones en estos próximos años, favoreciendo así la modernización del país y la apertura de nuevos puestos de trabajo.

Debido a esto, resulta imperioso examinar y adelantarse a los escenarios futuros para poder hacerle frente a cualquier situación contraproducente para nuestro país. Como ya se ha mencionado, la dependencia es una gran posibilidad en este tipo de relaciones y, si es que sucede, la cooperación con países aliados, sobre todo de occidente, podría verse comprometida. La cooperación con China va en alza y de mantenerse esa tendencia nuestro país se encontraría ante una reorientación de sus relaciones exteriores sin precedentes. Por ello es sumamente importante conocer la opinión pública de argentinas y argentinos, ya que esto es un factor que afecta el desarrollo de la política exterior.

Ole Holsti (1992) fue quien refutó el “Consenso Almond-Lippmann” el cual consideraba a los ciudadanos y a la opinión pública como volátil, incoherente e incapaz de impactar en la política exterior. El autor logró demostrar que hay “una impresionante evidencia correlacional de que los cambios en las políticas [...] son predominantemente en la dirección favorecida por el público” (Holsti, 1992, p. 459). Además, demostró que todos los cambios en la opinión pública estaban precedidos por cambios en los ámbitos social, político y/o económico, lo que demuestra la racionalidad de los ciudadanos. Consiguientemente, Page y Shapiro (1992) han ampliado que la conexión entre opinión pública y política exterior también se hace evidente por cómo eventos internacionales moldean a las unidades nacionales.

El problema es que como los ciudadanos no tienen acceso a todos los ámbitos, siendo uno de estos la política exterior, y haciendo uso de los principios democráticos, estiman que el estado va a representar sus intereses y tomar las decisiones que mejor se adapten a los intereses de sus votantes, lo que consecuentemente será lo mejor para el país (Efimova y Strebkov, 2020; Cascante Segura y Pignataro, 2015). De este modo, es sumamente importante la opinión de los ciudadanos para dar forma a la política exterior (Efimova y Strebkov, 2020) y, como explica Moravcsik (1997), más que solamente tener en cuenta la opinión pública, el gobierno debe usarla como una brújula para guiar la política exterior.

Entonces, para concluir, esto denota que estudiar la opinión pública es un pilar fundamental para la creación de políticas públicas, ya que permite a los *policy makers* (sobre todo de los regímenes democráticos) medir la reacción del público a las ideas políticas, las soluciones políticas y la aplicación de las mismas (Prakash y Bernauer, 2020). En concordancia, descubrir cuál es la opinión de los argentinos sobre la relación que Argentina entable con China resulta relevante. Esto se debe, en gran parte, a que contar con este tipo de información sería de interés para cualquier gobierno o actor político, ya que la opinión pública tiene la capacidad de influir en la política exterior argentina. Y, en consecuencia, esto puede llevar a la continuación o a la redirección de la influencia china en nuestro país.

5. Revisión de la literatura

A lo largo de la literatura se puede observar que son numerosas las variables que resultan pertinentes analizar para entender cómo las personas perciben fenómenos internacionales. Como ya se ha mencionado, no hay una extensa literatura empírica sobre cómo la relación con China es percibida, pero distintos trabajos de opinión pública y política exterior pueden dar luz sobre qué determinantes son interesantes estudiar para comprender la opinión de los argentinos y las argentinas sobre la relación del país con el gigante asiático. Siendo la variable dependiente la percepción de los ciudadanos sobre la interacción entre Argentina y China, las variables independientes que identificó como las más relevantes son fundamentalmente de dos tipos: sociodemográficas (edad, género y sector laboral) e ideológicas (orientación política y opinión sobre el libre mercado, Estados Unidos y el cambio climático).

5.1. Variables sociodemográficas

En primera instancia, Cascante Segura y Pignataro (2015) se han propuesto estudiar la relación que hay entre opinión pública y política exterior en Costa Rica. Ellos han encontrado que las personas mayores, debido a sus vivencias, reconocen con más importancia a Nicaragua y a Estados Unidos y que las personas más jóvenes, al tanto del ascenso de los nuevos poderes, ponen especial foco en China. Más aún, Silver, Devlin y Huang (2019) han encontrado que la edad es un factor que afecta considerablemente la imagen que se tiene de China, siendo que quienes se encuentran entre los 18 y los 29 años de edad tienen una visión más positiva.

H1: los argentinos jóvenes tienen una mejor imagen sobre la relación con China que los mayores.

Una segunda variable demográfica que resulta enriquecedora para el debate es el género. Un aspecto interesante que se ha encontrado (Eichenberg, 2016) es que las mujeres tienden a apoyar menos el comercio liberalizado, en gran medida por su rechazo a los valores competitivos y sus mayores niveles de aislacionismo. Además, Schoen (2007) ha demostrado que los hombres se inclinan más por el internacionalismo cooperativo que las mujeres. Entonces, a pesar de no tener libre comercio con China, Argentina mantiene una relación de estrecha cooperación con Beijing y esto podría no ser bien visto por el género femenino. En paralelo, otra de las razones por la que las mujeres pueden no mantener una imagen positiva de China es porque históricamente ellas se han demostrado más interesadas en temas de derechos humanos (Reiter, 2014) y es sabido que esto no es algo central para el gigante asiático. Por encima de esto, las mujeres chinas son notablemente discriminadas y sus manifestaciones fuertemente reprimidas (China's Three-Child

Policy Puts More Pressure on Working Women, 2021; Westcott y Jiang, 2021; Tibetan women take out march in McLeodganj, 2021).

H2: las mujeres argentinas tienen una visión más negativa sobre la relación con China que los hombres.

La tercera variable de esta sección es el área de trabajo. Ardanaz, Murillo y Pinto (2013) han encontrado, en concordancia con estudios realizados en Estados Unidos, que quienes se desenvuelven en el sector manufacturero son menos propensos a apoyar la apertura económica que quienes trabajan en el sector de servicios, siendo la habilidad el predictor central de esta afirmación. Entonces, teniendo en cuenta estos descubrimientos, se esperaría que haya una correlación positiva entre trabajar en el sector de servicios y opinar favorablemente sobre China, ya que, formar parte del área de servicios correlaciona con apoyar la apertura económica y, como se verá en la brevedad, apoyar el libre mercado correlaciona positivamente con tener una imagen positiva de China. En otras palabras, aquellos sectores que se ven más beneficiados de las relaciones comerciales con China (más allá de que estas no sean de libre comercio) verán con mejores ojos la relación con el país. Asimismo, en nuestro país, es sabido que China ha contribuido de manera positiva en el sector agropecuario, por lo que hacer una diferencia entre sector productor industrial y sector productor agropecuario es necesario.

H3a: quienes se desenvuelven en el entorno de los servicios tienen una imagen más positiva de la relación con China en comparación a los que se desenvuelven en el área de producción industrial.

H3b: quienes se desenvuelven en la industria agropecuaria tienen una imagen más positiva de la relación con China en comparación a quienes se desarrollan en el área de servicios.

5.2. Variables ideológicas

Pasando ahora a variables de distinta índole, un elemento que ha sido discutido numerosas veces por académicos es la ideología política y, más bien, la polarización política. En primera instancia Minke Contreras (2020) ha notado que “una ideología de apropiación política ha demostrado ser una variable explicativa principal en la construcción de los intereses nacionales” (p. 11). Esto es concordante con los hallazgos de Rabbia, Sader y Cagnasso (2020) sobre el hecho de que distintas ideologías políticas perciben la configuración del mundo de manera diferente, lo que resulta en una polarización notable sobre el desarrollo de la política exterior. Así, quienes se consideran más bien liberales, tendrán una mejor visión de Estados Unidos y, consiguientemente, una peor imagen de China.

H4: quienes se auto-perciban de derecha/izquierda tienen una visión más negativa/positiva de la relación con China.

En sintonía con lo anterior, otra variable de interés es la opinión que se tiene sobre el libre mercado. Silver, Devlin y Huang (2019), en un estudio del Pew Research Center sobre el apoyo del crecimiento económico chino en los mercados emergentes, han encontrado que “en general, [...] las opiniones favorables de China tienen una fuerte asociación tanto con orientaciones generalmente positivas hacia el comercio económico global como con evaluaciones más específicas del papel económico de China en el mundo”.

H5: quienes consideren el libre mercado como algo favorable para el desarrollo de un país, tienen una mejor imagen de la relación con China

Otra variable útil de ver es el americanismo y, su contracara, el antiamericanismo. Por un lado, Tickner, Cepedal y Bernal (2015) han visto que, en general, los latinoamericanos tienen una percepción favorable de Estados Unidos, la cual se basa, en gran parte, en las potenciales ganancias que puede traer consigo tener una buena relación con el gigante americano. Y, considerando que “históricamente, las representaciones negativas de los chinos fueron comunes en Occidente” (Armony, 2015, p. 132), se esperaría que quienes tengan una opinión muy favorable de Estados Unidos tengan una no tan positiva visión sobre China. Por el contrario, Merke y Pauselli (2013) han encontrado que en Latinoamérica hay variación entre países sobre este tema, pero no existe una tendencia tan fuerte de antiamericanismo como la marcada por los autores anteriores. Asimismo, en los países que sí lo hay, esta tendencia está marcada por factores geográficos, comerciales e ideológicos.

H6a: existe una relación inversamente proporcional entre tener una buena percepción de la relación con Estados Unidos y una buena visión sobre la relación con China (porque son potencias en competencia y no se puede preferir a ambas).

H6b: tener una buena percepción sobre la relación con Estados Unidos se correlaciona con tener una buena percepción sobre la relación con China (porque ambas son potencias y significa una aceptación de las potencias).

La séptima variable es la opinión sobre el cambio climático. Si bien China ha demostrado que tiene una agenda e interés por el cambio climático y los desafíos energéticos, la opinión pública alrededor del globo no ve estos esfuerzos, por lo que mantiene una percepción negativa sobre el papel chino en las negociaciones sobre medio ambiente (Gomez, 2013). Por otro lado, es de público conocimiento que desde el anuncio de las “granjas de chanchos” que se quieren implementar en nuestro país, lo inmersa que está China en la industria del *fast-fashion* y los altos niveles de emisión y contaminación que generan las fábricas chinas, centenares de grupos y

organizaciones que velan por el medio ambiente y el cambio climático, han salido a manifestarse en contra el gobierno de Xi Jinping (Premat, 2021; Bronstein, 2021).

H7: cuanta más importancia se le da al cambio climático, peor percepción de la relación con China.

5.3. Experimento de *framing*

Hoy en día, la concepción vigente y más esparcida dentro del cuerpo de la comunicación política es la del escepticismo (Scheufele y Tewksbury, 2007). A grandes rasgos, esta visión del impacto de los medios en los civiles establece que la prensa no necesariamente afecta de manera positiva o negativa a la población ya que “la [mera] cobertura de los medios no garantiza una respuesta política” (Rozell, 2003, p. 241). Pero, como explica Rozell (2003), lo que sí puede llevar a que un tema se instale en la población y ésta actúe y/u opine al respecto es el encuadre que se le da a la información. En otras palabras, el modo de presentar la información dota a la población de una forma particular de procesar lo que ven en los medios.

En concordancia con esto último, Lustig y Olego (2016) estudiaron la percepción general de los argentinos sobre la orientación de la política exterior hacia Brasil. Realizaron una encuesta para determinar la influencia de la información económica y política (*framing*) en la percepción de la política exterior –siendo que esto último fue su variable dependiente. El tratamiento de sus variables consistió en un modelo ordinal con distintas informaciones. Los autores también introdujeron la percepción como una covariable que se generó mediante un índice sumatorio de la preferencia por las acciones de Argentina hacia Brasil y la posición de Brasil en una tabla de preferencia de posibles países inversores. Asimismo, encontraron que el sesgo ideológico preconcebido es muy significativo y que la información solo los refuerza.

Con esto en mente, se procederá a conducir un experimento de *framing* sobre las relaciones de Argentina con China. Lustig y Olego (2016) han descubierto que en lo que respecta a la percepción de los argentinos sobre Brasil, las creencias previas son más fuertes que cualquier tipo de información introducida. E incluso ante información negativa, la opinión se mantiene – es decir, se descarta la información disonante. Si bien sus descubrimientos fueron contrarios a una de sus hipótesis, se mantendrán las dos inicialmente planteadas. Además, también han encontrado que “la relación entre opinión e información sociotrópica es una función monótona creciente/decreciente condicionada por preconcepciones positivas/negativas” (Lustig y Olego, 2016, p. 267). De este modo, se debería esperar que el modo en el que se presente la información no afecte la opinión que cada participante demuestre sobre China.

H8a: la relación entre opinión e información está condicionada por preconceptos (es decir, la relación entre opinión e información es una función monótona creciente/decreciente condicionada por preconceptos positivos/negativos).

H8b: el encuadre positivo genera una opinión positiva (es decir, la relación entre opinión e información es una función creciente monótona).

6. Metodología

El método utilizado en este trabajo fue una regresión realizada a partir de los datos de una encuesta creada en *Google Forms* y distribuida de manera online. La misma constó de tres secciones: preguntas sociodemográficas, ideológicas y un experimento de *framing*, por lo que se generó un modelo de regresión para cada parte. El tipo de encuadre al que fue sometido cada participante fue asignado aleatoriamente.

Para abordar la variable dependiente, que es la opinión sobre la relación de nuestro país con China, se preguntó: *En una escala del 1 al 7, en la que 1 es muy mala y 7 es muy buena, ¿cómo califica la actual relación entre Argentina y China?* En la encuesta, esta pregunta estuvo presente en la sección de preguntas ideológicas.

6.1. Variables sociodemográficas

En primer lugar, la edad fue tomada de forma continua. Debido a esto, si a mayor edad hay peor imagen de la relación con China, se debería obtener una beta negativa que indique el efecto negativo de ser un año más grande.

En segundo lugar, para determinar el género se dieron las opciones de: *Hombre, Mujer, Otro o Prefiero no decir*. Siendo que la hipótesis de este trabajo sólo se enfoca en cómo las mujeres perciben la relación con China, el tratamiento fue una *dummy* donde: Mujer = 1 y el resto (Hombre, Otro y Prefiero no decir) = 0.

En tercer lugar, para saber el sector en el que el encuestado trabaja se preguntó: *¿En qué sector trabaja? (1) Sector industrial, (2) Sector agropecuario, (3) Servicios, (4) Otro o (5) No corresponde*. En esta ocasión el tratamiento fue una *dummy* de categorías múltiples donde: Sector industrial = 1 y Sector agropecuario/Servicios = 0; Sector agropecuario = 1 y Sector industrial/Servicios = 0; y, Servicios = 1 y Sector industrial/Sector agropecuario = 0 (donde esta última es la omitida). Las otras dos respuestas fueron descartadas porque no aportan a la hipótesis planteada.

Adicionalmente, en esta sección también se preguntó por el lugar de residencia de los participantes, el nivel de estudio y el de ingreso, solo para obtener un entendimiento más extenso de los individuos que participaron de la encuesta y utilizarlas como variables de control.

6.2. Variables ideológicas

En cuarto lugar, para medir la ideología política se preguntó: *En una escala del 1 al 7, en la que 1 es izquierda y 7 es derecha, ¿dónde ubica su ideología política?*

En quinto lugar, para medir la opinión sobre el libre mercado se preguntó: *En una escala del 1 al 7, en la que 1 está muy en desacuerdo y 7 está muy de acuerdo, ¿qué opina de la siguiente frase: “La economía de libre mercado es el único sistema con el que un país puede llegar a ser desarrollado”?*

En sexto lugar, para medir la opinión sobre Estados Unidos se preguntó: *En una escala del 1 al 7, en la que 1 es muy mala y 7 es muy buena, ¿cómo califica la actual relación entre Argentina y Estados Unidos?*

En séptimo lugar, para medir la opinión sobre el cambio climático se preguntó: *En una escala del 1 al 7, en la que 1 es nada importante y 7 es muy importante, ¿cómo considera al cambio climático?*

Todas las respuestas concernientes a esta sección fueron medidas de manera lineal y consideradas continuas.

6.3. Experimento de *framing*

Por último, y adaptando el trabajo que realizaron Lustig y Olego (2016), para conducir el experimento de *framing* se hizo lo siguiente:

Primero, se introdujo de manera aleatoria una de las tres narrativas posibles sobre el impacto de China en nuestro país: una positiva, otra negativa y una neutra (que fue una combinación de las otras dos). La información fue la misma, y el único cambio resultó el modo en que fue presentada.

Beneficios de la relación con China: el impacto del gigante asiático en nuestro país



BUENOS AIRES - En la última década, las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas y el 90% se concentra en cuatro productos, lo que resulta en grandes oportunidades para hacer nuevos negocios. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual gracias a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual debido al intercambio de bienes relacionados con la inversión.

Imagen 1: Noticia con connotación positiva

Desafíos de la relación con China: el impacto del gigante asiático en nuestro país



BUENOS AIRES - En la última década las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas, pero el 90% se concentra en cuatro productos de escaso valor agregado. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual debido a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual como consecuencia del intercambio de bienes relacionados con la inversión.

Imagen 2: Noticia con connotación negativa

Ganadores y perdedores de la relación con China: el impacto del gigante asiático en nuestro país



BUENOS AIRES - En la última década las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas, pero el 90% se concentra en cuatro productos. Si bien algunos de estos son de escaso valor agregado, la situación evidencia que hay grandes oportunidades para seguir haciendo nuevos negocios. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual gracias a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual como consecuencia del intercambio de bienes relacionados con la inversión.

Imagen 3: Noticia con connotación neutra

A partir de la anterior se preguntó: *¿Qué percepción tiene sobre la relación económica entre Argentina y China?: (1) Es negativa para la economía argentina, (2) Es negativa para ciertos sectores de la economía argentina, (3) Afecta el desempeño de la economía argentina, (4) Es positiva para determinados sectores de la economía argentina, o (5) Es positiva para la economía*

argentina. Concordante con una de las hipótesis planteadas, se debería esperar que quienes hayan sido expuestos a la connotación positiva/negativa, mantengan una opinión más positiva/negativa de la relación económica del país con China.

Tercero, se preguntó: *Si algunas de las principales empresas públicas y privadas de Argentina estuvieran en manos de capitales extranjeros, siendo 1 el que más prefiere y 6 el que menos, le gustaría que estuvieran en manos de... ¿qué orden del 1 al 6? Estados Unidos, Inglaterra, Brasil, China, México y España.* Esto se hizo para determinar la posición de China en una preferencia trazada por posibles países inversores.

La última pregunta fue: *¿En qué medida el gobierno argentino debe abordar su relación con China? (1) Mucho más, (2) Algo más, (3) Mantenerla tal cual, (4) Hacerse a un lado o (5) Romper relaciones.* Esta sirvió para conocer la preferencia en las acciones del Estado argentino hacia China.

Estas preguntas fueron evaluadas mediante regresiones lineales.

7. Resultados empíricos

7.1. Consideraciones previas

La encuesta que permitió armar la base de datos fue distribuida desde el 04 de mayo de 2021 hasta el 18 de junio de 2021 por redes sociales, siendo estas: Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram y WhatsApp. De este modo, queda evidenciado que al momento de realizar el experimento Argentina se encontraba en el medio de la segunda ola de contagios COVID-19. Tuvo origen en diciembre de 2019 en la ciudad china de Wuhan. La situación fue reconocida como pandemia por la Organización Mundial de la Salud el 11 de marzo de 2020. Pocos días después, se decretó cuarentena estricta en nuestro país y la gran mayoría de las actividades tuvieron que adaptarse a una “nueva normalidad”. Esta información resulta relevante para entender el contexto en el que se encontraba el mundo a la hora de realizar la investigación: había mucha información sobre China y poca de esta era positiva. Esto pudo haber repercutido de manera negativa en la opinión de los participantes.

Como ya se ha comentado, el experimento fue realizado de manera *web-based* mediante *Google Forms*. Al ingresar al link distribuido se podían encontrar las instrucciones y objetivos del cuestionario. Además, se mostraban tres links, en orden aleatorio, y se invitaba al participante a seleccionar el primero para redirigirlo a la encuesta que le fue asignada. Todas contaban con tres secciones iguales, donde lo único que variaba era la noticia que le era presentada en la última sección, donde se encontraba el experimento de encuadre.

La “Sección 1” interpelaba sobre datos sociodemográficos - como lo son: la edad, el lugar de residencia, el género, el máximo nivel de estudio alcanzado, nivel de ingresos y sector laboral. Esto se hizo no solo por ser variables independientes del trabajo, sino también para obtener un mejor entendimiento de la muestra. La “Sección 2” preguntaba sobre aspectos ideológicos - ideología política, opinión sobre el libre mercado, percepción de la relación de Argentina con Estados Unidos y con China (siendo esta última la variable dependiente de este trabajo) y la importancia del cambio climático. La última parte, la “Sección 3”, constaba del experimento de *framing*, donde se presentaba una noticia (cuya connotación depende del tipo de tratamiento al que el o la participante haya estado expuesto), seguido por tres preguntas relacionadas con la situación planteada. Gracias a la aleatorización, la cantidad de respuestas en cada tratamiento fue similar.

Por último, cabe mencionar que estos experimentos pueden ser útiles mientras tienen validez interna, porque la validez externa está comprometida ya que los participantes no forman parte de una muestra representativa, sino de conveniencia, por lo que los hallazgos no serán posibles de generalizar. Esta aclaración sirve para matizar la validez externa del trabajo, porque la validez interna está lidiada por el análisis estadístico.

7.2. Descripción de la muestra

Contestaron la encuesta 1.042 personas, de las cuales 1035 dieron su conformidad para utilizar sus opiniones - sólo estas últimas fueron tenidas en cuenta. De los partícipes, 498 (48,11%) fueron hombres, 530 (51,20%) mujeres y 7 (0,67%) prefirieron no decirlo o se encontraban por fuera de la categorización binaria antes mencionada. La media de la edad fue de 38,70 y la mediana de 36. Con respecto al lugar de residencia, 705 (68,11%) se encontraban fuera del Área Metropolitana de Buenos Aires² (AMBA) y 330 (31,88%) dentro de ella. De los encuestados, 588 (56,81%) tuvieron educación universitaria o superior, y 447 (43,18%) no (en la Tabla 1 se puede ver especificado por cada nivel educativo). Con respecto al tratamiento que recibieron, 343 (33,14%) fueron sometidos al encuadre negativo, 343 (33,14%) al neutro y 349 (33,71%) al positivo.

En la Tabla 1 se puede observar la distribución de la edad, el lugar de residencia, el género, el máximo nivel educativo alcanzado, nivel de ingresos y sector laboral de manera general y también por cada grupo.

² Formada por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano de la Provincia de Buenos Aires (Gran Buenos Aires Zona Norte, Sur y Oeste).

	Total	Framing Positivo	Framing Negativo	Framing Neutro	
Observaciones	1035	349 (33,71%)	343 (33,14%)	343 (33,14%)	
Edad (promedio)	38,70	38,56	39,68	37,87	
Residencia	AMBA	330 (31,88%)	106 (30,37%)	109 (31,78%)	115 (33,53%)
	Fuera de AMBA	705 (68,11%)	243 (69,62%)	234 (68,22%)	228 (66,47%)
Género	Hombre	498 (48,11%)	165 (42,27%)	158 (46,06%)	175 (51,02%)
	Mujer	530 (51,20%)	182 (52,145)	183 (53,35%)	165 (48,10%)
	Otro/NC	7 (0,67%)	2 (0,57%)	2 (0,58%)	3 (0,87%)
Educación	Primario completo.	10 (0,96%)	5 (1,43%)	4 (1,16%)	1 (0,29%)
	Secundario incompleto.	7 (0,67%)	2 (0,57%)	4 (1,16%)	1 (0,29%)
	Secundario completo.	81 (7,82%)	19 (5,44%)	27 (7,87%)	35 (10,20%)
	Terciario incompleto.	29 (2,80%)	8 (2,29%)	11 (3,20%)	10 (2,91%)
	Terciario completo.	77 (7,43%)	23 (6,59%)	32 (9,32%)	22 (6,41%)
	Universitario incompleto.	243 (23,47%)	81 (23,20%)	82 (23,90%)	80 (23,32%)
	Universitario completo.	297 (28,69%)	99 (28,36%)	97 (28,27%)	102 (29,73%)
	Postuniversitario incompleto.	99 (9,56%)	45 (12,89%)	22 (6,41%)	32 (9,32%)
	Postuniversitario completo.	192 (18,55%)	67 (19,19%)	64 (18,65%)	61 (17,78%)
	Nivel de ingresos	No alcanzan y tengo grandes dificultades.	30 (2,89%)	10 (2,86%)	12 (3,49%)
No alcanzan y tengo algunas dificultades.		102 (9,85%)	27 (7,73%)	33 (9,62%)	43 (12,53%)
Alcanzan justo.		353 (34,10%)	124 (35,53%)	10 (2,91%)	121 (35,27%)
Alcanzan sin dificultades.		283 (27,34%)	93 (26,64%)	106 (30,90%)	84 (24,48%)
Alcanzan y puedo ahorrar.		267 (25,79%)	95 (27,22%)	84 (24,48%)	88 (25,65%)
Sector laboral	Sector industrial	37 (3,57%)	15 (4,29%)	10 (2,91%)	12 (3,49%)
	Sector agropecuario	41 (3,96%)	18 (5,15%)	13 (3,79%)	10 (2,91%)
	Servicios.	355 (34,29%)	112 (32,09%)	123 (35,86%)	120 (34,98%)
	Otro	461 (44,54%)	162 (46,41%)	150 (43,73%)	149 (43,44%)
	No corresponde	141 (13,62%)	42 (12,03%)	47 (13,70%)	52 (15,16%)

Tabla 1: descripción de la muestra

7.3. Variable dependiente: relación de Argentina con China

Como se puede observar, la mayoría de las respuestas sobre la percepción de la relación de Argentina con China estuvieron concentradas entre los 4 y 6 puntos, siendo que la media se encuentra en 4,8. Esto significa que es mayormente positiva. Además, el desvío estándar de las respuestas es de 1,22 y la varianza de 1,49.

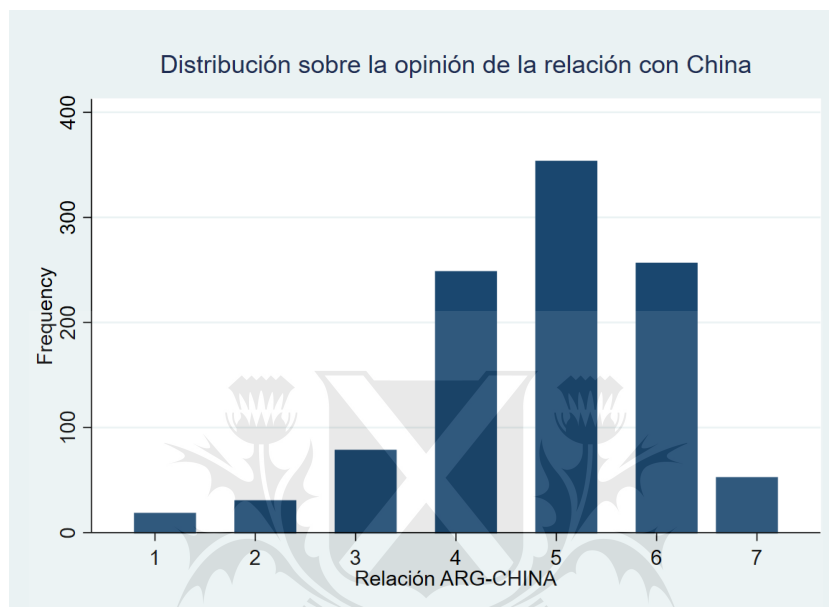


Gráfico 1: distribución de la opinión sobre la relación entre Argentina y China

variable	N	mean	sd	variance
relaciónar~a	1035	4.800966	1.22079	1.490328

Tabla 2: estadística descriptiva de la opinión sobre la relación entre Argentina y China

7.4. Variables sociodemográficas

Como se puede observar en la tabla de regresión (Tabla 3), ninguno de los resultados de las hipótesis sociodemográficas son estadísticamente significativos. Lo que evidencia que las H1 (*los argentinos jóvenes tienen una mejor imagen de China*) y H2 (*las mujeres argentinas tienen una visión más negativa sobre China que los hombres*) no se cumplen. Además, las H3a (*quienes se desenvuelven en el entorno de los servicios tienen una imagen más positiva de China en relación a los que se desenvuelven en el área de producción industrial*) y H3b (*quienes se desenvuelven en la industria agropecuaria tienen una imagen más positiva de la relación con China en comparación a quienes se desarrollan en el área de servicios*) tampoco se cumplen, pero su significatividad estadística no está muy lejos de alcanzar el nivel de $p > |t|$ de 0,10 y ambos parámetros son considerables (0,30 y 0,45 respectivamente). Entonces, por más de que estos

hallazgos no sean estadísticamente significativos, las diferencias entre los parámetros, si bien no son considerables, van en dirección a las hipótesis planteadas.

Linear regression		Number of obs	=	431
		F(6, 424)	=	1.05
		Prob > F	=	0.3933
		R-squared	=	0.0149
		Root MSE	=	1.2361

relaciónargchina	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
edad	.0047739	.0043318	1.10	0.271	-.0037405	.0132883
genero	.0050502	.122149	0.04	0.967	-.2350428	.2451433
educacion	-.0426753	.0363236	-1.17	0.241	-.1140722	.0287215
ingreso	-.0046288	.058414	-0.08	0.937	-.1194457	.1101882
sector						
Sector agropecuario	.4586839	.2836859	1.62	0.107	-.0989219	1.01629
Servicios	.3051296	.2113228	1.44	0.150	-.1102412	.7205004
_cons	4.536634	.4588559	9.89	0.000	3.634718	5.43855

Tabla 3: regresión de las variables sociodemográficas

7.5. Variables ideológicas

Para analizar las variables ideológicas, primero cabe demostrar los datos de manera descriptiva y los cruces con la variable dependiente. Como se puede observar, la ideología política de los participantes se encuentra concentrada entre los valores 3 y 5 – lo que significa que los participantes tienden al centro. El factor ideológico es un elemento que da forma a la visión que se tiene sobre un país, ya que depende de los principios políticos de cada persona y de cada país. Así, se tiende a tener una mejor visión sobre gobiernos que son coincidentes con la visión política de cada uno. Debido a esto, se esperaba que quienes se identifiquen más de izquierda (valores de entre 1 y 3) sean más simpatizantes de la relación con China.



Gráfico 2: distribución de la ideología política

Ideología política	Relación ARG-CHINA							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	1	2	13	13	6	6	42
2	1	1	10	22	43	40	3	120
3	1	6	10	46	81	65	14	223
4	5	7	15	74	85	59	12	257
5	3	8	16	58	70	47	6	208
6	3	3	16	24	37	24	5	112
7	4	4	9	11	24	15	6	73
Total	18	30	78	248	353	256	52	1,035

Tabla 4: distribución de la ideología política con respecto a la opinión de la relación entre Argentina y China

Con respecto a la opinión sobre el libre mercado, las respuestas estuvieron distribuidas de manera bastante equitativa, por lo tanto, no podemos hablar de la existencia de una correlación significativa. Este resultado contradice, en principio, lo que la literatura ha encontrado en otros trabajos (Silver, Devlin y Huang, 2019), esto es que existe una correlación entre tener una visión positiva de China y apoyar el libre mercado.

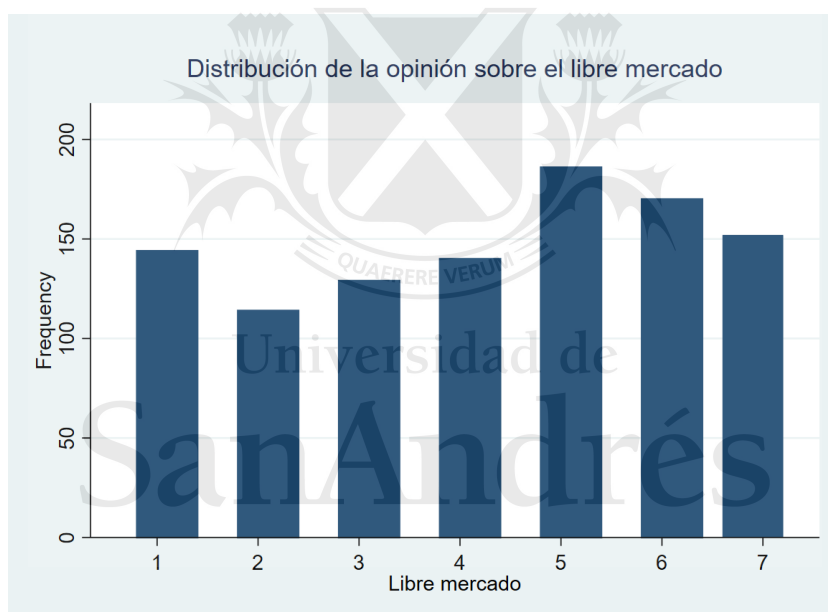


Gráfico 3: distribución de la opinión sobre el libre mercado

Libre mercado	Relación ARG-CHINA							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	0	5	30	51	47	10	144
2	1	4	7	21	40	30	11	114
3	0	4	12	29	57	23	4	129
4	5	5	8	44	34	38	6	140
5	5	5	18	41	72	44	1	186
6	3	10	10	50	49	42	6	170
7	3	2	18	33	50	32	14	152
Total	18	30	78	248	353	256	52	1,035

Tabla 5: distribución de la opinión sobre el libre mercado con respecto a la opinión de la relación entre Argentina y China

La percepción de la relación entre Argentina y Estados Unidos, al igual que sucedió a cerca de la relación con China, estuvo distribuida mayormente entre los 4 y 6 puntos. Esto no es un dato menor y será ampliado y discutido a la brevedad.

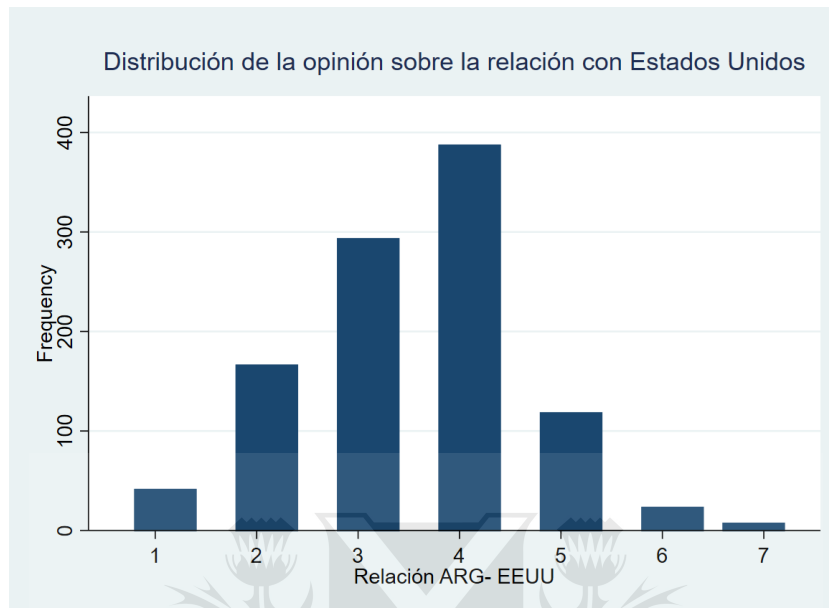


Gráfico 4: distribución de la opinión de relación entre Argentina y Estados Unidos

Relación ARG-EEUU	Relación ARG-CHINA							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	10	5	5	4	10	4	3	41
2	5	15	22	48	41	28	7	166
3	1	4	31	82	109	59	7	293
4	1	5	14	95	149	112	11	387
5	1	1	4	14	40	45	13	118
6	0	0	1	4	3	8	7	23
7	0	0	1	1	1	0	4	7
Total	18	30	78	248	353	256	52	1,035

Tabla 6: distribución de la opinión de relación entre Argentina y Estados Unidos con respecto a la opinión de la relación entre Argentina y China

Por último, el cambio climático fue considerado como un tema muy importante por la amplia mayoría de los participantes, ante la situación mundial actual y debido al aumento de la concientización sobre el medio en la última década, esto no resulta extraño. De todos modos, se esperaba que quienes creen que este es un tema importante, tengan una peor imagen de China debido a las prácticas que frecuenta y, también, por las que quiere introducir en nuestro país.

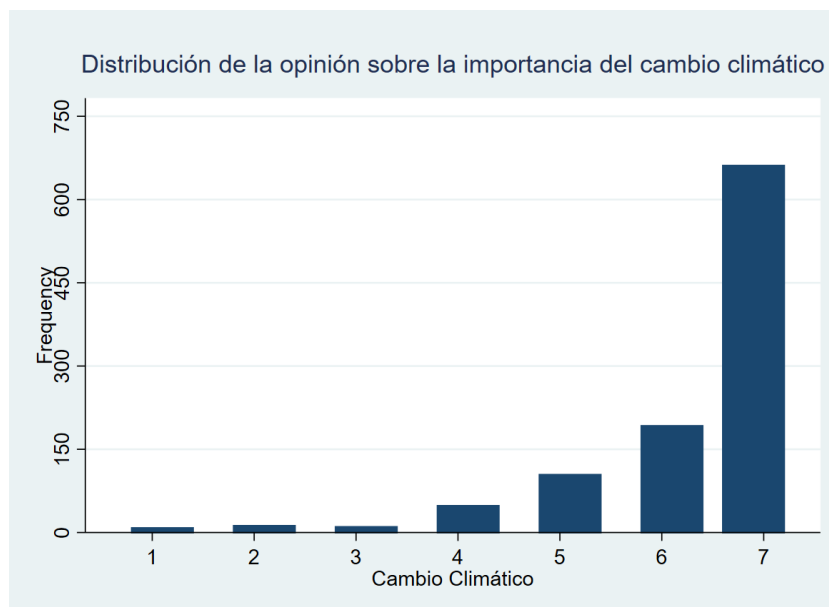


Gráfico 5: distribución de la opinión sobre el cambio climático

Cambio Climático	Relación ARG-CHINA							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	1	0	1	2	3	0	8
2	0	1	0	3	5	1	2	12
3	0	0	0	0	5	5	0	10
4	0	2	4	8	22	10	2	48
5	1	4	11	22	37	26	3	104
6	4	7	13	52	70	42	4	192
7	12	15	50	162	212	169	41	661
Total	18	30	78	248	353	256	52	1,035

Tabla 7: distribución de la opinión sobre el cambio climático con respecto a la opinión de la relación entre Argentina y China

Ahora bien, como se puede observar en la tabla de regresión (Tabla 8), casi ninguno de los resultados de las hipótesis ideológicas son estadísticamente significativos. Lo que resulta en que la H4 (*quienes se auto-perciban de derecha/izquierda tienen una visión más negativa/positiva de la relación con China*), H5 (*quienes consideren el libre mercado como algo favorable para el desarrollo de un país, tienen una mejor imagen de la relación con China*), H6a (*existe una relación inversamente proporcional entre tener una buena percepción de la relación con Estados Unidos y una buena visión sobre la relación con China*) y H7 (*cuanto más importancia se le dé al cambio climático, peor percepción de la relación con China*) no se cumplan. De todos modos, se puede observar que la opinión sobre la relación de Argentina con Estados Unidos se correlaciona positivamente con la opinión de la relación de nuestro país con China. Es decir que, con un nivel de significatividad estadística menor a 0,01 por cada punto que aumenta la percepción de la relación con Estados Unidos, aumenta 0,35 puntos la visión de la relación con China. Así, la hipótesis H6b (*tener una buena percepción sobre la relación con Estados Unidos*

se correlaciona con tener una buena percepción sobre la relación con China) si se cumple. Se observa, entonces, una relación positiva entre tener una buena imagen de la relación con Estados Unidos y tener una buena imagen de la relación con China, lo que ilustra también por qué la ideología política no arroja resultados robustos en esta investigación. Dicho de otra manera, si la ideología política importara, quienes tienen una imagen positiva de Estados Unidos se esperaría que tengan una imagen negativa de China, y viceversa. Si estos hallazgos son correctos, lo que estamos viendo es una mirada poco ideológica de la relación con China y potencialmente más pragmática.

Linear regression		Number of obs	=	1,035
		F(4, 1030)	=	22.54
		Prob > F	=	0.0000
		R-squared	=	0.1154
		Root MSE	=	1.1504

relaciónargchina	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
ideologíapolítica	-.053111	.0352592	-1.51	0.132	-.1222991	.0160771
libremercado	.0036949	.0246768	0.15	0.881	-.0447275	.0521174
relaciónargeeu	.3552784	.0406901	8.73	0.000	.2754334	.4351233
cambioclimático	.0136565	.0337524	0.40	0.686	-.0525748	.0798877
_cons	3.686803	.2893094	12.74	0.000	3.1191	4.254506

Tabla 8: regresión de las variables ideológicas

7.6. Experimento de *framing*

El experimento consistió en presentar información fue presentada en forma de noticia, con distinta connotación según el grupo en el que se encontraba el participante (negativo, positivo o neutro), para determinar a partir de esto si el encuadre afecta las respuestas de las personas. Este tipo de estética fue optada para poder retratar el aspecto periodístico/informativo del texto y moldear el título y el cuerpo al tipo de tratamiento necesario. De todos modos, el contenido y los datos compartidos fueron exactamente los mismos, lo único que cambió fue el uso de los conectores e introductores, para así poder plantear la información como positiva, negativa o neutra. El tema que se tocó fue el efecto de la relación con China en la economía y, debido a esto, se preguntó cómo se consideraba que la relación afectaba la economía argentina, cómo ordenaría una serie de países de 1 al 6 para que tengan en sus manos empresas argentinas y cómo debería continuar la relación entre ambos países.

En la Tabla 9 se puede observar la distribución de las respuestas de esta sección.

	Framing Positivo	Framing Negativo	Framing Neutro	
Observaciones	349 (33,71%)	343 (33,14%)	343 (33,14%)	
Relación económica	Es negativa para la economía argentina	11 (3,15%)	26 (7,58%)	19 (5,53%)
	Es negativa para ciertos sectores de la economía argentina	58 (16,61%)	84 (24,48%)	53 (15,45%)
	Afecta el desempeño de la economía argentina	48 (13,75%)	47 (13,70%)	40 (11,66%)
	Es positiva para ciertos sectores de la economía argentina	170 (48,71%)	145 (42,27%)	179 (52,18%)
	Es positiva para la economía argentina	62 (17,76%)	41 (11,95%)	62 (18,07%)
Orden otorgado a China	1º lugar	117 (33,52%)	115 (32,52%)	114 (33,23%)
	2º lugar	63 (18,05%)	58 (16,90%)	66 (19,24%)
	3º lugar	38 (10,88%)	42 (12,24%)	29 (8,45%)
	4º lugar	30 (8,59%)	31 (9,03%)	37 (10,78%)
	5º lugar	50 (14,32%)	51 (14,86%)	38 (11,07%)
	6º lugar	51 (14,61%)	46 (13,41%)	59 (17,20%)
Abordar la relación	Mucho más	66 (18,91%)	69 (20,11%)	86 (25,07%)
	Algo más	115 (32,95%)	130 (37,90%)	109 (31,77%)
	Mantenerla tal cual	112 (32,09%)	88 (25,65%)	89 (25,94%)
	Hacerse a un lado	52 (14,89%)	50 (14,57%)	53 (15,45%)
	Romper relaciones	4 (1,14%)	6 (1,74%)	6 (1,74%)

Tabla 9: descripción de la muestra según las respuestas del experimento

Por un lado, la H8a (*el encuadre positivo genera una opinión positiva*) no se cumple. Como se puede ver en la Tabla 10, hay una relación negativa y estadísticamente significativa entre haber sido expuesto al *framing* negativo y tener una mala visión de la relación económica entre China y Argentina. Es más, el coeficiente es casi 10 veces más grande que quienes fueron expuestos al encuadre positivo, pero este último dato no fue estadísticamente significativo.

Linear regression

Number of obs	=	1,035
F(2, 1032)	=	5.34
Prob > F	=	0.0049
R-squared	=	0.0102
Root MSE	=	1.2911

rel_eco	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
muestra_num						
Negativa	-.2944606	.0972042	-3.03	0.003	-.485201	-.1037203
Positiva	-.0361717	.097946	-0.37	0.712	-.2283677	.1560244
_cons	3.437318	.0674948	50.93	0.000	3.304875	3.569761

Tabla 10: regresión de la variable de encuadre

Por otro lado, también se puede observar que quienes fueron sometidos al encuadre negativo consideran en mayor medida que se debería disminuir la relación entre ambos países - con un parámetro de -0,16 y una significatividad estadística de $p > 0,08$.

Linear regression

Number of obs	=	1,035
F(2, 1032)	=	1.54
Prob > F	=	0.2153
R-squared	=	0.0031
Root MSE	=	1.2023

relacion	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
muestra_num						
Negativa	-.1632653	.093332	-1.75	0.081	-.3464075	.0198769
Positiva	-.0916154	.0907339	-1.01	0.313	-.2696594	.0864287
_cons	2.495627	.0660484	37.78	0.000	2.366022	2.625231

Tabla 11: regresión de la relación a abordar

En la Tabla 12 se puede apreciar la distribución que obtuvo cada respuesta.

Abordar relación	Muestra			Total
	Negativa	Neutra	Positiva	
Algo más	130	109	115	354
Hacerse a un lado	50	53	52	155
Mantenerla tal cual	88	89	112	289
Mucho más	69	86	66	221
Romper relaciones	6	6	4	16
Total	343	343	349	1,035

Tabla 12: datos descriptivos de la relación a abordar

Además, el *framing* al que se fue expuesto y el orden de preferencia que se le atribuyó a China, tampoco arrojó resultados estadísticamente significativos.

Linear regression

Number of obs	=	1,035
F(2, 1032)	=	0.84
Prob > F	=	0.4325
R-squared	=	0.0016
Root MSE	=	1.7175

ordenchina	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
muestra_num						
Negativa	.1020408	.1293023	0.79	0.430	-.1516846	.3557663
Positiva	-.0668215	.1312645	-0.51	0.611	-.3243973	.1907543
_cons	3.720117	.0911733	40.80	0.000	3.54121	3.899023

Tabla 13: regresión del orden de preferencia que se le da a China

Por último, para analizar los resultados del experimento de *framing*, era necesario conocer las percepciones de China previas a leer las noticias de los participantes. Para esto, se tomaron los valores de la variable *relaciónargchina* y se tomaron los valores 1-3 como mal preconcepto y 5-7 como buen preconcepto, tomando así el 4 como neutro. De este modo, se puede observar en la Tabla 13 que solo es estadísticamente significativo en los casos en los que personas con un mal preconcepto fueron sometidas a un encuadre negativo. Esto significa que el impacto del *framing* se intensifica en los casos en los que el participante contaba con un mal concepto de China desde el comienzo. De este modo, la H8b se cumple y los hallazgos de este trabajo no son iguales a los de Lustig y Olego (2016).

Linear regression

Number of obs	=	1,035
F(8, 1026)	=	3.80
Prob > F	=	0.0002
R-squared	=	0.0290
Root MSE	=	1.2825

rel_eco	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
muestra_num#relacion_china_buena						
Negativa#Mal preconcepto	-.604976	.2742345	-2.21	0.028	-1.143101	-.0668514
Negativa#Preconcepto neutro	-.3061254	.208471	-1.47	0.142	-.7152037	.1029529
Negativa#Buen preconcepto	-.0868232	.1644486	-0.53	0.598	-.4095171	.2358707
Neutra#Mal preconcepto	-.2898982	.2429603	-1.19	0.233	-.7666542	.1868577
Neutra#Buen preconcepto	.243656	.1638913	1.49	0.137	-.0779445	.5652565
Positiva#Mal preconcepto	-.0682444	.2405744	-0.28	0.777	-.5403184	.4038297
Positiva#Preconcepto neutro	-.2071627	.2128321	-0.97	0.331	-.6247985	.2104731
Positiva#Buen preconcepto	.2048227	.1661574	1.23	0.218	-.1212245	.5308699
_cons	3.329114	.1423943	23.38	0.000	3.049697	3.608531

Tabla 14: regresión de la variable de encuadre combinada con preconcepto

8. Conclusiones

La opinión pública es – o debería ser– uno de los determinantes de la política exterior y un elemento central de la gobernanza. Debido a esto, este trabajo buscó arrojar luz sobre cómo los

argentinos y las argentinas piensan la relación actual entre la Argentina y China. Bajo la pregunta de investigación sobre cuál es la percepción de la interacción entre ambos países, se realizó un modelo estadístico. Para esto, fueron formuladas 11 hipótesis –que incluían variables sociodemográficas (edad, género, nivel de educación, nivel de ingresos y sector laboral) e ideológicas (ideología política y opinión sobre el libre mercado, la relación de Argentina con Estados Unidos y el cambio climático)– que buscaban comprender cómo la sociedad entiende la relación con el gigante asiático. Además, se hizo un experimento de *framing*, realizado originalmente por Lustig y Olego (2016) acerca de Brasil, para determinar cómo el encuadre afecta las opiniones preconcebidas y si son más importantes las opiniones sociotrópicas o las individuales. Para esto se introdujeron otras dos hipótesis, planteadas por los autores mencionados anteriormente.

Para poder llevar a cabo esta investigación, se construyó una base de datos con los resultados obtenidos de una encuesta online construida en *Google Forms* y distribuida por distintas redes sociales. Consiguientemente, se pusieron a prueba las hipótesis por medio de modelos de regresión multivariada. Con esto se logró obtener el signo de la relación entre las variables y su significatividad estadística.

En líneas generales, se puede observar que fueron pocas las variables en las que se encontraron la suficiente significancia estadística como para refutar o aceptar las hipótesis – las razones de esto serán explicadas en la próxima sección. Lo que sí ha sido posible de explicar es que, ante el encuadre negativo, las respuestas se hicieron más negativas, algo que resulta contrario a los descubrimientos de Lustig y Olego (2016). Los autores observaron que, en el caso de Brasil, aunque el encuestado recibiera un encuadre negativo, su opinión sobre el país vecino no se alteraba, como si existiese un sesgo positivo para mirar a Brasil. Esto no parece haber ocurrido en el presente trabajo. La información negativa sobre China provocó que la percepción sobre el país se volviera más negativa.

Por otra parte, también se descubrió que quienes trabajan en el área de los servicios tienen mejor visión de la relación con china que quienes trabajan en el sector industrial; pero la imagen no es tan positiva como los que trabajan en la industria agropecuaria. Por último, también se logró observar que quienes aprueban la relación con Estados Unidos también aprueban la relación con China, con una significatividad estadística menor a 0,01. Así, por cada punto que aumenta la percepción de la relación con Estados Unidos, aumenta 0,35 puntos la visión de la relación con China. Además, la media de la respuesta de la relación de Argentina con China fue de 4,40 y con Estados Unidos de 3,45, significando que, en promedio, la visión del gigante asiático es 1,35 puntos más favorable que la que se tiene de su contraparte norteamericano.

8.1. Sesgos, limitaciones y pasos a seguir

Antes de dar por finalizado este trabajo, es necesario ilustrar algunas de las limitaciones con las que se ha cruzado este estudio, las cuales podrían ser la razón por la falta de significatividad estadística y, consiguientemente, abrir puerta a futuras investigaciones. En primer lugar, y como ya se ha explicado antes, la encuesta no es realmente representativa, es, más bien, de conveniencia. Esta fue preguntada a personas con dispositivos móviles y distribuida mayormente entre grupos de allegados/burbujas sociales mediante redes sociales. Además, el contexto en el que esta fue distribuida fue en el medio de una pandemia mundial en la que China fue visto, por considerablemente tiempo, el culpable de la situación. Esto sin dudas pudo haber afectado la percepción del gigante asiático.

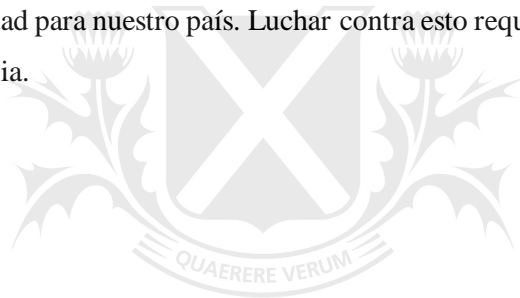
En segundo lugar, puede ser que el pragmatismo haya estado muy presente. Si bien China ha sido un mercado de inserción por excelencia y le ha permitido al país salir de la crisis económica más fuerte que ha tenido, puede ser que los argentinos y las argentinas no tengan una opinión marcada ni fuerte al respecto. Esto también se vería explicado por el hecho de que consideran la relación con Estados Unidos tan buena como con China. Por más que la heterogeneidad de la muestra hace que esta se vuelva más representativa y confiable, la falta de conocimiento o interés por el tema de muchos participantes pudo haber actuado como sesgo en las respuestas. Para lidiar con esto, en futuras investigaciones, sería prudente preguntar sobre el grado de conocimiento que el encuestado o la encuestada cree tener sobre el tema o intentar determinar el grado de pragmatismo que estos tienen. De todos modos, esto es concordante con los descubrimientos de Morgenstern y Bohigues (2021), siendo que los autores también han encontrado que China está por fuera de la grieta, ya que “atrae a la izquierda por sus posturas ideológicas y antiestadounidenses mientras que atrae a la derecha por su influencia en la economía” (p. 282).

En tercer lugar, muchos participantes se notaron disconformes con la arbitrariedad de las preguntas. Es decir, no se sentían cómodos contestando preguntas obligatoriamente u otorgando un valor en específico. Esto pudo haber causado una cantidad de *drop-outs* considerable, e incluso que muchos contesten en contra de sus verdaderos ideales con tal de pasar cierta pregunta. En este sentido, sería positivo que en futuras investigaciones se dé la oportunidad de explicar las respuestas de los encuestados. El haber dejado afuera este tipo de información, podría haber causado confusiones entre quienes se encontraban al borde de su clasificación.

En cuarto lugar, y con respecto al experimento de *framing*, puede ser que algunos de los participantes no hayan logrado notar el tipo de connotación que tenía cada noticia. Vivimos en un país en el que la prensa es conocida por ser muy determinista y fatalista, y puede ser que no se haya notado el tono con el que se expresaba. También, por lo antes mencionado, los medios de

noticias no son del todo confiables, y más al no mostrar el nombre de un diario – algo que no hubiese sido posible porque las noticias fueron construidas con información de distintas fuentes y presentadas de manera tal para que parezcan que aparecieron en un diario- la confianza pudo haber disminuido, y por eso no se le otorgó ningún valor a lo que decía. Para lidiar con esto, se podría intentar buscar una manera de hacer más explícito el trasfondo de cada apartado de información o incluso encontrar alguna manera de preguntar a los participantes sobre cuál creen ellos que es el juicio que la noticia tiene.

Para finalizar, es importante volver a mencionar la falta de literatura específica sobre opinión pública, China y nuestro país, que fue puesta en evidencia en reiteradas ocasiones. Las conclusiones que fueron planteadas fueron construidas a partir de trabajos de investigación de naturaleza distinta, y es por esto que lo extraído pudo no haber sido aplicable a nuestro país. Sin lugar a duda el presente trabajo de investigación es el primer paso en apoyo a la investigación con el objetivo de obtener nuevos conocimientos relacionados al tema planteado que considero de gran relevancia y actualidad para nuestro país. Luchar contra esto requiere que se siga apoyando la investigación y la ciencia.



Universidad de
San Andrés

9. Bibliografía

- Actis, E., Busso, A., Calderón, E., y Zelicovich, J. (2017). De la permisibilidad a la restricción: un análisis de la incidencia de los condicionantes sistémicos sobre la política exterior del kirchnerismo (2003-2015). *Cuadernos de Política Exterior Argentina (Nueva Época)*, 125, 48-70.
- Ardanaz, M., Murillo, M.V., y Pinto, P.M. (2013). Sensitivity to Issue Framing on Trade Policy Preferences: Evidence from a Survey Experiment. *International Organization*, 67, 411-437. doi:10.1017/S0020818313000076.
- Armony, A. C. (2015). Percepciones antichinas en las comunidades virtuales latinoamericanas. *Nueva sociedad*, (259), 129-142.
- Bronstein, H. (09 de julio de 2021). Argentine agricultural sector holds protest against export caps. *Reuters*. Recuperado el 23 de julio de 2021 de: <https://www.reuters.com/world/americas/argentine-agricultural-sector-holds-protest-against-export-caps-2021-07-09/>.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y paracmal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores. ISSN: 978-987-801-004-5.
- Cascante Segura, C.H. y Pignataro, A. (2015). Opinión pública y política exterior en Costa Rica: claves para el estudio de una relación olvidada. *Perspectivas Internacionales*, 11, 15-40. Recuperado el 09 de octubre de 2020 de: https://www.researchgate.net/publication/316148239_Opinion_publica_y_politica_exterior_en_Costa_Rica_claves_para_el_estudio_de_una_relacion_olvidada.
- China's Three-Child Policy Puts More Pressure on Working Women. (15 de julio de 2021). *Bloomberg*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-15/gender-discrimination-china-s-three-child-policy-hurts-working-women>.
- Corigliano, F. (2011). La política exterior del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner: una típica política peronista del siglo XXI. *Mural Internacional*, 2(1), 22-27.
- Dalto, V. (26 de julio de 2021). Argentinos llevan a las calles frustraciones económicas y reclamos políticos. *Swissinfo.ch*. Recuperado el 26 de julio de 2021 de: https://www.swissinfo.ch/spa/argentina-protestas--cr%C3%B3nica-_argentinos-llevan-a-las-calles-frustraciones-econ%C3%B3micas-y-reclamos-pol%C3%ADticos/46817498.

- De los Santos, G. (09 de julio de 2021). Una protesta multitudinaria, que desbordó las demandas del campo. *La Nación*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://www.lanacion.com.ar/politica/una-protesta-multitudinaria-que-desbordo-las-demandas-del-campo-nid09072021/>.
- Dinatale, M. (07 de febrero de 2021). Argentina y China apuran un plan de inversiones por U\$S 30.000 millones. *Cronista*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://www.cronista.com/economia-politica/argentina-y-china-apuran-un-plan-de-inversiones-por-us-30-000-millones/>.
- Dollar, D. (enero de 2017). China's Investment in Latin America. *Brookings*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://www.brookings.edu/research/chinas-investment-in-latin-america/>.
- Drincovich, S. (06 de agosto de 2020). ¿Será un "toma y daca" por el 5G?: China renueva el swap de monedas a la Argentina por u\$s18.500 millones. *iPropUP*. Recuperado el 20 de junio de 2021 de: <https://www.iproup.com/innovacion/15779-swap-con-china-que-puede-le-pedir-a-cambio-a-argentina>.
- Durruti, M. M. (2011). Visión del mundo exterior de las cuatro generaciones de líderes políticos de la República Popular China: Evolución histórica y conceptual. *Documentos CIDOB. Asia*, (27).
- Efimova, A. y Strebkov, D. (2020). Linking Public Opinion and Foreign Policy in Russia. *The International Spectator*. doi:10.1080/03932729.2019.1700040.
- Eichenberg, R. (2016, April 05). Public Opinion on Foreign Policy Issues. *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Recuperado el 26 de octubre de 2020, de: <https://oxfordre.com/politics/view/10.1093/acrefore/9780190228637.001.0001/acrefore-9780190228637-e-78>.
- Escudé, C. (2011). China y la inserción internacional de Argentina. *CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo*, 462. Recuperado el 19 de noviembre de 2021 de: <https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/462.pdf>.
- Galindo, J. (25 de julio de 2021). Miedo a efectos secundarios o polarización: las fuentes de las que beben los antivacunas en América Latina. *El País*. Recuperado el 26 de julio de 2021 de: <https://elpais.com/sociedad/2021-07-25/miedo-a-efectos-secundarios-o-polarizacion-las-fuentes-de-las-que-beben-los-antivacunas-en-america-latina.html>.

- Garriga, A.C., y Negri, J. (2020). Es (casi) siempre la economía: desempeño económico y realineamiento político en Argentina en 2019. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 40(2), 137-161. doi:10.4067/S0718-090X2020005000104.
- Gomez, V. (2013). International Public Opinion on China's Climate Change Policies. *Chinese Studies*. 02, 161-168. doi:10.4236/chnstd.2013.24027.
- González, C. (15 de julio de 2021). Polarización, medios y culpas: Argentina y el triste saldo de una pandemia que ya mató a más de 100.000 personas. *RT*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://actualidad.rt.com/opinion/cecilia-gonzalez/397901-argentina-triste-saldo-pandemia-muerte-personas>.
- Graells-Garrido, E., Baeza-Yates, R., y Lalmas, M. (abril de 2020). Representativeness of abortion legislation debate on twitter: A case study in argentina and chile. Companion Proceedings of the Web Conference 2020, pp. 765-774. doi: 10.1145/3366424.3383561.
- Holsti, O. R. (1992) Public Opinion and Foreign Policy: Challenges to the Almond-Lippmann Consensus. *International Studies Quarterly*, 36(4), 439–466. doi:0.2307/2600734.
- Kessler, G., Focás, B. y Feuerstein, E. (2020). Los divergentes en un escenario de polarización: un estudio exploratorio sobre los “no polarizados” en controversias sobre noticias de delitos en la televisión argentina. *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político*, 14(2), 311-340. doi:10.46468/rsaap.14.2.A3.
- Lewkowicz, J. (26 de julio de 2021). China, la gran oportunidad para las empresas argentinas. Página12. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://www.pagina12.com.ar/334251-china-la-gran-oportunidad-para-las-empresas-argentinas>.
- Lupu, N.; Ramírez Bustamante, M. V. y Zechmeister, E. J. (julio 2020). Social Media Disruption: Messaging Mistrust in Latin America. *Journal of Democracy*, 31(3), 160-171. doi:10.1353/jod.2020.0038.
- Lustig, C. y Olego, T. (2016). Public Opinion and Framing Effects of Argentine Foreign Policy Toward Brazil: Evidence from a Survey Experiment in Urban Centers in Argentina. *Contexto Internacional*, 38(1), 241-275. doi:10.1590/S0102-8529.2016380100007.
- Merke, F., y Pauselli, G. (2013). *Opinión pública, antiamericanismo y política exterior en América Latina*.
- Minke Contreras, J. (2020). Towards Development-Oriented Foreign Policy in Latin America: The Cases of Ecuador and Chile. *Bulletin of Latin American Research*. doi:10.1111/blar.13110.

- Mitchell, D. (23 de enero de 2020). Making or Breaking Regions: China's Belt Road Initiative and the Meaning for Regional Dynamics. *Geopolitics*, 24(2), 1–21. doi:10.1080/14650045.2020.1716738.
- Moravcsik, A. (1997). Taking Preferences Seriously: A Liberal Theory of International Politics, *International Organization*, 51(4), 513-553. doi:10.1162/002081897550447.
- Morgenstern, S. y Bohigues, A. (2021). Battling for the Hearts and Minds of Latin Americans: Covariance of Attitudes toward the United States and China. *Latin American Research Review*, 56(2), pp. 280–299. doi:10.25222/larr.656.
- Nacht, P. A. (2012) “China y Argentina: “Oportunidades y desafíos” o cristalización de una asociación dependiente”. *Relaciones Internacionales*, 20, 107-128. Recuperado el 18 de noviembre de 2020 de: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/677524/RI_20_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Nigro, P.M. (mayo 2021). La responsabilidad del periodismo en la polarización política de las audiencias de las redes sociales. *Más poder local*, (44), 34-53. ISSN: 2172-0223.
- Nugent, C. y Campbell, C. (04 de febrero de 2021). The U.S. and China Are Battling for Influence in Latin America, and the Pandemic Has Raised the Stakes. *Time*. Recuperado el 20 de junio de 2021 de: <https://time.com/5936037/us-china-latin-america-influence/>.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2018). *China's Belt and Road Initiative in the Global Trade, Investment and Finance Landscape*. Recuperado el 05 de diciembre de 2020 de: <https://www.oecd.org/finance/Chinas-Belt-and-Road-Initiative-in-the-global-trade-investment-and-finance-landscape.pdf>.
- Oviedo, E. D. (2015). Argentina y China: los actores del comercio sojero y el flujo migratorio. *Revista Nueva Sociedad*, 259.
- Page, I.B. y Shapiro, R.I. (1992). *The rational public: Fifty years of trends in Americans' policy preferences*. Chicago: University of Chicago Press. ISBN: 9780226644806.
- Pierri, H. (12 de octubre de 2020). La influencia creciente de China en Argentina. Una imperiosa necesidad de anticiparse estratégicamente. *Global Strategy*. Recuperado el 20 de julio de 2021 de: <https://global-strategy.org/la-influencia-creciente-de-china-en-argentina-una-imperiosa-necesidad-de-anticiparse-estrategicamente/>.
- Prakash, A. y Bernauer, T. (21 de octubre de 2020) Survey research in environmental politics: why it is important and what the challenges are. *Environmental Politics*, 29(7), 1127-1134. doi:10.1080/09644016.2020.1789337.

- Premat, S. (12 de abril de 2021). Protests against Chinese-funded hog farms in Chaco province. *AsiaNews.it*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <http://www.asianews.it/news-en/Protests-against-Chinese-funded-hog-farms-in-Chaco-province-52844.html>.
- Rabbia, H., Sader, M.C. y Cagnasso, M. (2020). ¿Dos miradas sobre la inserción argentina en el mundo? Opinión pública sobre política exterior, ideología política y contexto electoral. *STUDIA POLITICÆ*, 50, 77–110. doi:10.22529/sp.2020.50.04.
- Reiter, D. (2014). The Positivist Study of Gender and International Relations. *Journal of Conflict Resolution*, 59(7), 1301–1326. doi:10.1177/0022002714560351.
- Rozell, M., 2003. *Media Power, Media Politics*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2006). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. doi:10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x.
- Schoen, H. (2007). Personality Traits and Foreign Policy Attitudes in German Public Opinion. *Journal of Conflict Resolution*, 51(3), 408–430. doi:10.1177/0022002707300180.
- Schuliaquer, I. y Vommaro, G. (2020). Introducción: la polarización política, los medios y las redes: coordenadas de una agenda en construcción. *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político*, 14(2), 235-247. doi:10.46468/r AAP.14.2.I.
- Serrichio, S. (25 de julio de 2021). El Congreso de EEUU alertó sobre el ascenso de China como acreedor mundial y nombró a la Argentina entre los 6 países que defaultaron en los últimos dos años. *Infobae*. Recuperado el 26 de julio de 2021 de: <https://www.infobae.com/economia/2021/07/25/el-congreso-de-eeuu-alerto-sobre-el-ascenso-de-china-como-acreedor-mundial-y-nombro-a-argentina-entre-los-6-paises-que-defoltearon-en-los-ultimos-dos-anos/>.
- Silver, L.; Devlin, K. y Huang, C. (2019). China's Economic Growth Mostly Welcomed in Emerging Markets, but Neighbors Wary of Its Influence. *Pew Research Center*. Recuperado el 25 de noviembre de 2020 de: <https://www.pewresearch.org/global/2019/12/05/attitudes-toward-china-2019/>.
- Sutton, B. y Vacarezza, N.L. (Eds.). (2021). *Abortion and Democracy: Contentious Body Politics in Argentina, Chile, and Uruguay*. Routledge. doi:10.4324/9781003079903.
- Tibetan women take out march in McLeodganj (24 de julio de 2021). *The Tribune India*. Recuperado el 25 de julio de 2021 de: <https://www.tribuneindia.com/news/himachal/tibetan-women-take-out-march-in-mcleodganj-287454>.

- Tickner, A.B., Cepedal, C. y Bernal, J.L. (2015). Anti-americanismo, pro-americanismo y sentido común en América Latina. *Foro Internacional*, 55(3), 805-845. ISSN:0185-013X.
- UN Comtrade Database (sin fecha). Recuperado el 26 de julio de 2021 de: <https://comtrade.un.org/data/>.
- Waisbord, S. (2020). ¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital?: sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva. *Revista SAAP: Sociedad Argentina de Análisis Político*, 14(2), 249-279. doi:10.46468/rsaap.14.2.A.
- Walter, J.D. (03 de febrero de 2021). China reduce préstamos e inversiones, pero no su influencia en América Latina. *DW*. Recuperado el 24 de junio de 2021 de: <https://www.dw.com/es/china-reduce-pr%C3%A9stamos-e-inversiones-pero-no-su-influencia-en-am%C3%A9rica-latina/a-56446541>.
- Westcott, B. y Jiang, S. (09 de julio de 2021). China's LGBTQ community is fading from rainbow to gray. *CNN*. Recuperado el 21 de julio de 2021 de: <https://edition.cnn.com/2021/07/09/china/china-pride-month-lgbt-weibo-intl-mic-hnk/index.html>.
- Zhang, D., Lei, L., Ji, Q., & Kutan, A. M. (Junio 2019). Economic policy uncertainty in the US and China and their impact on the global markets. *Economic Modelling*, 79, 47-56. doi:10.1016/j.econmod.2018.09.028.
- Zhu, Z. (2018). Going Global 2.0: China's Growing Investment in the West and Its Impact. *Asian Perspective*, 42(2), 159-182. doi:10.1353/apr.2018.0007.

10. Anexos

Anexo 1: Encuesta

SECCIÓN 1

1. Edad:
2. Lugar de residencia:
 - a. Ciudad Autónoma de Buenos Aires
 - b. GBA - Zona Norte
 - c. GBA - Zona Sur
 - d. GBA - Zona Oeste
 - e. Resto de la Provincia de Buenos Aires
 - f. Catamarca
 - g. Chaco
 - h. Chubut
 - i. Córdoba
 - j. Corrientes
 - k. Entre Ríos
 - l. Formosa
 - m. Jujuy
 - n. La Pampa
 - o. La Rioja
 - p. Mendoza
 - q. Misiones
 - r. Neuquén
 - s. Río Negro
 - t. Salta
 - u. San Juan
 - v. San Luis
 - w. Santa Cruz
 - x. Santa Fe
 - y. Santiago del Estero
 - z. Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (4)
 - aa. Tucumán
 - bb. Exterior
3. Género:



Universidad de

San Andrés

- a. Hombre.
 - b. Mujer.
 - c. Otro.
 - d. Prefiero no decir.
4. Nivel de estudio alcanzado:
- a. Primario incompleto.
 - b. Primario completo.
 - c. Secundario incompleto.
 - d. Secundario completo.
 - e. Terciario incompleto.
 - f. Terciario completo.
 - g. Universitario incompleto.
 - h. Universitario completo.
 - i. Postuniversitario incompleto.
 - j. Postuniversitario completo.
5. ¿Cómo considera su nivel de ingresos?
- a. No alcanzan y tengo grandes dificultades.
 - b. No alcanzan y tengo algunas dificultades.
 - c. Alcanzan justo.
 - d. Alcanzan sin dificultades.
 - e. Alcanzan y puedo ahorrar.
6. ¿En qué sector trabaja?
- a. Sector industrial
 - b. Sector agropecuario
 - c. Servicios.
 - d. Otro.
 - e. No corresponde.

SECCIÓN 2

7. En una escala del 1 al 7, en la que 1 es izquierda y 7 es derecha, ¿dónde ubica su ideología política?
8. En una escala del 1 al 7, en la que 1 está muy en desacuerdo y 7 está muy de acuerdo, ¿qué opina de la siguiente frase: “La economía de libre mercado es el único sistema con el que un país puede llegar a ser desarrollado”?

9. En una escala del 1 al 7, en la que 1 es muy mala y 7 es muy buena, ¿cómo califica la actual relación entre Argentina y Estados Unidos?
10. En una escala del 1 al 7, en la que 1 es muy mala y 7 es muy buena, ¿cómo califica la actual relación entre Argentina y China?
11. En una escala del 1 al 7, en la que 1 es nada importante y 7 es muy importante, ¿cómo considera al cambio climático?

SECCIÓN 3

(En la parte superior de esta sección, se muestra solo una de las siguientes narrativas, en la forma de noticia, como se ha mostrado anteriormente)

[POSITIVA] Beneficios de la relación con China: ¿cómo comprender la presencia del gigante asiático en nuestro país?

BUENOS AIRES - En la última década, las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas y el 90% se concentra en cuatro productos, lo que resulta en un gran margen para hacer nuevos negocios. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual gracias a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual debido al intercambio de bienes relacionados con la inversión.

[NEGATIVA] Desafíos de la relación con China: ¿cómo comprender la presencia del gigante asiático en nuestro país?

BUENOS AIRES - En la última década las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas, pero el 90% se concentra en cuatro productos de relativo valor agregado. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual debido a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual como consecuencia del intercambio de bienes relacionados con la inversión.

[NEUTRA] Ganadores y perdedores de la relación con China: ¿cómo comprender la presencia del gigante asiático en nuestro país?

BUENOS AIRES - En la última década las exportaciones a Beijing crecieron del 4% al 10% en el total de las exportaciones argentinas, pero el 90% se concentra en cuatro productos. Si bien algunos de estos son de relativo valor agregado, la situación evidencia que hay margen para seguir haciendo nuevos negocios. Según datos del INDEC, en enero de este año las exportaciones

argentinas a China alcanzaron la suma de 287 millones de dólares, lo que significa la suba del 1,4% interanual gracias a la venta de productos primarios. Y, por su parte, las importaciones alcanzaron la suma de 871 millones de dólares, representando la suba del 16,1% interanual como consecuencia del intercambio de bienes relacionados con la inversión.

12. ¿Qué percepción tiene sobre la relación económica entre Argentina y China?:

- a. Es negativa para la economía argentina.
- b. Es negativa para ciertos sectores de la economía argentina.
- c. Afecta el desempeño de la economía argentina.
- d. Es positiva para determinados sectores de la economía argentina.
- e. Es positiva para la economía argentina.

13. Si algunas de las principales empresas públicas y privadas de Argentina estuvieran en manos de capitales extranjeros, le gustaría que estuvieran en manos de ... ¿Qué orden del 1 al 6?

- a. Estados Unidos.
- b. Inglaterra.
- c. Brasil.
- d. China.
- e. México.
- f. España.

14. ¿En qué medida el gobierno argentino debería abordar su relación con China?

- a. Mucho más.
- b. Algo más.
- c. Mantenerla constante.
- d. Hacerse a un lado.
- e. Romper relaciones.