



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**ESTRUCTURA MEDIÁTICA MUNDIAL. UNA APROXIMACIÓN AL
CASO DE CHINA**

Presentado por

Lucía Varela Monterroso

Dirigido por

Ramón Reig

Grado en Periodismo

Sevilla, 2020

ESTRUCTURA MEDIÁTICA MUNDIAL. UNA APROXIMACIÓN AL CASO DE CHINA

PREÁMBULO

1. Introducción y estructura de la investigación.....	Pág 4
1.1. Resumen.....	Pág 4
1.2. Antecedentes y estado actual.....	Pág 5
1.3. Hipótesis.....	Pág 7
1.4. Objetivos generales y específicos.....	Pág 8
1.5. Metodología.....	Pág 9

BLOQUE TEÓRICO

2. Base teórica de la estructura mediática.....	Pág 12
---	--------

ADAPTACIÓN PRÁCTICA

3. Transformación histórica de China.....	Pág 20
3.1. Evolución desde la China de Mao. Medidas económicas y aperturismo.....	Pág 20
3.2. Organización Estatal. El poder del Partido Comunista Chino.....	Pág 32
4. Estructura mediática China.....	Pág 40
4.1 Forma de organización de los medios de comunicación.....	Pág 40
4.2. Forma de control por parte del Estado.....	Pág 56
4.3. Financiación.....	Pág 66
5. Transformación del conglomerado mediático nacional CRTFG a China Media Group (<i>Voice of China</i>). Cataloguización y oferta comunicativa.....	Pág 72
5.1. Adaptación práctica de la teoría de la estructura de la información.....	Pág 72
5.2. Acercamiento al grupo mediático China Media Group.....	Pág 77
5.3. Televisión Central de China (CCTV).....	Pág 80
5.4. Radio Nacional China (CNR) y Radio Internacional China (CIR).....	Pág 90

6. CONCLUSIÓN.....	Pág 95
Relación de China con potencias emergentes extranjeras. Expansión de la influencia china en internet.	

7. BIBLIOGRAFÍA.....	Pág 101
----------------------	---------

Haciendo referencia a la nomenclatura utilizada en el proyecto, el texto incluye conceptos relevantes y nombres propios escritos en chino simplificado acompañados de su correspondiente transliteración pinyin.

La cursiva es de la autora de este TFG. Se ha utilizado para darle más énfasis al texto.

1. INTRODUCCIÓN Y ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. RESUMEN

El ser humano es un ser social, siendo la comunicación una parte intrínseca de su naturaleza. Para ello, las empresas de comunicación se han profesionalizado llegando a crear una gran red informativa y mediática por todo el mundo. La globalización e internet han cambiado exponencialmente la forma de comunicarse donde al alcance de un click se puede acceder a información traspasando fronteras. En este sentido, cobra importancia la superpotencia emergente China que en los últimos años se ha convertido en una pieza fundamental en este *tablero* informativo.

Este proyecto tiene como objetivo una aproximación a la investigación de la estructura mediática China y las características subyacentes de la misma. *La Gran Muralla China* es una metáfora que ayudará a entender la situación en la cual un gran muro se levanta para limitar el acceso informativo; se encarga de restringir los contenidos hacia el exterior y filtrar la información interna, para conservar el orden y el mantenimiento de las bases del Partido Comunista chino.

Para alcanzar este objetivo se establece un método de investigación cualitativo. Mediante el uso de técnicas de análisis e investigación se buscará demostrar el papel real que tiene el Estado chino en la comunicación.

PALABRAS CLAVE

China, estructura mediática, comunicación, medios de comunicación, control.

1.2. ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN CHINA

En 1949 Mao Zedong (毛泽东 Máo zédōng) funda la República Popular de China (中华人民共和国 Zhōnghuá rénmín gònghéguó) como principal dirigente del Partido Comunista Chino, PCCh (中国共产党 Zhōngguó gònghǎndǎng). Desde entonces, hasta la actualidad, el PCCh ha controlado todos los niveles del Estado, incluido la comunicación.

En 1958 se funda el medio de comunicación oficial del Estado llamado China Central Television, CCTV (中央电视台 Zhōngyāng diànshìtái) convirtiéndose a lo largo de sus años el canal más importante y más visto de China¹.

En 1978, tras la muerte de Mao Zedong, llega al poder Deng Xiaoping (邓小平 Dèngxiǎopíng) heredando un Estado en su mayoría pobre. Para paliar esta situación fomenta las conocidas como “cuatro modernizaciones”, buscando mejorar la situación de la agricultura, de la industria, de la defensa nacional y potenciar la ciencia y tecnología chinas. El pilar fundamental que sustenta estas cuatro modernizaciones fue la búsqueda de un protagonismo en el mercado a nivel mundial gracias a la modernización económica.

Sumado a estas cuatro modernizaciones impulsadas por Deng, el ámbito de la comunicación cobró un limitado aperturismo donde los *mass media*, caracterizados por una falta de transparencia y un férreo control estatal, pasaron a depender no tanto de la financiación pública, sino también de los contenidos publicitarios.

Este “menor control” experimentado tras el cambio de gobierno no alteró de forma sustancial la estructuración interna de la comunicación. Actualmente sigue funcional la existencia de un complicado entramado institucional encargado de controlar la información².

Con la llegada de Internet en 1995 China levanta una *muralla virtual* para limitar el acceso a determinados contenidos sensibles a los intereses del Estado.

En 2001 se funda el grupo mediático China Radio Film and Television Group (CRFTG) que aglutina las empresas que estaban administradas por a state Administration of Radio, Film

¹ Madrid Morales, D., Martínez, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.

² Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.

and Television que regula los medios audiovisuales. CRFTG está compuesto por China Central Television (CCTV), China National Radio (CNR), China Radio International (CRI), China Film Group Corporation y por último China Radio and Transmission Network Corporation Limited (China Broadcast Network).

Finalmente en el año 2018 el gobierno chino decide poner en marcha el "Plan de reforma institucional y de profundización del partido y del Estado" impulsado por Xi Jinping (习近平 Xi Jìnpíng) para reforzar el control del partido en los medios de comunicación. Para conseguir este fin se lleva a cabo una reestructuración de la estructura mediática china mediante la fusión de China Central Television (CCTV), China National Radio (CNR), China Radio International (CRI) formando así el China Media Group (中央广播电视总台 Zhōngyāng guǎngbò diànshì zǒng tái).

Las ansias de expansión no frenaron a este gigante, para conseguir mayor influencia a nivel mundial se lleva a cabo la traducción de los contenidos tanto informativos como de entretenimiento, de esta forma se consigue alcanzar un mayor número de audiencia a nivel global. En este punto cobra importancia las relaciones, no solo económicas sino también mediáticas, de China con dos continentes en vía de desarrollo tal y como son África y América Latina³.

Los medios de comunicación al estar bajo el mandato del propio Estado se han convertido en una forma de extensión de propaganda institucional y de entretenimiento a la población donde las críticas al PCCh, y por lo tanto al gobierno del país, son cada vez más limitadas.

³ Madrid Morales, D., Martínez, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.

1.3. HIPÓTESIS

El gobierno chino adquiere un papel fundamental referente a la información ofrecida por los medios de comunicación debido a que realiza un control férreo sobre esta tanto a nivel estatal como a la hora de filtrar, en ambas direcciones, los contenidos informativos del exterior.

Este país asiático busca convertirse en un actor principal en el mundo actual, no solo a nivel económico sino también a nivel comunicativo. Para esto, ha desarrollado sus contenidos informativos dependiendo de la zona donde vayan a ser emitidos. La traducción del chino mandarín, lengua oficial del país, en referencia a de diversos contenidos y la creación de medios de comunicación en otros países son una clara señal de la intención de China de llegar a todas las partes del mundo.

La llegada de internet ha supuesto un punto de inflexión en China donde la *muralla* empieza a resquebrajarse debido a la influencia continua de contenidos exteriores. Para no afectar a la imagen que tiene la propia población sobre el país, el gobierno ha llevado a cabo una red interna donde la población solo tiene acceso por esa vía. De esta forma se limita el acceso exterior, pero cada vez son más las personas que buscan eliminar el yugo informacional de China y buscan vías para *saltar la muralla*.

Se pretende conocer, de forma aproximativa, el entramado institucional que regula la comunicación en China, el grupo mediático estatal por excelencia tal y como es China Radio, Film and Television Group (CRFTG) y las razones que motivaron al gobierno a crear China Media Group aglutinando en este conglomerado tanto la televisión como la radio nacional e internacional pertenecientes a la figura estatal.

La anterior hipótesis encierra una serie de objetivos generales y específicos que serán mencionados a continuación.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1.OBJETIVOS GENERALES

- Conocer los principales conceptos de estructura mediática y aplicarlos al tema en cuestión.
- Definir la estructura mediática China.
- Analizar el nivel de influencia del Estado chino en la comunicación.

1.4.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la influencia del Estado en la estructura mediática China así como el entramado institucional de control de la información.
- Investigar la procedencia de la financiación de los medios de comunicación chinos.
- Analizar el grupo mediático CRFTG.
- Conocer las razones de la creación de China Media Group en 2018.
- Relacionar la influencia de China en torno a la comunicación a nivel mundial.

1.5. METODOLOGÍA

Para entender en profundidad las encrucijadas que supone el estudio de la estructura mediática china es necesario elaborar un análisis partiendo de la diacronía de las misma. Esto hace referencia a que para llevar a cabo de forma entendible este objetivo es necesario poseer una aproximación de China, no solo a nivel comunicativo sino también a nivel global, donde cobra importancia el contexto político-institucional, social, económico, y tecnológicos que componen lo que es el país y todas sus relaciones e influencia alrededor del mundo.

Una visión estática limitaría el acceso a la estructura sustancial de la misma ya que depende de múltiples factores externos.

Mediante la elaboración de un trabajo de investigación, tal y como es este, se buscará alcanzar la reafirmación o la rectificación de los objetivos propuestos anteriormente. Para ello se debe establecer el enfoque conceptual más adecuado para afrontar esta indagación de forma eficaz. La metodología de investigación que se llevará a cabo parte del análisis del contenido desde un punto de vista descriptivo, de esta forma permitirá un estudio, lo más pormenorizado posible, de la estructura mediática del país.

Es importante remarcar una serie de características de la investigación cualitativa que influyen en gran medida en la forma de elaboración del proyecto. Para recabar toda la información posible acerca de este tema se llevará a cabo una «subjetividad disciplinada» la cual busca que los datos filtrados para su correspondiente estudio no sean del todo subjetivos. Además se centrará especial atención en las normativas que regulan los medios de comunicación chinos y el nivel de cooperación por parte de empresas extranjeras en el mercado de la información.

Haciendo referencia a la dimensión cronológica del proyecto se llevará a cabo un análisis histórico descriptivo; es necesario conocer los acontecimientos más importantes, tanto de China como de su gobierno, para poder describir de forma completa la actualidad de la estructura mediática china.

Atendiendo al proceso cualitativo de este trabajo de investigación se utilizarán las siguientes técnicas como punto de partida.

En primer lugar se partirá de una metodología de análisis de contenido. Este busca analizar la forma de organización mediática china y conocer cómo se lleva a cabo el control de comunicación por parte del Estado. Para ello se procederá a la lectura de informes y proyectos por parte de historiadores, politólogos y economistas especializados tanto en la estructura mediática china como en la forma de organización del país y por ende del conjunto social. De esta manera se conseguirá una perspectiva global sobre el tema a tratar. La lectura y el análisis de las normativas que regulan los medios de comunicación chinos y la ley de derechos de propiedad permitirá conocer la influencia de potencias extranjeras en el mercado chino. De esta manera se buscará dar a conocer el estado actual de la estructura mediática china, teniendo en cuenta su influencia a lo largo del tiempo.

Es importante destacar la ausencia general de trabajos que analicen en profundidad y no un análisis somero de la estructura mediática.

Tras conocer en profundidad la forma de organización de los medios de comunicación y las administraciones estatales que los controlan, se centrará especial atención en el grupo mediático estatal CRFTG formado hasta 2018 por los subgrupos China Central Television (CCTV), China National Radio, China Radio International, China Film Group Corporation y China Radio and Television Transmission Network Corporation Limited (China Broadcast Network). En 2018 el gobierno chino llevó a cabo una reestructuración del grupo mediático gubernamental fundando Chinal Media Group formado por el la fusión de China Central Television (CCTV), China National Radio (CNR) y China Radio International (CRI).

Este análisis cualitativo buscará, además, analizar la influencia referente a la comunicación de este país asiático en relación con los diferentes países en los que emite sus contenidos. Para ello se analizarán diversos informes referentes a esta conexión.

En segundo lugar, mediante un análisis de contenido, se concretarán de los principales productos ofrecidos por el canal CCTV, CNR y CRI en el que se examinará cuál es la temática es predominante.

La ausencia de información verídica y de atribución directa a la fuente complica la investigación en este proyecto. El problema reside en que el gobierno chino no pone a libre disposición las normas y regulaciones que metodizan la actividad informativa. Normativas

importantes como son la regulación de los medios de comunicación o la ley de ciberseguridad no están disponibles de forma directa sino que es necesario acudir a terceros para conocer parte de estas normativas, nunca su totalidad.

Los proyectos que analizan este tipo de información están en su mayoría publicados al inglés como lengua internacional para la investigación. La recopilación de toda la información posible para ampliar el conocimiento ha sido fundamental donde la consulta a la bibliografía, más o menos especializada, y orientada al tema en práctica se ha convertido en un apoyo fundamental a la hora de investigar.

2. BASES TEÓRICAS DE LA ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN.

Para llevar a cabo una investigación que se acerque a la estructura mediática china de la forma más rigurosa posible y la relación de esta con el poder es necesario el conocimiento de determinados conceptos que influyen, en todo momento, tanto en el mensaje como en la distribución del mismo por parte de la estructura mediática china.

La estructura de la información encierra varios conceptos determinantes para entender la disposición de los sistemas de mediáticos actuales. Estos términos, los cuales serán explicados con exactitud a continuación, establecen cómo los medios de comunicación, con una relación íntima con el poder, han creado un discurso concreto para ser distribuido a la población de forma masiva.

Para entender de forma más liviana posible la existencia de determinadas noticias es necesario dotarlas de un contexto, un conocimiento de la naturaleza de la figura del Estado y del medio por el cual se transmite la información. El conocimiento diacrónico del sistema comunicativo chino permitirá entender la adaptación institucional a los nuevos contextos que se producen en la modernidad. Es crucial subrayar la importancia de la propia cultura, de la cual subyacen unos determinados valores, ideologías y la existencia de una serie de elementos de la estructura social, político y económico que influyen en gran medida a la hora de informar por parte de un medio de comunicación.

“No hay comprensión sin contexto, sin perspectiva histórica y sin enfoque sincrónico-interdisciplinario y aún así cuesta aprehender el significado profundo de lo que nos rodea desde la gran hasta la pequeña escala.”

(Mancinas Chávez, R. 2016: 10)

Para poder comprender el amplio marco de la estructura mediática es importante determinar en primer lugar el concepto de Estructura.

Partiendo de los conocimientos ofrecidos por el libro *Fundamentos Teóricos de la Estructura de la Información*, escrito por la profesora Rosalba Mancinas Chávez, se define la estructura de la siguiente manera:

“Conjunto de elementos solidarios entre sí, a un organismo cuyos componentes no son meros fragmentos independientes y arbitrariamente desintegrables, sino que poseen interdependencia entre ellos y con respecto a la totalidad. La estructura se compone, por tanto, de miembros más bien que de partes y constituye un todo y no una suma.”

(Mancinas Chávez, R. 2016: 14)

A partir de esta definición podemos establecer que el concepto de estructura hace referencia a una serie de elementos organizados e interconectados los cuales, mediante su unión, forman un conjunto de los mismos. Por lo tanto, cobra importancia destacar la existencia de posibilidad de variación partiendo del conocido como *efecto mariposa* que defiende que *“El aleteo de las alas de una mariposa se puede sentir al otro lado del mundo”*. Este proverbio chino hace referencia a un sistema no determinista en el que si se produce una discrepancia entre dos situaciones la variación inicial producirá un cambio en la otra situación. Es importante tener en cuenta que esta teoría hace referencia a un ámbito científico pero sirve para explicar de forma superficial la interrelación de los elementos que componen la estructura: si un elemento de la estructura sufre una determinada modificación provocará que los otros elementos que componen la estructura también sufran a su vez un determinado cambio. De esta forma se puede afirmar que la estructura es un sistema adherente, puesto que un cambio afecta al propio conjunto de estructura.

Partiendo de esta afirmación se determina que para entender una estructura es necesario el conocimiento global de la historia y de los elementos que interactúan en la misma.

“No se puede comprender los medios de prensa sin tener un conocimiento de la naturaleza del Estado, del sistema de partidos políticos, de las relaciones existentes entre intereses económicos y políticos, y el desarrollo de la sociedad civil, entre otros elementos de la estructura social.”

(Hallin, D., & Mancini, P. 2008: 7)

Considerando el concepto de estructura, deriva de forma lógica el enfoque estructuralista aplicado a la investigación científica a partir de la obra póstuma de Saussure *Curso de Lingüística General* en el que a grandes rasgos defiende que el propio lenguaje es un sistema

integrado por diversos elementos con los cuales se mantiene una relación de dependencia. Por lo tanto el estructuralismo no es un estudio cerrado sino que vincula diversos ámbitos tal y como pueden ser la economía o la cultura.

El estructuralismo se opone al pensamiento único, el cual será definido más adelante, debido a que defiende que la existencia de diversas corrientes influyen y se interrelacionan con los diferentes tipos de estructuras y por ende en nuestra forma de pensar como sociedad.

Teniendo en cuenta la naturaleza sistémica de la propia estructura es importante determinar que la existencia de diversas estructuras interconectadas conforman un sistema. De esta forma existe una relación directa entre estructura y sistema.

La definición del Diccionario de la Real Academia Española⁴ acerca del concepto de sistema determina dos acepciones: En primer lugar *“Conjunto de reglas o principios sobre una materia entrelazados entre sí”* en segundo lugar *“Conjunto de cosas que ordenadamente relacionadas entre sí contribuyen a determinado objeto.”*

Partiendo de esta definición, es posible llevar a cabo una serie de afirmaciones para explicar la relación entre los conceptos de estructura y sistema. En primer lugar, el sistema engloba a la estructura. En segundo lugar, existe una relación entrelazada entre los elementos que conforman el sistema, estando este compuesto e interrelacionado por la estructura y una serie de elementos que subyacen de la misma tal y como son estructuras políticas o sociales. En el caso de que uno de los elementos sufra algún cambio, debido a que se tiende al equilibrio, se producirá una alteración en otro de los elementos que componen la estructura.

Para entender de forma sencilla la atribución de sistema se pondrá el siguiente ejemplo:

En la actualidad vivimos en un sistema social, más concretamente en un sistema de mercado. Este a su vez está compuesto por diferentes estructuras tal y como pueden ser la política, militar, social y mediática.

A continuación, teniendo en mente todos los conceptos ya tratados es importante destacar la concepción de pensamiento único. Este hace referencia a la existencia de un pensamiento dominante en la sociedad global debido sobre todo a la autoridad de un determinado actor en

⁴ <https://dle.rae.es/sistema>. Acceso el 3 de marzo de 2020.

el sistema económico de mercado.

Para explicar la atribución de este concepto se pondrá el siguiente ejemplo relacionándolo de forma adyacente con el tema de investigación de este proyecto:

Partiendo de que vivimos en un sistema de mercado, existe una cultura dominante que es el capitalismo donde las sociedades empresariales que controlan la mayor cantidad de capital en el mundo afectan a todos los niveles de la sociedad. Por lo tanto, la idea de pensamiento único hace referencia a la ideología dominante y a la superestructura, en relación a la doctrina liberal. Esta corriente de pensamiento surge en Europa durante la Ilustración⁵ donde pone en manifiesto la libertad económica, opuesta a la intervención del Estado en la economía.

Actualmente podemos destacar como actor de pensamiento único a Estados Unidos, debido a que se ha consolidado como la primera potencia económica⁶ del planeta, esto supone que se ha instaurado un modelo dominante en la sociedad a nivel mundial produciendo a su vez una homogeneización de los mensajes ofrecidos por los medios de comunicación. Es importante recalcar la fuerza de China en este contexto debido a que gracias a su creciente poder como segunda superpotencia ha contrarrestado, en cierta medida, los efectos del pensamiento único y está comenzando a buscar una mayor presencia en la información mundial.

Los estudios llevados a cabo por Negrine y Papathanassopoulos, 1996; Swanson y Mancini, 1996; Blumer y Gurevitch, 2001, defienden en el libro *Sistemas Mediáticos Comparados* la siguiente concepción:

“¿Cuáles son las fuerzas que impulsan la homogeneización de los sistemas de medios de comunicación, o su convergencia hacia un modelo liberal? La mayoría de los análisis se centran en la americanización y la modernización, que a su vez están estrechamente relacionados con la globalización y la privatización.”

(Hallin, D., & Mancini, P. 2008. 231)

Los medios de comunicación actúan como un sistema por el cual se transmite una información a la población. La información puede tener diversos objetivos como por ejemplo entretener o informar, siguiendo los valores y creencias de la región en la que son emitidos.

⁵ A Penguin Random House Company. (2014). *El libro de la política* (3ª ed.). Madrid, España: Ediciones Akal.
⁶<https://datosmacro.expansion.com/pib> Acceso 3 de marzo de 2020.

Esta información, tras pasar por una serie de procesos periodísticos de composición y tratamiento, conforman un discurso. Este concepto está inmerso en nuestro día a día pero si intentamos dar una explicación superficial del mismo consistiría en la transmisión de noticias actuales que poseen una relativa importancia e interés en la sociedad a la que se le transmite. A la hora de comunicar está presente el propio acto comunicativo y además cobra importancia la relación y participación activa de los actores. Es decir, a la hora de comunicar adquiere un papel crucial el contexto y la cultura compartida entre emisor y receptor. Ante esta situación es importante determinar la posición de desigualdad del receptor debido a que no tiene un acceso directo a las fuentes principales que forman el mensaje.

“Este hecho le posibilita al emisor, si así lo desea, apropiarse de un proceso cognoscitivo concreto y “servirlo” al receptor según una intencionalidad concreta. Puede darse una verificación o un falseamiento más o menos pronunciado de los datos de referencia.”

(Mancinas-Chávez, R.2016: 29)

La información parte de la propia estructura. A su vez esta crea una estructura propia, la estructura de la información, formando un conjunto de relaciones articuladas entre los elementos informativos. Estos elementos a su vez se relacionan con diversos sectores tal y como puede ser el financiero, social o el político. Esta relación supone centrar la atención en la importancia que adquieren los medios de comunicación a la hora de informar. Para entender, de forma estructural, cómo un discurso se transmite de manera determinada a la sociedad es necesario conocer los entresijos de propiedad del mismo. Dependiendo del poder de un cierto grupo o sector influenciará más o menos a la hora de distribuir los discursos periodísticos.

Un concepto cobra importancia tras esta explicación y es el concepción de poder. A estas alturas cabe preguntarse ¿Quién determina qué noticias son las que se deben mostrar y cuáles no? ¿Qué relación existe entre poder y comunicación?

La respuesta a ellas no es absoluta ya que depende de la propia estructura mediática en la que se desarrolle el proceso de comunicación periodística. Es importante tener en cuenta la estrecha relación que tiene una noticia para influir en determinados aspectos de la sociedad.

Desde sus inicios, los medios de comunicación han estado estrechamente relacionados con el poder político siendo un altavoz de sus propios ideales.

“Estamos ante un doble fenómeno: la información se organiza, se estructura, para influir sobre la sociedad (influencia estructurante) con el objetivo de conseguir un fin concreto relacionado con la conservación y consolidación de lo instituido.”

(Mancinas-Chávez, R. 2016: 49-50)

Un mero acercamiento a los pilares que forman el concepto de poder ponen en manifiesto la complejidad del mismo. El concepto de poder ha interesado a muchos pensadores y filósofos a lo largo de la historia. En este apartado destacamos la idea de poder ofrecida por el general chino Sun Tzu en el siglo VI a.C. en su tratado *El arte de la guerra*.

“La autoridad es una exigencia natural de la sociedad, condición necesaria de su misma existencia, lo que la salva de la injusticia generalizada, de la ley del más fuerte y del caos.”

(Sun Tzu, 1999: 22).

Partiendo de este concepto se pone de manifiesto la atribución de poder y control. De esta forma se busca crear una cultura dominante que influye a la sociedad que la compone; es decir, las personas que tengan en sus manos el poder podrán llevar a cabo un monopolio del conocimiento influyendo e incluso legitimando un determinado discurso referente a un orden jerárquico. En este punto es importante resaltar el poder de influencia de los medios de comunicación al conjunto de una sociedad; el poder busca el influjo en el resto de la sociedad donde la colaboración con los medios de comunicación se hace más relevante para transmitir sus intereses a las personas que forman la realidad construida y por lo tanto la sociedad.

En este punto es importante destacar un término acuñado por el filósofo y lingüista Noam Chomsky de “consentimiento sin consentimiento” mencionado en el libro *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*, el cual defiende que para que el pueblo se someta a sus gobernantes es imprescindible controlar la opinión pública porque de otro modo se puede producir lo que se denomina “crisis de la democracia”.

Para que no se produzca una crisis de la democracia una minoría dominante dirige el sentido de la opinión pública. En este sentido cobra especial relevancia el control y la propaganda.

Chomsky en su obra *Los guardianes de la libertad* establece una serie de filtros para que se difunda el mensaje adecuado para el público siguiendo una serie de intereses partidistas del gobierno y las empresas privadas dominantes. Estos filtros son en primer lugar la magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación haciendo referencia al propio mercado y su influencia en los medios de comunicación e intereses. El segundo filtro hace referencia a la importancia de la publicidad, la cual puede llegar a modificar en parte el propio mensaje siguiendo sus intereses. El tercer filtro consiste en la forma que se suministran las noticias a los medios de comunicación, como por ejemplo las fuentes gubernamentales. El cuarto filtro alude a los reforzadores de opinión donde se busca que el poder político sea el actor encargado de emitir respuestas críticas hacia su propia actuación, de esta forma se evitará críticas por parte de terceros. El quinto filtro hace referencia al anticomunismo como mecanismo de control. Por último en la clasificación está el filtro de la dicotomización y las campañas de propaganda cuya característica principal es la comunicación unidireccional por parte del gobierno.

Para conseguir el pleno entendimiento de esta serie de conceptos es importante comprender cómo estos conceptos interactúan en la realidad actual. A continuación se esbozarán las principales características de la estructura mediática china, la cual se ahondará en sus intereses e influencia a lo largo de todo el proyecto.

La comunicación que se difunde tanto dentro de las fronteras como al exterior de China está controlada por el Estado. Este controla el tipo de publicaciones que se difunden y el mensaje a tratar. Según la obra *Sistemas mediáticos comparados*, este modelo de comunicación se incluiría dentro del “modelo pluralista polarizado” cuya característica principal hace referencia a la estrecha relación del poder político y los medios de comunicación donde el Estado cobra un papel crucial. Para llevar a cabo una efectiva información a la masa poblacional de todo el país, el Estado controla los medios, tanto de información como de distribución, estableciendo en su conjunto un sistema de propaganda para dirigir el sentido y el conocimiento de la opinión pública.

Tras la muerte del gobernante Mao Zedong en 1976 se ha llevado a cabo una reestructuración liviana de la organización de los medios de comunicación. Se ha optado por no realizar un

control tan estricto y directo de la información, caracterizado en la época maoísta, sino que se ha instaurado en los medios de comunicación tradicionales e incipientes la idea de autocensura y control de la información desde el núcleo interno de las propias organizaciones.

Esta situación cambia paulatinamente en los últimos años con el acceso a internet. Para hacer frente a la total libertad de conocimientos que permite el acceso a la red China ha levantado una *muralla de información* donde las personas tienen un acceso limitado al ciberespacio; en el caso de que se sobrepase este muro acarreará unas determinadas consecuencias. China utiliza el miedo como una forma de que sus ciudadanos no cuestionen las ideas partidarias del Partido, sobretodo dirigido al ámbito de informativo en línea.

Para terminar este bloque teórico se hará alusión a un apartado del ya mencionado libro de *Guardianes de la Libertad* de Chomsky:

*“En los países donde los resortes del poder están en manos de la burocracia estatal
-mediante el control monopolístico sobre los medios de comunicación, a menudo
complementado por la censura oficial- resulta obvio que dichos medios están al servicio de
los fines de una determinada élite.”*

(Chomsky, N. 1990: 21)

En este punto es necesario hacerse las siguientes preguntas:

¿Quién controla la información en China?

¿Cuáles son los mecanismos utilizados para conseguir este control?

3. TRANSFORMACIÓN HISTÓRICA DE CHINA

Para conseguir entender las encrucijadas que supone el análisis del sistema mediático chino es necesario conocer las reformas económicas y sociales que se llevaron a cabo en tiempos pasados con las reformas de Mao, la ruptura de Deng y los reajustes actuales promulgados por el gobierno de Xi Jinping. Además, el conocimiento de la forma de gobierno, ayudará a entender su organización y por lo tanto su forma de relacionarse actualmente con el exterior.

“Una percepción meramente descriptiva, sin perspectiva histórica ni contexto del presente, puede llevar tanto al espejismo de un mercado informativo plural, como a contraponer de forma esquemática, y en términos absolutos, un sistema informativo “libre occidental” y un sistema informativo “censurado” como el chino.”

(Ollé, M. 2017: 68-69)

3.1. EVOLUCIÓN DESDE LA CHINA DE MAO. MEDIDAS ECONÓMICAS Y APERTURISMO

China posee una tradición semifeudal desde que Inglaterra le cede la soberanía e integridad territorial tras la I Guerra del Opio en 1840⁷.

El 10 de octubre de 1911 se instala formalmente la República derribando a su vez el dominio del linaje de la dinastía Qing.

En este contexto mundial, los estudiantes universitarios chinos comienzan a mostrar interés en la Revolución Rusa y el marxismo político. Progresivamente estos ideales confluyeron hasta la creación del Partido Comunista Chino (PCCh) en 1921.

12 años antes del comienzo de la Segunda Guerra Mundial, en China se produjo una Guerra Civil que empezó en 1927. Mientras el resto del mundo estaba inmerso en la Segunda Gran Guerra, China puso fin a la lucha en su territorio en 1949. Durante este período el propio país en cuestión sufrió una división de la población en dos bloques: Por un lado se situaban el bloque comunista, con Mao Zedong (毛泽东 Máozédōng) al frente, y en el bando contrario estaba el Movimiento Nacionalista Kuomintang, KMT (国民党民族主义运动 Guómíndǎng mínzú zhūyì yùndòng), cuya presidencia ostentaba Chiang Kaichang (蒋开check Jiǎng kāi check).

⁷ Rios, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.

Finalmente la revolución entre comunistas y nacionalistas chinos termina con la proclamación de la República Popular de China (中华人民共和国 Zhōnghuá rénmin gònghéguó) por parte de Mao Zedong el 1 de octubre de 1949 en la Puerta de Tiananmen de la Ciudad Prohibida de Pekín.

“Señores delegados: Todos tenemos la convicción de que nuestro trabajo quedará inscrito en la historia de la humanidad y demostrará que el pueblo chino, que constituye una cuarta parte del género humano, ya se ha puesto en pie.”

(Discurso de Mao Zedong el 1 de octubre de 1949)⁸

El 14 de febrero de 1950 Mao Zedong, en representación de China, firma con la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), el Tratado de Amistad, Alianza y Asistencia Mutua sino-Soviético en el cual la Unión Soviética reconoce formalmente la República Popular de China. Con este tratado se formaliza la estrecha relación entre ambos gobiernos donde China adoptó un planteamiento marxista-leninista con un gran énfasis en las singularidades de la sociedad china.

“El auxilio de la URSS era una garantía para China, pero Mao nunca se había entendido bien con Moscú expresando muchas reservas respecto a sus puntos de vista a propósito de la estrategia revolucionaria. En la URSS permaneció dos meses negociando el tratado y debió de plantar cara a las ambiciones de Stalin de contar con presencia militar en la nueva China.”

(Ríos, X. 2016: 39-40)

En 1954 China formaliza su propia Constitución. Las bases de ambos estados, tanto el soviético como el chino, se caracterizaban por una fuerte presencia del Estado y los trabajadores del mismo, a partir del sistema socialista-comunista.

Constitución de la República Popular de China (1954).Artº. 21 – El órgano supremo del poder del Estado de la República Popular de China es la Asamblea Nacional de Representantes del Pueblo de China.⁹

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=o6co1yYMaz8> Acceso 31 de marzo de 2020.

⁹ <https://culturaproletaria.wordpress.com/2014/02/08/constitucion-de-la-republica-popular-china-1954/> Acceso 31 de marzo de 2020.

Constitución Soviética (1936) Artículo 30.— El órgano supremo de poder de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas es el Soviet Supremo de la URSS.¹⁰

El órgano supremo del Estado en China, partiendo de su Constitución de 1954, es la Asamblea Nacional presidida por Mao Zedong. En referencia al orden interno del gobierno, las primeras medidas llevadas a cabo hacen referencia al Plan Quinquenal (五年计划 Wǔ nián jìhuà) puesto en marcha entre 1953 y 1957 destinado a reformas económicas y sociales para la mejora del país. Un ejemplo de las mismas son el control de la inflación y la reconstrucción económica tal y como se especifica en el libro *China Moderna*.

En 1958 se da comienzo al proyecto llamado Gran Salto Adelante (大跃进 Dà yuè jìn) cuyo objetivo principal es la transformación de la economía agraria china mediante la industrialización y colectivización de la misma. Este país, además, comienza a darle un mayor grado de importancia el crecimiento de su población impulsando mejoras en su nivel de vida y reformas en el sistema educativo. Hasta 1961 las medidas económicas, sociales y políticas implantadas por el Gran Salto Adelante abrieron una fractura tanto en el propio gobierno chino como con sus aliados soviéticos.

En el seno del propio partido, se mostraron dos posturas enfrentadas: por un lado la idea defendida por el político Liu Shaoqi que abogaba por la desaparición de la lucha de clases una vez se consolidase el poder del partido. Contrariamente se mantenía la postura de Mao Zedong que defendía la necesidad de la lucha de clases.

Estas diferencias en la forma de gobierno en China no solo afectaron a nivel interno sino que también marcó discrepancias entre el gobierno presidido por Mao Zedong y la URSS.

“La ruptura se precipitó por las críticas del entonces líder de la URSS, Nikita Jrushchov, al Gran Salto Adelante. El sucesor de Stalin visitó Beijing en 1958 y en 1959 y constató el afán de Mao de querer llegar al comunismo antes que la URSS [...] La retirada del apoyo económico y técnico soviético fue un duro golpe para China”

(Ríos, X.. 2016: 43)

¹⁰ <https://www.marxists.org/espanol/tematica/histsov/constitucion1936.htm> Acceso 31 de marzo de 2020.

Finalmente, las discrepancias en torno a los intereses de ambos países precipitó la ruptura de los acuerdos de China con la Unión de Repúblicas Socialistas Soviética. Por un lado, China, representada por Mao tenía una posición beligerante hacia los países capitalistas, conformando la rama de pensamiento conocida como maoísmo. Por otro lado el gobierno soviético llevó a cabo una política con estos países basada en la coexistencia pacífica. Esta ruptura de acuerdos marcó un punto y aparte en la historia china.

Otro acontecimiento importante durante el gobierno de Mao fue la Revolución Cultural (文化大革命 Wénhuà dàgémìng), llevada a cabo entre 1966 y 1976 cuyo objetivo fue el pleno fijamiento del maoísmo como ideología dominante dentro del partido y del país.

Mao a lo largo de su gobierno centró especial atención en la ruptura con la figura de Confucio y los ideales que éste transmitía a la sociedad. Para ello puso en marcha una serie de campañas ideológicas contra las doctrinas morales y religiosas predicadas por Confucio, por sus discípulos y por sus seguidores tras su muerte. Este pensador chino basa su doctrina en tres pilares fundamentales, tal y como defiende Daniel Lemus Delgado en su artículo *Confucianismo como humanidad: claves para complementar la modernidad*. En primer lugar *Ren* implica la bondad y el amor al prójimo. En segundo lugar *Li* referente al sistema situar englobando a su vez al emperador y a la familia. Por último *Yi* el cual hace referencia a la rectitud.

“En el confucianismo coexisten diversas facetas (política, ideológica, educación o incluso militar) pero la esencia de su pensamiento es la fidelidad, la bondad, o el respeto. La armonía nace en la familia y se extiende en círculos, siendo esta la base de la estabilidad”

(Ríos, X. 2016: 19)

La Revolución Cultural supuso la deconstrucción del Partido, del Estado, de la economía, de la educación y la cultura por medio de los Guardias Rojos. Tal y como se defiende en el libro *China moderna*, Mao quiso “contagiarles su ideal socialista perfecto basado en la habilitación de restricciones infranqueables para evitar el regreso del comunismo.” (2016:45). En este punto es destacable una referencia expresa a los propios medios de comunicación, ya que unas semanas más tarde del levantamiento el Buró Político del PCCh aprobó la Circular 16 de mayo del periódico *Renmin Ribao*, diario oficial del Partido,

sumándose al eslogan del Ejército Rojo que instaba a levantar “la enseña roja del pensamiento de Mao Zedong.” (Ríos, X. 2016: 44)

Tras la muerte de Mao Zedong en 1976, su sucesor Hua Guofeng (华国锋 Huá guó fēng) no consiguió mantenerse en el poder durante mucho tiempo. Esto se debió en gran medida al controvertido sentimiento de hastío en parte de la sociedad china durante la Revolución Cultural.

Finalmente en 1978 Deng Xiaoping (邓小平 Dèngxiǎopíng) se convirtió en máximo líder de la República Popular de China situándose al frente del Estado.

Los idearios de Deng se basaron en la aplicación de una serie de reformas económicas y sociales, caracterizadas en gran medida por la recuperación de los idearios chinos tradicionales, pero el pilar fundamental de estas medidas fue la apertura de la sociedad china al exterior.

En ese momento el gobierno busca llevar a cabo un “socialismo con peculiaridades chinas” el cual requería una serie de reformas graduales y dinámicas con una concepción estratégica clara. Los objetivos fueron rigurosamente establecidos orientados hacia la apertura exterior y la liberalización del mercado. Estas reformas son conocidas como “las cuatro modernizaciones”¹¹ (四个现代化 Sì gè xiàndàihuà) y hace referencia a los cuatro pilares en los que se sustentaron.

En primer lugar una reforma dirigida a la agricultura y la colectivización de tierra por parte del Estado.

En segundo lugar una reforma industrial, estimulada por la apertura exponencial del mercado chino. En este punto se llevaron a cabo una serie de medidas importantes tal y como fue la aprobación de una ley de empresas mixtas cuyo accionariado podía ser tanto chino como extranjero, quedando el accionariado único extranjero excluido en este tipo de prácticas. Otra característica notable es la importancia de la figura del Estado como el actor encargado de la fijación de los precios de los bienes. Por último, una de las medidas que marcaron un antes y un después en la economía china es la apertura zonas económicas especiales, fundadas en el entorno de Hong Kong, cuyo objetivo principal fue facilitar en mayor medida las exportaciones del país y la captación de inversores extranjeros en diversos

¹¹ Nombre atribuido popularmente. Extraído de: Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.

campos económicos como la tecnología o la industria. Estas reformas y el afán aperturista deja atrás la autosuficiencia económica llevada a cabo durante el período de gobierno de Mao Zedong hacia la inclusión de China en el mercado internacional con la intención de atraer inversores extranjeros.

En tercer lugar se llevó a cabo una modernización es la Defensa Nacional, aumentando el gasto en la misma.

Por último se centró especial atención en el impulso de Ciencia y Tecnología, en línea con este compromiso se celebró la Conferencia Nacional de Ciencia en 1978 en la que se estableció un Plan Nacional para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología.

Estas reformas afectaron en gran medida la expansión global de China y sobre todo a la apertura de su mercado. Este crecimiento chino estuvo influenciado en gran medida por la ubicación geográfica del país y la gran extensión de su territorio que corresponde a un total de 9.596.900 km², ocupando el 6.5% de la superficie mundial.¹²

La expansión china, tras estas reformas, se ha visto reflejada en su Producto Interior Bruto, (PIB) en términos cuantitativos en 1978 China 149.541 millones de dólares. En 2017, treinta años después de las reformas mencionadas, China posee 13.608 billones de dólares de su PIB. Con la modernización industrial también aumentó en gran medida las emisiones de CO₂ siendo en 1978 un total de 1.529 toneladas métricas per cápita. En 2014 estas emisiones llegaron a alcanzar 7.544 toneladas métricas per cápita.

Las reformas también sirvieron para las personas en riesgo de pobreza, en 1978 el 97.5% de la población estaba en esta situación, con el paso de los años esta cantidad ha disminuido gradualmente llegando a 3.2% de la población en 2017. Los habitantes total del país también ha aumentado llegando a alcanzar en 2018 1.393 mil millones de persona, mientras que en 1960 la población correspondía a un total de 667.070.000 personas¹³.

¹² http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CHINA_FICHA%20PAIS.pdf. Acceso el 28 marzo 2020.

¹³ <https://datos.bancomundial.org/pais/china> Datos extraídos el 27 marzo 2020.

“Este crecimiento está vinculado, sobre todo, a los sectores no relacionados directamente con la propiedad estatal, de forma que el peso del Estado en el conjunto de la economía se fue reduciendo progresivamente y el anterior dirigismo fue sustituido por una moderada tutela.”

(Ríos, X. 2016: 52)

En 1986 China solicita de forma formal la adhesión del país al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio de Mercancías (GATT) siendo esta entrada la culminación de la reforma aperturista llevada a cabo por Deng. Este acuerdo implica, entre otras medidas, la participación de empresas extranjeras en sectores cerrados al exterior tal y como ocurría con los medios de comunicación.

Posteriormente China lleva a cabo la adhesión al Acuerdo sobre Inversiones relacionadas con el Comercio (TRIMS), este acuerdo lleva a cabo una serie de cambios que afectaron de forma directa a la forma de mercantilización del Estado chino como por ejemplo la eliminación de algunos requisitos de exportación.

El 1 de noviembre de 2001 China entra formalmente en la Organización Mundial del Comercio (OMC). Debido a la inclusión del país en esta institución reguladora de las relaciones económicas internacionales se establece un marco legal internacional que permita el libre comercio reduciendo el proteccionismo tanto en China como en los países pertenecientes a la OMC. La función principal de la OMC es la gestión de la aplicación de los acuerdos comerciales.

Por un lado los denominados acuerdos multilaterales cuya aceptación es obligada por parte de todos los Estados miembros. Entre ellos es destacable dos acuerdos mencionados anteriormente: el GATS, que produce como consecuencia directa la liberalización del mercado de las telecomunicaciones, y el TRIMS, este acuerdo implica la eliminación de determinadas exigencias aplicables a las inversiones extranjeras.

Por otro lado son resoluciones plurilaterales a los que los miembros pueden adherirse de forma voluntaria.

La entrada de China en la OMC fue efectiva tras el compromiso de este país a cumplir una serie de obligaciones y principios generales.

En primer lugar, el trato de nación más favorecida, siendo este un fundamento básico del comercio, en el cual China debe ofrecer a los países miembros un trato no discriminatorio que el concedido a cualquier otro estado. Por lo tanto China no podrá llevar a cabo un trato favorable de un estado miembro respecto a otro. Esta situación afectó de forma directa en las telecomunicaciones lo cual implicó la igualdad de acceso tanto a redes públicas como privadas por parte de los operadores extranjeros en relación a los operadores chinos. Esta obligación no determina la eliminación total de las prácticas monopolísticas en el campo de los servicios.

En segundo lugar cabe destacar el acceso al mercado interno. Esta obligación implica la eliminación de barreras que impidan a proveedores extranjeros prestar un determinado servicio en China. Es importante destacar que el protocolo no establece el acceso pleno e inmediato sino que dependiendo de la tipología de la prestación se establece un calendario de liberalización que no siempre culmina con el acceso total.

En tercer lugar es importante destacar la obligación de la transparencia de las leyes y reglamentos.

Por último es reseñable la aceptación, por parte de este país asiático, de una autoridad de la OMC para resolver conflictos que garantice el cumplimiento de los compromisos asumidos en el Protocolo de Adhesión.

La culminación de estos acuerdos implica a su vez una regulación en la normativa de las inversiones Chinas donde las extranjeras reciben distinto tratamiento en función de la actividad. Estas se agrupan en cuatro tipos, a saber: inversiones extranjeras incentivadas, inversiones extranjeras restringidas, inversiones extranjeras prohibidas e inversiones extranjeras permitidas.

En referencia a este tipo de regulaciones los medios de comunicación están agrupados en las inversiones extranjeras restringidas, es decir, la participación extranjera en el campo de la comunicación está limitado al accionariado extranjero de un menos del 50% y la aprobación del mismo debe otorgarse por el gobierno central. Ante esta situación la inversión extranjera ha creado empresas conjuntas, diferenciando entre el capital mixto o cooperativo, creación de sociedades limitadas, *holding*...

La liberalización del comercio en referencia a las GATS implicó directamente que el sector de las telecomunicaciones en China abrió un segmento del mercado del capital extranjero, esta apertura se desarrolló paulatinamente.

La puesta en práctica de las obligaciones tras la entrada en la OMC afecta de forma directa a la apertura del país, para ello es necesario garantizar un equilibrio interno que no contradiga la forma organizativa de la economía china. En la *Revista de economía ICE*, Albert Collado¹⁴ determina que la postura de China en el comercio internacional es una estructura comercial atípica debido a que este país asiático tiende a exportar productos intensivos en mano de obra y por el contrario importa en materias primas y capital.

La totalidad de los acuerdos afectaron a corto plazo con la eliminación de las barreras arancelarias, a medio plazo se ha llevado a cabo una apertura de los servicios en aquellos sectores tradicionalmente amparados por el Estado tal y como son las telecomunicaciones. A largo plazo estos acuerdos implicarán un comercio menos restrictivo.

Tal y como defiende Hu Biliang, profesor de economía de Beijing Normal University¹⁵: *“China se insertó en cadenas de valores internacionales convirtiéndose en una parte indispensable de las industrias y las cadenas de valor mundiales.”*

Las medidas llevadas a cabo por Deng establecieron la base de China de la posición actual en el mercado y su influencia a nivel internacional. Según Manuel Ollé en su artículo¹⁶ *Cambio y polarización en la sociedad china contemporánea: “la economía China derivó de forma gradual y paulatina hacia el “socialismo de mercado” que se puede caracterizar como un modelo de capitalismo productivo (no especulativo) donde prevalecen las empresas estatales y las grandes sociedades anónimas controladas por burócratas del Estado y del Partido.”* A su vez este autor defiende la aplicación de la teoría de la Sociedad Líquida de Bauman a China partiendo del movimiento migratorio del campo a la ciudad que transformó en gran

¹⁴Collado Armengol, A. (2002). La inversión directa en China: implicaciones derivadas de su entrada en la OMC. *ICE, Revista De Economía*, 1(797).

¹⁵ Biliang, H. (2018, 17 enero). Transformación económica de China.

¹⁶ Ollé, M. (s.f.). China SL (sociedad líquida): Cambio y polarización en la sociedad china contemporánea. *Papeles del Este: Transiciones postcomunistas*, 13.

medida el entorno social, produciéndose el *deshielo* de la masa uniforme que caracterizaba a la sociedad en el período Maoísta.

Asimismo las políticas llevadas a cabo por Deng poseían una característica conciliadora en referencia al pasado tradicional de China. Una muestra de ello fue el designio a la doctrina predicada por Confucio, la cual fue rechazada en la época de Mao, con la creación de centros de estudios de confucianismo en representación del uso del poder blando por parte del Estado. Además, este poder estaba a su vez representado por otras prácticas tal y como es la proyección exterior de la lengua y la cultura china.

Tras la muerte de Deng el encargado del Estado chino fue Hu Jintao (胡锦涛 Hújǐntāo) cuyo objetivo principal en su política fue el desarrollo internacional de China en el contexto mundial; para ello se buscó transmitir una imagen de esta potencia emergente como una potencia fiable, aplicándose así la doctrina de desarrollo pacífico, sin renunciar a los intereses del país.

Xi Jinping (习近平 Xìjìnpíng), presidente de la República Popular de China desde marzo de 2013, es el encargado de hacer frente a los retos que se le presentan a este país en la actualidad.

La mejora de las leyes comerciales, el control de la migración de la zona rural a la urbana o la contaminación son algunas de ellas tal y como explica Julio Aramberri en su libro *La China de Xi Jinping*.

En torno a la economía y a las relaciones exteriores es importante subrayar que la expansión económica china no ha cambiado la imagen del ejercicio profesional del país, debido a que tiene prácticas asociadas con el desarrollo del capitalismo pero no ha renunciado a su naturaleza comunista.

“No se debe a que haya elegido la vía capitalista sino a que ha obrado con singularidad, dinamizando un proyecto soberano y coherente y que no es de matriz capitalista, lo cual tampoco quiere decir automáticamente que sea o vaya a ser socialista.”

(Ríos, X. 2016: 183)

Es importante destacar la existencia del Congreso Nacional del PCCh (中国共产党第十八次全国代表大会 pinyin: Zhōngguó Gòngchǎndǎng Dìshíbācì Quánguó Dàibiǎo Dàhuì), celebrado cada 5 años, donde los máximos dirigentes del país llevan a cabo la reunión del máximo órgano del PCCh donde se establece la sucesión de los líderes del país.

El pasado XIX Congreso Nacional del PCCH,¹⁷ llevado a cabo entre el 18 al 24 de octubre de 2017, Xi Jinping enumeró las medidas, tanto económicas como sociales, que ha llevado a cabo China desde el último Congreso en 2012. Este evento se caracterizó en gran medida por la relación de China establecida con el exterior. Es muy característico el título del discurso¹⁸: *"Por el logro del triunfo definitivo en la culminación de la construcción integral de una sociedad modestamente acomodada y por la conquista de la gran victoria del socialismo con peculiaridades chinas de la nueva época."*

A su vez estuvo muy presente en el discurso el concepto de "socialismo con peculiaridades chinas", el cual se mencionó un total de 60 veces, sin tener en cuenta las variantes que este concepto supone.

Una característica presente, tanto en el discurso como en las reformas llevadas a cabo por Xi Jinping desde su entrada como mandatario chino, es el concepto de "sueño chino" el cual ha sido mencionado en la intervención del XIX Congreso Nacional del PCCh un total de 13 veces. En una entrevista¹⁹ llevada a cabo por el Observatorio de la Política China en febrero de 2019 a Xulio Ríos precisó lo siguiente en referencia a este concepto:

"El "sueño chino" es una de las marcas más representativas del mandato de Xi Jinping. Refleja en gran medida esas aspiraciones de varias generaciones a un futuro mejor [...] Varias ideas que lo singularizan. En primer lugar, la de progreso con identidad, es decir, la necesidad de recuperar un equilibrio entre la modernización y la tradición, guardando distancias con una occidentalización sin matices pero también con el ensalzamiento acrítico del ideario tradicional. En segundo lugar, la exigencia de una vía propia, adaptada a sus especificidades y que no resulte una copia mimética de los modelos occidentales. [...] El sueño de Xi completa el anuncio de Mao de que China se puso de pie y la vocación de Deng por desarrollar el país. Es el sueño colectivo del renacimiento de China."

¹⁷ <http://spanish.xinhuanet.com/temas/201710CNPCCh/index.htm>. Acceso el 02 de abril de 2020.

¹⁸ http://spanish.xinhuanet.com/2017-11/03/c_136726335.htm. Acceso 02 de abril de 2020.

¹⁹ <https://politica-china.org/secciones/entrevista-a-xulio-rios>. Acceso 31 de marzo de 2020.

Las políticas desarrolladas durante el mandato de Xi Jinping a nivel económico no distan en gran medida de las llevadas a cabo por las cuatro modernizaciones de Deng, debido a que no se ha desarrollado ninguna reforma económica de gran calado. Un pilar fundamental del gobierno de Jinping es la lucha contra la corrupción debido al malestar social existente.

Actualmente China tiene que hacer frente a las constantes evoluciones tanto económicas como sociales, adaptándose así al contexto internacional. El objetivo principal es expandir su influencia por todo el mundo convirtiendo al *dragón rojo*²⁰ en la superpotencia económica más importante a nivel mundial y situarse como el referente del Asia-Pacífico teniendo en cuenta la gran expansión debido tanto a las medidas internas como a las medidas aperturistas influenciadas por la globalización.

²⁰ Metáfora del “dragón rojo” referente al país Chino.

3.2. ORGANIZACIÓN ESTATAL. EL PODER DEL PARTIDO COMUNISTA CHINO

Para poder hablar de Estado en la República Popular de China es necesario hablar del Partido Comunista Chino (PCCh). El partido es intrínseco al Estado chino y viceversa. El PCCh, desde su fundación, se ha convertido en el actor principal en el sistema político del país marcando las actuaciones tanto internas como externas de China.

“El PCCh es la clave del sistema político chino. Dirige las instituciones del Estado y controla la sociedad. [...] Es una formación tentacular, omnipresente en la vida y en la sociedad china”

(Ríos, X. 2016:55)

La situación de la política china subyacente del PCCh debe ser valorada teniendo en cuenta su contexto geográfico y temporal. Por un lado, es necesario destacar la tradición autocrática de este país en sus sucesivos gobiernos. Por otro lado, cobra importancia la tendencia marcada de Extremo Oriente cuyos sistemas políticos se orientan, en su mayoría, a regímenes políticos de corte autoritario. Esta situación influye en gran medida en la forma de organización de los países del entorno.

Tal y como muestra Xulio Ríos en su obra *China Moderna*, el PCCh comenzó su expansión tras el interés mostrado por estudiantes universitarios chinos sobre el marxismo en la revolución Rusa. Estos ideales se expandieron de forma progresiva desde la zona rural de China ampliándose posteriormente a las zonas más industrializadas, el partido se creó formalmente en 1921. Esta forma de actuación le permitió al partido establecer unas bases sólidas partiendo de la población campesina.

Actualmente, tras datos obtenidos de la página oficial, el PCCh cuenta con más de 89 millones de miembros²¹. El apoyo social, dependiente de las clases, es característico debido a que los obreros y los agricultores representan un 36,95% , seguidos por profesionales con un 25%. El resto de miembros pertenecen al funcionariado, jubilados o estudiantes.

²¹ <http://spanish.xinhuanet.com/temas/201710CNPCCh/index.htm>. Acceso 2 abril 2020.

Tras la declaración de la República Popular de China, con Mao Zedong al frente del Estado, el PCCh adquiere una adaptación al marxismo-leninismo que este dirigente defendía.

Con la llegada de Deng al poder se complementa el *corpus ideológico* del partido adaptándolo al ya mencionado anteriormente “socialismo con características chinas”. Durante este gobierno se llevó a cabo un abandono progresivo del discurso maoísta, además de la modernización del país con la puesta en práctica de las “cuatro modernizaciones”. De esta forma China comenzó a adquirir cierto poder en el nuevo contexto mundial.

La expansión de China, en este contexto histórico de desarrollo impulsado por las “cuatro modernizaciones,” también es aplicable a la actualidad, donde este país en ningún momento perdió los valores y tradiciones que caracterizan al país formando un Estado fuerte tanto a nivel interno como externo.

A pesar de los apoyos recabados en el pasado con la URSS, tras la caída del muro en Berlín en 1989 y tras la disolución de la URSS en 1991, China consiguió mantenerse como una superpotencia emergente. Esta situación se debe en gran medida a la capacidad de amoldamiento del PCCh a los nuevos contextos políticos y sociales.

El Partido Comunista chino desempeña un papel central en el sistema político del país. Esta fortaleza del país se busca expandir y mostrar al exterior por medio de una serie de medidas.

En primer lugar, busca preservar de forma férrea los principios clásicos, asociados a la cultura, la moralidad y los valores tradicionales, mediante la difusión a nivel mundial del poder blando.

En segundo lugar, busca convertirse en un garante de la estabilidad y la prosperidad del país incentivando el proceso de modernización del mismo, en el contexto socioeconómico mundial.

En tercer lugar, presenta una nueva actitud en torno a la religión, dejando atrás las actuaciones intolerantes del pasado.

Por último, adapta el pensamiento occidental a su corriente ideológica representando una política basada en el Estado de derecho y las leyes promulgadas.

Actualmente Xi Jinping, en su política opta por el empoderamiento del Partido - Estado. Con la legitimación del discurso modernizador lleva a cabo una defensa de la soberanía bajo el concepto de “sueño chino.”

El PCCh muestra ser un actor necesario en la sociedad china para la constante evolución del socialismo que representa desde sus orígenes, preservando a su vez las corrientes de pensamiento chinas más características como por ejemplo el confucionismo. En este punto es destacable la advertencia llevada a cabo por Xulio Ríos en su obra *China Moderna: “Cuánto más homologue China su sistema económico con las tendencias predominantes en Occidente, probablemente más aumentarán las presiones internas y externas para culminar el proceso en lo político”* (2016:65). Esta cita hace mención al “hibridismo sistémico” manifestado no solo por la economía China sino también por la sociedad debido a la apertura exterior y a las influencias de otros sistemas políticos. Para evitar la confrontación directa con los preceptos Occidentales, debido al aumento de la relación exterior del país, el PCCh ha enriquecido su discurso. Un ejemplo es la alusión al concepto de democracia, este no es universal y varía en su forma de entendimiento entre unos países y otros. Tal y como defiende Xulio Ríos, el PCCh no está interesado en reformar el concepto de democracia.

“Si algo queda claro de esta evolución es que el PCCh no aboga por una democracia pluralista y reacciona con mucha irascibilidad ante cualquier manifestación de hipotética competencia o animosidad ideológica. Solo se consentirá aquello que le permita reforzarse”

(Ríos, X. 2016:64)

El discurso actual llevado a cabo por el Estado chino bajo el mando de Xi Jinping mantiene una continua adaptación a las demandas de Occidente sin romper con los idearios y valores fundacionales de China.

Tal y como se ha mencionado anteriormente para hablar de Estado chino es intrínseco abogar a la presencia del Partido Comunista Chino, debido a la fuerte instrumentalización del Estado. Existen ocho partidos no comunistas en el país pero son considerados *“organizaciones políticas que tienen conexión con personas o círculos sociales particulares.”*

El papel dirigente del PCCh está Consagrado en la Constitución vigente de China, formulada en 1982 y modificada por última vez en 2004. En ella se plasman los derechos, los deberes fundamentales de los ciudadanos y la propia estructura del Estado. La característica principal de la misma es la separación del Partido y el Estado para prevenir regímenes autoritarios como el llevado a cabo por Mao.

Tal y como informa el economista Javier García Arenas²² *“La supremacía del PCCh se expresa formalmente en el preámbulo de la Constitución china, redactada en 1982.”*

Preámbulo Constitución China²³: *“ La dictadura democrática popular dirigida por la clase trabajadora y basada en la alianza de trabajadores y campesinos, que es esencialmente la dictadura del proletariado, se ha consolidado y desarrollado. [...]La victoria en la Nueva Revolución Democrática de China y los éxitos en su causa socialista han sido alcanzados por el pueblo chino de todas las nacionalidades, bajo el liderazgo del Partido Comunista de China”*

En torno a los principios generales estos se relacionan, como cabe esperar, con la forma de gobierno de la República Popular China es un *“Estado socialista bajo la dictadura democrática popular, dirigido por la clase obrera y basada en la alianza obrero-campesina (artículo 1) cuyo poder “pertenece al pueblo” (artículo 2) y el “centralismo democrático se practica en los organismos del Estado de la República Popular China” (artículo 3).*

En referencia a la estructura del Estado Xulio Ríos en la obra *China Moderna* defiende lo siguiente:

“El omnipotente papel del PCCH y su vocación de control de todos los segmentos de la sociedad persiste como clave político-institucional irrenunciable. “

(Ríos, X. 2016:62)

Para la explicación de la estructura del Estado, y por ende de las funciones del mismo, se partirá de lo especificado en la propia Constitución China. También se hará alusión al

²² https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/documents/im_1710_16_f3_en.pdf Acceso 2 abril de 2020.

²³ http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Constitution/node_2825.htm Acceso 2 de abril de 2020.

informe llevado a cabo por The US-China Business Council²⁴ y a un artículo desarrollado por CaixaBank Research.²⁵

A la hora de profundizar en la estructura del Estado chino es notable su forma de configuración. Esta es similar a los sistemas parlamentarios occidentales en referencia a la separación de poderes pero la diferencia principal es que todo poder queda supeditado y bajo la supervisión del PCCh.

Cada 5 años se celebra el Congreso Nacional del PCCh, máximo órgano del PCCh en China. Esta institución posee el poder de reformar la Constitución, aprobar leyes y elegir a los miembros del Consejo de Estado, al Primer Ministro, al Presidente de China, a la Comisión Militar Central y a los miembros de los diversos Tribunales de Justicia.

El congreso Nacional del PCCh está formado por un total de 2.300 delegados encargados de elegir a los 400 miembros del Comité Central del Partido. Los miembros del Comité son los encargados de elegir a los 25 miembros del Buró Político y a los miembros del Comité Permanente.

La figura del Buró Político, forma parte de la Comisión Política del Comité Central del Partido Comunista; es destacable debido a que sus miembros, en diversos casos, forman parte del seno de la cúpula de poder de la información. Un ejemplo es el nombramiento en 2013 de Liu Yunshan al frente del Comité Permanente del Politburó bajo la supervisión directa de Xi Jinping.

El Politburó está compuesto por los órganos que regulan la propaganda y la información.

Por un lado, el Grupo Central de Liderazgo para el Trabajo Ideológico y de Propaganda (中央宣传思想工作领导小组 Zhōngyāng xuānchuán sīxiǎng gōngzuò lǐngdǎo xiǎozǔ).

Por otro lado, el Comité Central para la Construcción de la Civilización espiritual (中央精神文明建设委员会 Zhōngyāng jīngshén wénmíng jiànshè wěiyuánhùi).

²⁴ <https://www.uschina.org/overview-prc-political-system> Acceso 2 de abril de 2020.

²⁵ https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/documents/im_1710_16_f3_en.pdf Acceso 2 de abril de 2020.

Junto a estos organismos se encuentra el Departamento de Propaganda del PCCh (中共宣传部 Zhōnggòng xuānchuán bù) el cual es el encargado de regular la información mediante tres organismos que se mencionarán más adelante cuando se trate en profundidad la estructura mediática.

En torno a la organización del Estado se divide de la siguiente manera:

Por un lado diferenciamos el órgano ejecutivo que hace referencia al Congreso. Xi Jinping y Li Yuanchao presiden el gobierno de China, la figura del presidente de China y la de vicepresidente respectivamente.

La mayor parte de la estructura de gobierno de China pertenece al Consejo de Estado, cuyo primer ministro es Li Keqiang. Entre las funciones del Consejo de Estado destaca la promulgación de normas administrativas conforme a la Constitución, supervisar y guiar el trabajo de los ministerios, preparar y ejecutar el plan estatal de desarrollo económico... El Consejo de Estado administra las oficinas de la burocracia ejecutiva de China formada por ministerios, comisiones y oficinas administrativas directas o indirectas.

En referencia al órgano legislativo China lo subdivide en dos organizaciones responsables. En primer lugar El Parlamento de China (APN) el cual supervisa los respectivos nombramientos para el Consejo de Estado y los Tribunales; a su vez es el órgano encargado de ratificar las leyes. En segundo lugar el Comité Consultivo Político del Pueblo chino (CPPCC) es un órgano parlamentario encargado del asesoramiento y la representación de los intereses que no pertenecen al PCCh. Formalmente no posee ninguna autoridad.

Por último, haciendo alusión al órgano judicial es importante destacar la presencia de varios tipos de órganos judiciales. Está conformado por los Tribunales Populares, encabezados por el Tribunal Popular Supremo; los Tribunales fiscales, cuyo órgano máximo es la Fiscalía Suprema del Pueblo; los Tribunales Marítimos; los Tribunales militares y por último los Tribunales Ferroviarios.

En referencia a la defensa es importante destacar la figura del ejército ya que cuenta con una amplia autonomía en referencia al Estado pero está supeditado al Partido Comunista Chino.

Las decisiones clave tomadas por el Partido comunista Chino son luego legitimadas por otras entidades de la estructura del Estado. El PCCh orienta y dirige al Estado mediante la relación estrecha con las instituciones y organizaciones del mismo. La adaptación continua del PCCh a la actualidad han permitido su supervivencia.

La ideología cobra un papel fundamental para preservar el consenso social, no se rompen con los idearios tradicionales sino que se adaptan a la actualidad en relación a las demandas occidentales; pero China en todo momento ha diferenciado sus singularidades preservando su tradición. Un ejemplo de la práctica de estas tradiciones es el derecho. La figura del Gobierno, el cual actúa bajo las leyes, es una figura relativamente nueva e incluso contradictoria en el propio régimen.

“En la Constitución figuran reconocidos toda una serie de derechos y libertades públicas que sin embargo topan con las inercias e intereses del Partido y el Estado que condicionan su ejercicio real. La ley se aparca en beneficio de la ideología, que opera en función de las consignas de cada momento, sustentada en un sustrato histórico que apunta a que en China mandan los hombres y no las leyes.”

(Ríos, X. 2016:71)

En relación con el tema expuesto en este proyecto se hará hincapié en los derechos y libertades establecidos en la Constitución²⁶ en referencia a la información y la comunicación. En alusión a los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos en el Capítulo II de la Constitución China se establece lo siguiente en referencia a la comunicación e información.

Artículo 35: Los ciudadanos de la República Popular de China gozan de libertad de expresión, de prensa, de reunión, de asociación, de procesión y de manifestación.

Artículo 37: La libertad de la persona de los ciudadanos de la República Popular de China es inviolable.

Ningún ciudadano puede ser arrestado excepto con la aprobación o por decisión de la fiscalía popular o por decisión de un tribunal popular, y los arrestos deben ser realizados por un órgano de seguridad pública.

²⁶ http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Constitution/2007-11/15/content_1372964.htm
Acceso 2 de abril de 2020.

Se prohíbe la detención ilegal, la privación o la restricción de la libertad de los ciudadanos de la persona por otros medios, y se prohíbe la búsqueda ilegal de la persona de los ciudadanos.

Artículo 38 La dignidad personal de los ciudadanos de la República Popular de China es inviolable. Se prohíbe el insulto, difamación, acusación falsa o incriminación falsa dirigida contra los ciudadanos por cualquier medio.

Artículo 41 Los ciudadanos de la República Popular de China tienen derecho a criticar y hacer sugerencias con respecto a cualquier órgano o funcionario del Estado. Los ciudadanos tienen derecho a presentar ante los órganos estatales relevantes quejas o cargos contra, o exposiciones de, cualquier órgano o funcionario del Estado por violación de la ley o incumplimiento del deber; pero la fabricación o distorsión de hechos con fines de difamación o incriminación falsa está prohibida.

El órgano estatal en cuestión debe, de manera responsable y averiguando los hechos, atender las quejas, los cargos o las exposiciones hechas por los ciudadanos. Nadie puede reprimir tales quejas, cargos y exposiciones o tomar represalias contra los ciudadanos que los hacen.

Los ciudadanos que han sufrido pérdidas como resultado de la violación de sus derechos cívicos por parte de cualquier órgano o funcionario del Estado tienen derecho a una indemnización de conformidad con las disposiciones legales.

Con la llegada de internet China ha levantado *un muro* para proteger al país de informaciones del exterior que no beneficien la imagen del gobierno chino. Esto ocurre también a la inversa, centrando la atención en la exportación de noticias positivas sobre China al exterior.

Este país a pesar de estar inmersa en la nueva era, no ha modificado en gran medida las normativas referentes a la comunicación llevando a cabo una política asertiva hacia la misma donde está muy presente la figura del poder y control en relación con el PCCh y el Estado.

“Tan pronto como asumió el poder en 2012, el nuevo equipo dirigente rechazó la libertad de prensa, la independencia judicial y la universalidad de los derechos humanos. De hecho, la represión ha aumentado bajo su mandato.”

(Aramberri, J. 2018:303)

4. ESTRUCTURA MEDIÁTICA CHINA

4.1. FORMA DE ORGANIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Constitución china recoge una serie de libertades y derechos en referencia a los medios de comunicación tal y como es la libertad de prensa o la libertad de expresión. En la práctica, el desarrollo de estos derechos implica una discordancia, esto se debe a que las ideas que se muestren excesivamente críticas contra el Estado, y en consecuencia contra el PCCh, que puedan afectar a la práctica común de la sociedad son censuradas.

“La Constitución de China ofrece a sus ciudadanos la libertad de expresión y de prensa, pero la opacidad de la regulación de los medios chinos permite a las autoridades acabar con las noticias, afirmando que se exponen estatales secretos y ponen en peligro el país.”

(Beina, X., & Eleanor, A. 2017:1)

Para analizar el proceso de transformación llevado a cabo por el sistema de comunicación chino es necesario conocer las variaciones que se produjeron en el mismo desde la instauración de la República Popular de China en 1949. Estos cambios afectaron de forma directa al conjunto de la sociedad y por consiguiente a la naturaleza de los medios de comunicación. La expansión de China, tanto a nivel internacional como nacional, ponen en evidencia la consolidación del liderazgo del Partido Comunista Chino.

En referencia a un estudio²⁷ elaborado por Salazar Navarro, el sistema comunicativo chino constituye un híbrido que conjuga factores culturales, políticos y económicos. El surgimiento de la red, internet y las nuevas tecnologías en el tablero informativo transformaron en gran medida la forma de comunicación.

“Es preciso aclarar que si bien a inicios de la reforma el sistema mediático chino estaba conformado por medios bien diferenciados (radio, televisión, prensa impresa) con la llegada de las nuevas tecnologías –y al igual que ocurre en el resto del mundo– las fronteras entre los diferentes medios resultan difíciles de establecer.”

(Salazar Navarro. 2012: 3)

²⁷ Salazar Navarro, S. (2012). *Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial.*

Tal y como se ha dado a conocer al comienzo de este proyecto, en las bases teóricas de la estructura de la información, es relevante recordar la estrecha relación que tiene la comunicación a la hora de influir en determinados aspectos de la sociedad. La información afecta de directamente en la forma de pensar y de actuar por parte de la sociedad, por tanto, el control de los medios de comunicación por parte del poder supone un control equidistante de la sociedad. Comunicación y poder tienen una relación directa. El Estado chino, y por ende el PCCh, se ha adaptado de forma continua a los retos sociales y mundiales que se les ha presentado a lo largo de los años llevando a cabo un control en la comunicación y en la hegemonía del poder mediante la aplicación de una política comunicativa asertiva.

La fundación de la República Popular de China en 1949, impulsada por Mao Zedong, implicó un refuerzo directo de la comunicación siguiendo el modelo soviético y los principios leninistas. Los medios de comunicación formaron la estructura principal de la propaganda del Partido y por lo tanto del propio Estado. Esta estrategia comunicativa se basa en una organización vertical, donde los niveles superiores de la cadena de mando, en este caso Mao, ofrece a sus subordinados la forma de actuación en torno a la comunicación.

“En los países donde los resortes de poder están en manos de la burocracia estatal [...] resulta obvio que dichos medios están al servicio de los fines de una determinada élite.”

(Chomsky, N. 1990:21)

En este momento de la historia, los medios de comunicación chinos orientaron sus esfuerzos a garantizar la propagación de una comunicación no agresiva a favor de los intereses del régimen. Estos se convirtieron en difusores de las políticas del PCCh mediante la puesta en práctica de la propaganda ejerciendo así un adoctrinamiento de la masa. Tal y como indica Ollé Manel en su estudio²⁸, en la época maoísta toda publicación tiene que pasar un filtro de control tanto por parte de la Agencia de Información Xinhua, como por el periódico *Renmin Ribao*. Ambos actores día de hoy forman parte del instrumento informativo oficial controlado por el Partido, de esta forma se limita la pluralidad de voces donde la prensa pasa a ser un instrumento de agitación y propaganda. Mediante la fundación de administraciones,

²⁸Ollé, M. (2017). *China y medios de comunicación. L'ecosistema comunicatiu xinès: des del quiosc al panòptic digital*.

supeditadas a la vigilancia del Comité Central, el Estado controlaba de forma directa la información ejerciendo sobre ella la censura mediante la puesta en práctica de estrategias comunicativas gubernamentales.

“Para Mao, los medios de comunicación deben jugar un papel central en la revolución y por eso el partido debía dotarse de unos órganos de información fuertes bajo el control del Comité Central.”

(Martínez, G. 2017:38)

Tal y como menciona Salazar Navarro,²⁹ los medios de comunicación están subordinados a la autoridad del régimen chino, esta situación provoca de forma directa que se realice una fuerte propaganda de Partido. Esta idea fue defendida por Mao en 1948, antes de la instauración de la República: *“La función y el poder de los periódicos radica en su habilidad de llevar el programa del Partido, la línea del Partido, las políticas generales y específicas del Partido, sus tareas y métodos de trabajo a las masas de la manera más rápida y extensiva posible.”* (Salazar Navarro, S. 2012:13) Con esta referencia se muestra de forma clara la impracticable disociación entre comunicación y política donde los medios de comunicación se integraron de forma completa en el sistema gubernamental sirviendo a los intereses del Partido Comunista Chino.

El papel protagonista del Estado en el control de los medios de comunicación supuso, de forma directa y a corto plazo, tensiones de los diversos medios con el propio gobierno. Esto fue debido a la instauración de una serie de medidas estatales para controlar qué se comunicaba. Esta situación supuso un duro golpe para la prensa donde el periodismo independiente prácticamente desapareció, un ejemplo es la limitación de las temáticas que se podían incluir en la *agenda setting*.

Tal y como se defiende en la obra *Comunicación y poder en Asia Oriental* *“la propaganda maoísta creó una identidad nacional china, [...] con un sentimiento de pertenencia a la revolución.”* (2017:52)

²⁹Salazar Navarro, S. (2012). *Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial.*

Tras la muerte de Mao y el ascenso al poder de Deng, los medios de comunicación tienen que hacer frente a nuevas condiciones que modifican la actuación práctica de los mismos tras la aplicación de las “cuatro modernizaciones”. El mencionado anteriormente “socialismo chino” permite una nueva política donde se otorga, en cierta medida, voz al pueblo y se ofrece un mayor espacio a la crítica siempre y cuando esta no ponga en duda las bases del gobierno chino y del Estado.

“En este sentido el gobierno hace esfuerzos por cambiar las reglas del periodismo, hacerlo menos apologético, más crítico, transformar la agenda ciudadana y proponer un enfoque de los medios como supervisores de la opinión pública.”

(Salazar Navarro. 2012:14)

Según Manuel Ollé³⁰ “a principios de los ochenta asistimos a una reconfiguración de las cuotas y formas de presión y control sobre la sociedad en todos los ámbitos y, de manera significativa, en la comunicación, la cultura y la información.” (Ollé, M. 2017:67) La incorporación de China en el mercado a nivel mundial refleja una serie de cambios directos en sus dinámicas de actuación.

La fluctuación del sistema de mercado de la época supuso la entrada paulatina de pluralidad informativa, el acceso a la publicidad marcó un punto de inflexión en la práctica de los medios de comunicación donde aflora la posibilidad de buscar financiamiento mediante la comercialización del producto periodístico. Esta situación supuso que los *mass media* no estén bajo el amparo directo de las ayudas gubernamentales chinas, pero esto no implica que no se tengan que someter a la censura.

Siguiendo las ideas de Salazar Navarro,³¹ el sistema político autoritario chino adoptó un organigrama comunicativo cuya principal característica es la comercialización de la prensa, la cual puede convertirse en una nueva forma de la construcción de la hegemonía. Es necesario tener en cuenta que el Estado no renuncia al monopolio del poder y control de la información por lo que pone en práctica mecanismos indirectos de control a los medios de comunicación.

³⁰ Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

³¹ Salazar Navarro, S. (2012). *Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial.*

A la hora de hablar de la comunicación china cobra importancia el concepto de *libro blanco*³², este se refiere a los documentos publicados por el gobierno para informar a la población y a los diferentes órganos de poder sobre determinadas decisiones.

En las tres últimas décadas se ha llevado a cabo una serie de cambios relevantes en el sistema comunicativo. Estas variaciones se pueden agrupar en cuatro épocas debido a las características subyacentes de las mismas; es importante tener en cuenta que estos cambios se producen de forma progresiva por lo que resulta complicado enmarcar de forma rígida las etapas, siendo esta una mera aproximación.

“En las tres últimas décadas se han desplegado nuevos medios, formatos y espacios, y márgenes de expresión y comunicación. Se ha pasado de un modelo de prensa única, que actuaba de portavoz del PCCh, a un abanico de opciones donde el mercado y la audiencia marcan el territorio, y donde los profesionales generan y defienden espacios independientes y limitadamente críticos, sobre los cuales el Partido intenta ejercer control y censura, a menudo de forma indirecta, descentralizada y subcontratada a las mismas empresas y periodistas.”

(Ollé, M. 2017:69)

En el estudio mencionado anteriormente de Salazar Navarro, da a conocer una aproximación a las etapas teniendo en cuenta las novedades y cambios más relevantes en referencia a los medios de comunicación.

En primer lugar, una etapa se desarrolla entre 1979 y 1989. Este período se caracteriza por la puesta en marcha de las cuatro modernizaciones de Deng, donde China de forma progresiva pasó a convertirse en un actor relevante en el mercado exterior. La apertura del mercado de este país asiático supuso a su vez el comienzo de la expansión de su sistema comunicativo donde se superó el modelo de prensa maoísta, basado en la propaganda del régimen, transformándose a la adaptación de una política más abierta y tolerante por parte del PCCh. Un ejemplo de ello es el surgimiento en Pekín del *Movimiento del Muro de la Democracia* donde diversos ciudadanos chinos expusieron al público sus puntos de vista de la sociedad. En este *muro* se desplegó un tipo de periodismo ciudadano y de denuncia mostrando sus críticas al sistema.

³²Beina, X., & Eleanor, A. (2017, febrero 17). *Media Censorship in China*.

“Aquella primavera informativa fue apaciguada con detenciones sonadas de los que defendían reformas democráticas. Esta efímera apertura informativa podría parecer innovadora, pero era en realidad el último avatar del tipo de lucha político-informativa de la revolución Cultural.”

(Ollé, M. 2017:70)

En 1983 se lleva a cabo una descentralización de la televisión china dividiéndola en cuatro niveles, a saber: centro, provincia, ciudad y país. En este caso el medio de comunicación China Central Television (CCTV), perteneciente hasta 2018 a la estructura comunicativa CRFTG y actualmente integrado en China Media Group, sigue teniendo un control y una vigilancia directa del PCCh. En contra, el resto de las televisiones se regularon por autoridades de menor nivel tal y como pueden ser las autoridades locales.

En esta etapa se llevan a cabo acuerdos de cooperación entre inversores privados y las entidades públicas en relación a las actividades comerciales de comunicación y transmisión. Se establece una regulación en la que los medios de comunicación no pueden tener una presencia extranjera mayor al 50%, a su vez deben estar asociados con un empresa china y deben tener el beneplácito de una institución oficial china. De esta forma se produce un crecimiento paulatino en las instituciones mediáticas y la orientación de sus comunicaciones a la sociedad.

Esta época finaliza en 1989 a causa de las protestas en Pekín, en concreto en la plaza de Tiananmen. Un grupo de estudiantes, apoyadas por parte de la sociedad china, salieron a las calles demandando una mejora en el sistema económico y social debido a las altas tasas de desempleo e inflación del *Renminbi*.³³ Esta manifestación tuvo una culminación directa en la censura de los medios de comunicación donde China expulsó a la prensa extranjera y controló de forma directa la cobertura mediática llevada a cabo durante este acontecimiento.³⁴

La segunda etapa abarca desde 1989 hasta 1992, tras el inicio de protestas impulsadas por estudiantes chinos que provocó tensión en toda la sociedad de este país. Tal y como indica Salazar Navarro,³⁵ a esta situación se le suma la decisión de la State Press and

³³ *Renminbi* (RMB). Moneda oficial de China cuyo significado es "moneda del pueblo".

³⁴<https://www.rtve.es/noticias/20190604/masacre-tiananmen-matanza-silenciada-china-30-anos-despues/1950580.shtml> Acceso 20 de abril de 2020.

³⁵ Salazar Navarro, S. (2012). *Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial*.

Publications Administration (SPPA) de retirar el financiamiento de los medios de comunicación por parte del Estado. Este fue un cambio que modificó drásticamente la forma de actuación por parte de los medios a la hora de informar; es importante subrayar que este retiro de subvenciones estatales directas por parte del gobierno no afectó a la totalidad de los *mass media* sino a una amplia mayoría.

Este cambio en la financiación de la comunicación fue posible debido al aumento de influencia por parte de la publicidad y los ingresos que recibían los medios de comunicación permitiéndoles una cierta independencia en referencia al Estado. En este momento la programación informativa pasa a depender en gran medida del mercado informativo y del ocio con la realización de contenidos más atractivos orientados a un público mayoritario. Para ello, la oferta informativa se basa en temáticas relacionadas con el entretenimiento y el poder blando. Los medios de comunicación, a causa de la censura y el control, son contrarios a ofrecer informaciones que hagan referencia al Estado, siendo esta una práctica de autocensura por parte de los *mass media*.

“Todos los grandes periódicos, excepto unos pocos órganos del PCCh, debían autofinanciarse para 1994, por lo que debieron recurrir a estrategias de mercado para ganar lectores, como por ejemplo la publicación de ediciones dominicales.”

(Salazar Navarro. 2012:11)

En este sentido, podemos relacionar esta situación de forma directa con el libro de *Los guardianes de la libertad* de Noam Chomsky, en concreto al segundo filtro “*para hacer negocios se necesita el beneplácito de la publicidad*”. Este filtro indica que la publicidad ha jugado un papel importante en el aumento de la concentración empresarial, donde los anunciantes eligen de forma selectiva su posición en determinados medios de comunicación. De esta forma, los anuncios comerciales empiezan a afectar de forma directa al sistema comunicativo donde los *mass media* diseñan sus contenidos en referencia a los aspectos más publicitarios para conseguir un mayor número de inversores. Esta situación ofreció una mayor libertad pero siempre dentro de unas limitaciones gubernamentales, tal y como indica Manuel Ollé³⁶ “*El PCCh relajó de forma lenta y gradual el control directo sobre los procesos*

³⁶ Ollé, M. (2017). *China y medios de comunicación. L'ecosistema comunicatiu xinès: des del quiosc al panòptic digital.*

económicos, sociales, comunicativos y culturales sin por ello renunciar en nada al monopolio del poder.” (2017:2)

Por su parte el PCCh impulsó mecanismos indirectos de control y tutela de los medios de comunicación con la puesta en práctica de la Agencia General de Prensa y Publicaciones (GAPP) encargada de regular la publicación de los medios de comunicación y la expedición de licencias. Estas son solo una parte de las características de esta Agencia ya que se profundizará más detalladamente en el apartado posterior.

De esta forma los medios de comunicación poseían una libertad relativa a la hora de publicar informaciones y ofrecer contenidos a sus públicos pero siempre bajo los estándares del Estado.

La tercera época a la que se hará referencia comienza en 1992 y concluye con la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001. La introducción de China en esta organización supuso el inicio del cambio del país hacia una economía más liberalizada en relación con los mercados exteriores. Otro punto a tener en cuenta es la abolición por parte de la SPPA de suscripción a periódicos partidistas del PCCh.

La entrada de internet al panorama informativo supuso centrar la atención por parte del ejecutivo en un sistema comunicativo más aperturista pero siempre bajo el yugo de la censura.

Surge en este momento la “periferia informativa”, esta se caracteriza por la autorización por parte del Estado de crear nuevos medios de comunicación de menor envergadura tal y como son los diarios locales o regionales.

En este momento los medios de comunicación chinos orientan su actividad periodística no tanto al uso de la comunicación como un arma política sino basada en un negocio. Para ello se indaga en buscar diferentes medidas para obtener beneficios de forma independiente; la búsqueda de publicidad y de anunciantes se convierten en una pieza fundamental a la hora de financiarse.

La expansión internacional de China, tras la entrada en la OMC, supuso una apertura de su mercado y por ende una expansión de los sistemas de comunicación y telecomunicaciones.

En relación con el primer filtro “*magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación*” de Noam Chomsky en su obra *Los Guardianes de la libertad* se determina que la propiedad y orientación de los medios de comunicación influyen de forma directa en los intereses de los mismos. De esta forma se difunde un mensaje que sigue unos intereses partidistas, tanto por parte del gobierno con la aplicación de la censura, como de la empresa de comunicación.

“Por primera vez en 50 años los medios no solo adquieren independencia financiera del gobierno, sino que también comienzan a reportar cuantiosos dividendos a la economía nacional. Con el apoyo financiero de los anuncios comerciales, comenzaron a aparecer nuevas organizaciones mediáticas lo cual cambió radicalmente el entorno comunicativo.”

(Salazar Navarro. 2012:11)

Tal y como se ha mencionado con anterioridad el nivel de dependencia económica aplicado con las ayudas estatales influyen a la hora de organizar los medios de comunicación. En el estudio de Salazar Navarro, al cual se hizo alusión en el desarrollo de este proyecto, se determina que los medios de comunicación forman tres categorías en referencia a la dependencia financiera estatal.

En primer lugar los medios controlados de forma directa por el gobierno son los medios de comunicación oficiales. En este apartado es destacable el caso de China Media Group debido a que este conglomerado incluye, entre otros medios, la La Televisión Central de China (CCTV), la Radio Nacional China y la Radio China Internacional.

En segundo lugar el Estado lleva a cabo un control indirecto sobre determinados medios de comunicación tal y como son los que tradicionalmente no estaban afiliados a las instituciones locales y centrales del gobierno.

Por último, los medios que tienen una independencia del gobierno, en su mayoría blogs, tienen que acatar una serie de regulaciones generales a la hora de hablar de temas sensibles tal y como es la situación de Taiwán o el Tibet.

La última etapa es la que actualmente está inmersa tanto China como los países a nivel global. El acceso a internet y la expansión de las telecomunicaciones han cambiado en gran medida la forma de comunicarse y de informarse por parte de los ciudadanos.

Actualmente los medios de comunicación chinos tienden a una concentración empresarial con la puesta en marcha de grandes grupos mediáticos, estos a su vez cuentan con presencia de empresas mediáticas transnacionales. Los grupos mediáticos más importantes se concentran en las zonas de economía especial tal y como es Pekín o Shangai; de esta forma se comienza a generar un mayor grado de competencia en el mercado de la información, tal y como indica Manuel Ollé, una *pluralidad informativa relativa*. Actualmente las estructuras mediáticas más importantes en China son: China Media Group, Shanghai Media & Entertainment Group (SMEG), Phoenix Satellite Television (PST) y STAR Group.³⁷

La proliferación de los medios de comunicación y las informaciones que estos vierten a la sociedad dificulta en gran medida el control por parte del Estado, agravada a su vez por la presencia de internet. Este organismo no es capaz de llevar a cabo una ocultación íntegra de las noticias que le afectan de forma negativa, por lo tanto para conseguir el menor impacto posible de este tipo de publicaciones, el Gobierno orienta sus esfuerzos a la interpretación y a la canalización de la opinión pública mediante la figura del *spin doctor*. Es posible relacionar de forma directa este hecho con el cuarto filtro de Noam Chomsky,³⁸ “*con el mazo dando de los reforzadores de opinión*”, en el que cobra importancia la figura de *los reforzadores de opinión (spin doctor)*. Estos profesionales del gabinete de comunicación política son los encargados de emitir respuestas críticas hacia una determinada noticia que afecte de forma negativa a los intereses del Partido Comunista Chino y a los del propio Estado. De esta forma se reorienta la información de estas noticias negativas o peligrosas para el régimen amortiguando el impacto político negativo en la sociedad mediante una crítica interna y a su vez se incapacita los mensajes de terceros que buscan desestabilizar al poder con este tipo de informaciones peyorativas.

“El margen de apertura informativa que acepta hoy en día el PCCh es importante, pero sigue siendo limitado y reiteradamente negociado.[...] El ensanchamiento de los márgenes informativos responde sobre todo a una estrategia dinámica de supervivencia y adaptación del poder a una presión constante de los profesionales y las audiencias y los públicos lectores, que han aprovechado y ensanchado la ambigüedad en la capacidad de control.”

(M. Ollé. 2017: 79-80)

³⁷ <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/> Categoría extraída el 10 de marzo de 2020.

³⁸ Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.

La vicisitud experimentada en los últimos años por parte de los medios de comunicación chinos está relacionada de forma directa tanto con el poder como con el mercado. Actualmente la sociedad, referente al pueblo chino pero esta idea se puede extrapolar a nivel mundial, consume de forma mayoritaria una temática basada en productos de entretenimiento, ocio y humor caracterizados por un uso frecuente de las emociones. La férrea censura y las campañas ideológicas en la época de Mao han influenciado en gran medida este comportamiento donde parte de la sociedad china opta por consumir productos relacionados con el poder blando, mostrando un desinterés referente a las cuestiones políticas en general.

La China contemporánea y el aperturismo dinámico de los medios de comunicación hoy en día suponen que el propio ciudadano chino busque el entretenimiento. Se lleva a cabo una promoción del *Panem et Circenses*, tal y como defiende Manuel Ollé³⁹ *“la irrupción de la evasión y el espectáculo como fórmula de acompañamiento del proceso de autorrepresentación y como fórmula de despolitización y de banalización del espacio informativo en los medios, es más que reseñable.”* (2017: 80) Esta consideración se puede relacionar de forma directa con la idea de Li Xinguang⁴⁰ de que el periodismo en China es una *cultura entre anuncios o pseudoperiodismo*.

“En el periodismo entre anuncios el objetivo es desinformar, engañar y manipular a la audiencia. Los medios de información se leen, suenan y parecen verdadero periodismo. La gente presta su tiempo, su atención y su confianza a algo que creen que es periodismo.

Pero no es periodismo real.”

(Li Xiguang. s.f. 2)

Tal y como defiende Ramón Reig⁴¹ *“no estamos ya en un mundo unipolar encabezado únicamente por los Estados Unidos sino que a esta potencia le han salido otros países que compiten con él por la supremacía en la humanidad.[...] De aquel mundo bipolar entre comunismo y capitalismo hemos pasado a un mundo que aspira a ser multipolar y en gran*

³⁹ Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

⁴⁰ Xiguang, L. (s. f.). ¿Cómo contar la verdad sin ofender a la prensa? El impacto de la comercialización en los medios de comunicación chinos

⁴¹<https://comunicacionypensamiento.org/inicio/ponencia/poderes-internet-y-ciudadania-el-equilibrio-del-temor-y-del-terror/> Acceso 20 de marzo de 2020.

medida lo está consiguiendo.” Actualmente los medios de comunicación chinos buscan mostrar una independencia en relación de la aplicación de teorías comunicativas occidentales. Para ello se ha intensificado la elaboración de productos mediáticos asiáticos, así como el intercambio de géneros, la fusión transnacional de medios de comunicación o el aumento de la producción de información internacional. Estas características ponen en manifiesto el inicio de la envergadura mundial de los medios de comunicación chinos en el panorama internacional, modificando en cierta forma la información que se transmite en referencia a la *agenda setting*.

Un estudio comparativo llevado a cabo por Hassid J. en 2011⁴² categoriza los principales grupos de profesionales periodistas dependiendo de su forma de comunicar la información a la sociedad.

En primer lugar diferenciamos el *American-style professionals*, conocido de forma popular como *watchdog*. Este tipo de periodismo se relaciona en gran medida con los códigos éticos de veracidad, neutralidad y objetividad donde la subjetividad o las opiniones están ausentes del texto periodístico. La puesta en práctica de este periodismo es muy limitada en China y queda relegada a un tipo de periódicos más formales tal y como es el *Nanfang Zhoumo*.

“La cuestión fundamental es que la mayoría de medios de información y periodistas chinos no creen tener la responsabilidad de informar al público con noticias y opiniones rigurosas, contrastadas e imparciales.”

(Li Xiguang. s.f. 2)

En segundo lugar se hace mención a los *communist professionals*. Estes periodistas están relacionados de manera directa tanto con el Estado como con el PCCh marcando la pauta de los contenidos que se ofrecen. Estos profesionales, y por lo tanto en los medios que trabajan, tienen una baja independencia siguiendo el principio maoísta de que la comunicación tiene que servir a los intereses del Estado y mantener el *statu quo*. Estos

⁴²Hassid, J. (2011). Four Models of the Fourth Estate: A Typology of Contemporary Chinese Journalists. *The China Quarterly*.

profesionales, a pesar de que cada vez son menos, representan a los medios de comunicación chinos más poderosos tal y como es el grupo mediático China Media Group.

En tercer lugar se diferencian los *workday journalists*. Estos periodistas tienen una baja dependencia estatal y promoción. Esta categoría hace referencia a un grupo diverso, sin una tendencia marcada, cuyo objetivo principal es la evasión de la línea política evitando así una posible controversia con el Estado.

Por último está el *advocacy professional*. Este grupo de profesionales poseen una alta independencia y su trabajo es valorado en gran medida en la sociedad china. Los temas a por estos profesionales son de interés social o cuya temática se relacione con el poder blando difundido con un mensaje con un alto contenido emocional.

Los países con una economía emergente están comenzando a adquirir fuerza y crecimiento en el mercado global, estos países conforman la sigla BRICS⁴³ la cual hace referencia a Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica. La globalización implica el desarrollo de las nuevas tecnologías y una creciente importancia respecto a la telecomunicación y el acceso a internet. Por lo tanto este proceso tiene una conexión directa con el desarrollo de los sistemas de comunicación y la estructura mediática, afectando directamente a la libertad de expresión y la libre información que promulga la Constitución china. Ante esta situación de expansión, China ha mostrado en todo momento su intención de salvaguardar las características propias de su sociedad, evitando perder su esencia tras la apertura del país al resto del mundo.

El sistema actual de los medios de comunicación chinos está relacionado de forma directa con el modelo comercial mundial y la globalización. La censura se ha incrementado en los últimos años donde el gobierno chino busca salvaguardar el poder de control y censura de los medios de comunicación.

“Desde 2008 no ha dejado de crecer el control, la censura y la voluntad de recuperar la hegemonía del discurso ideológico. Las turbulencias internas del régimen, marcadas por crisis sucesorias [...] han influido en una acumulación inusitada de poder de Xi Jinping y en una voluntad más férrea de control informativo.”

(M. Ollé 2017:80-81)

⁴³ Siglas extraídas del libro: Reig, R., & Labio, A.(Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona, España: Anthropos Editorial

Hoy en día, gracias al desarrollo de las telecomunicaciones e internet mediante un click una persona puede tener acceso a información de todo el mundo. El avance de las nuevas tecnologías afecta de forma directa a la información y a la comunicación ante esta situación China ha centrado especial atención en controlar el flujo de los datos procedente del exterior. Para ello ha erigido una *muralla virtual*, siendo esta una red alternativa adaptada a las características y necesidades de la sociedad china; de esta forma se ha creado una *Gran Muralla China* en torno a la comunicación en la red donde el control de las informaciones ha sido, como se ha visto, un objetivo principal por parte del Gobierno.

“China tiene una gran muralla, es el mayor sistema de censura digital en todo el mundo. No es solo para defender el régimen chino del extranjero de los valores universales sino también para evitar que los ciudadanos chinos tengan acceso a un internet libre y mundial y también para separarlos en bloques. El internet tiene dos internets, uno es el internet y otro el “Chinanet”. [...] Se lleva a cabo una lucha continua de la censura del Gobierno y los usuarios de internet.”⁴⁴

(Anti, M. [TED]. (2012)

Por lo tanto es posible afirmar que en *China hay dos redes: la global y la china*; para ello el gobierno chino ha desarrollado buscadores, redes sociales y plataformas orientadas a diferentes ámbitos a nivel mundial dejando relegados a las plataformas estadounidenses que ofrecen estos servicios

El periodista chino Michael Anti, en una conferencia TED titulada *Behind the Great Firewall of China* defiende que China es un país enfermo (SICK) “*terminología acuñada en el expediente de la salida a bolsa de Facebook, según este documento los países SICK son Siria, Irán, china y Corea del Norte. Los cuatro países que no tienen acceso a Facebook. China es un BRIC SICK.*”

⁴⁴ https://www.ted.com/talks/michael_anti_behind_the_great_firewall_of_china/up-next#t-270764. Acceso 15 de abril de 2020.

Tal y como defiende Ramón Reig⁴⁵ “*el efecto de internet es doble: sirve para el conocimiento de los ciudadanos y para el control de los mismos.*” En esta conferencia Reig relaciona de forma directa con una de las premisas extraídas del libro del *El Príncipe* de Maquiavelo en referencia al uso de las armas.

“Para conservar con seguridad sus Estados algunos príncipes creyeron que era su deber desarmar a sus vasallos y otros varios engendraron divisiones en los países que les estaban sometidos.. [...] No hubo nunca príncipe nuevo alguno que desarmara a sus gobernados. Al revés, cuando los halló desarmados, los armó siempre él mismo . Si obras así, las armas de tus gobernados se convierten en las tuyas propias, los que eran sospechosos se vuelven fieles, los que eran fieles se mantienen en su fidelidad y los que no eran más que sumisos se transforman en partidarios de tu reinado.”

(Maquiavelo. 2019:127)

Es posible trasladar esta idea de Maquiavelo del uso de las armas a la actualidad: Gracias a las nuevas tecnologías y el acceso a internet se ha dado a la ciudadanía el acceso a un sin fin de herramientas, armas, para ser finalmente dominados por el poder. A pesar de que la población china tiene acceso a internet esta población está situada en una *utópica prisión*, defendida por el filósofo Jeremy Bentham debido a que “*el prisionero es siempre visible, siempre observado sin que se de cuenta.*” (Ollé. M. 2017:105)

En 2010 China elabora un *libro blanco* sobre la “Situación de Internet en China”⁴⁶ en el que se establece el uso de internet en relación directa a la comunicación de sus ciudadanos. El 7 de noviembre de 2017 la República Popular de China elabora una Ley de ciberseguridad la cual “*genera el soporte legal que justifica las medidas de monitorización y control del tráfico de internet con las que cuenta actualmente el Gobierno Chino*” (Ramírez Morán 2017:2)⁴⁷

De esta forma, teniendo en cuenta todas las características vistas hasta ahora es posible afirmar que la información pasa a considerarse un elemento que forma parte de las transacciones económicas y comerciales. El Estado Chino ha sido el encargado de desarrollar

⁴⁵<https://comunicacionypensamiento.org/inicio/ponencia/poderes-internet-y-ciudadania-el-equilibrio-del-temor-y-del-terror/> Acceso 20 de marzo de 2020.

⁴⁶https://www.abc.es/economia/abci-china-publica-libro-blanco-sobre-internet-y-asegura-seguira-controlando-201006080300-140244822970_noticia.html Acceso 10 de abril de 2020.

⁴⁷ Ramírez Morán, D. (2017, enero 4). Ciberseguridad en China

la industrialización y la economía de mercado, buscando en todo momento la perpetuación del sistema político chino.

“Los medios de comunicación desempeñan una función vital para el régimen chino. Operan como una herramienta que controla la presión exterior y evita la tensión interior para garantizar la identidad de China.”

(Hermoso, P., Real Rodríguez, E. & Aguidez Calvo, P. 2010: 5)

Esta evolución del sistema mediático chino a lo largo de los años ha marcado en gran medida la información ofrecida por los medios de comunicación, además el Estado ha modificado de forma exponencial la actuación en la que el propio gobierno regula la información acercándose así a un control maoísta a través de la censura y la propaganda.

Actualmente, debido en gran medida a las reformas aperturistas y a la entrada de China en la economía de mercado, es más complicado realizar una censura explícita. Mediante la puesta en práctica de mecanismos de consenso de la opinión pública y el refuerzo de la supervisión pública de los medios de comunicación se permite a la población un espacio para la crítica donde los límites están orientados hacia declaraciones que desestabilicen el modelo chino.

A pesar de la convergencia de los mercados internacionales, caracterizados por un menor intervencionismo y una tendencia a la apertura, esto no implica la cesión de la importancia del PCCh en diversos ámbitos, como en la comunicación. La digitalización y los avances en el campo de las telecomunicaciones y los medios de comunicación, mantienen su hegemonía sobre la difusión de información adaptando los mecanismos de control a la sociedad cambiante actual.

“Mantener el entramado institucional del país es un objetivo que se sostiene precisamente por ese control de la información. Sin embargo, conviene subrayar que el debate político sí existe en los medios chinos, si bien es cierto que se controla su difusión con el fin de evitar disensiones que arriesguen el «estatus quo» en momentos complicados para el gobierno en el poder.”

(Hermoso, P., Real Rodríguez, E., & Aguidez Calvo, P. 2010: 6)

4.2. FORMA DE CONTROL POR PARTE DEL ESTADO

Para profundizar en esta temática es necesario una perspectiva diacrónica de la evolución de los sistemas mediáticos para poner en relieve la influencia del Estado chino sobre los mismos. Tras las reformas aperturistas, China no solo propició un cambio en el campo de la economía y las exportaciones sino que influenció en gran medida a la actividad periodística, no solo a nivel nacional sino a también a un ámbito global.

Debido a la opacidad del propio sistema chino, es complicado obtener el acceso directo a las leyes y regulaciones que se llevan a cabo dentro del país. Esta búsqueda está limitada desde un primer momento donde una indagación en la página oficial⁴⁸ solo muestra un total de 71 regulaciones y leyes desde el año 2007 hasta el año 2017. Estas normativas hacen referencia a diferentes ámbitos, cuya publicación es intermitente en el tiempo.

Es importante destacar, debido a la aplicación de este estudio, que el gobierno chino no ha fomentado una ley que regule la actividad periodística en el país a pesar de que en 1980 el Comité Central aprobó la puesta en marcha de la redacción de una normativa de prensa pero las manifestaciones derivadas en 1989 en la plaza de Tiananmen paralizaron esta elaboración. Desde entonces diversas voces de la sociedad han mostrado la necesidad de la elaboración de una ley para la práctica de la actividad periodística, en una entrevista llevada a cabo por *People's Network.Media Channel*⁴⁹ en 2010 a Zhan Jian, profesor y director del Departamento de Periodismo y Comunicación, determina que *“la legislación para los medios de comunicación debe ser una parte muy importante del sistema legal.”*

“En China nunca se gobernó con leyes sino con consignas y con el entusiasmo generado por ellas en las masas. El Partido y el gobierno siempre intentaron hacerse obedecer a través del seguimiento de la consigna, no de las normas jurídicas.”

(Ríos, X. 2007:110)

En este país asiático no existe una ley exclusiva para la actividad periodística pero se ha diversificado en diferentes ámbitos como por ejemplo la emisión de un Reglamento de la Administración de Productos Audiovisuales, la cual entró en vigor el 1 de febrero de 2002.

⁴⁸ <http://english.www.gov.cn/archive/lawsregulations/> Acceso 13 de abril de 2020.

⁴⁹ <http://media.people.com.cn/GB/22114/42328/145310/8792516.html> Acceso 13 de abril de 2020.

La característica principal de este reglamento es la regulación de los productos audiovisuales utilizados para la transmisión de radio y televisión.

*Reglamento de la Administración de Productos Audiovisuales. Artículo 1:*⁵⁰ “Los reglamentos se promulgan para fortalecer la administración de productos audiovisuales, promover el desarrollo saludable y el florecimiento de los productos audiovisuales, enriquecer la vida cultural de las personas y promover la construcción de material socialista y una civilización espiritual.”

Hasta el año 2004 las actividades de producción y gestión de radio y televisión de compañías de capital extranjero estaban restringidas. A partir de 2007 la Asamblea Nacional Popular de China emite la Primera Ley sobre el Derecho de la Propiedad la cual prohíbe la participación externa en este tipo de actividades sin que un socio chino tenga un porcentaje accionario mayoritario. Begoña de Suso, abogada de la oficina de Shanghai⁵¹ determina que “*el debate previo suscitado sobre la constitucionalidad de la Ley ha hecho que ésta sea percibida más como un evento político que como una verdadera reforma del sistema legal.*”.

Esta ley recoge dos principios básicos. En primer lugar se reconoce de forma expresa la protección de la propiedad privada y la propiedad pública. En segundo lugar se determina que el Gobierno es el responsable en el caso de la posible exportación de la propiedad privada.

Esta regulación constituye un marco jurídico más seguro para la iniciativa privada, influyendo directamente en las actividades llevadas a cabo por los medios de comunicación cuya parte de su propiedad está en manos de empresas extranjeras. Este acontecimiento sumado a la entrada de China en la OMC provocaron un mayor aperturismo del mercado comunicativo.

Pero en la práctica, China no cumplió con los compromisos adoptados en estas normativas, esta situación de tensión con los inversores extranjeros y el incumplimiento en la normativa en referencia al mercado de las importaciones y de distribución orientadas al sector audiovisual provocó que en 2007 Estados Unidos solicitase a la Organización Mundial del

⁵⁰ http://english.www.gov.cn/archive/laws_regulations/2014/08/23/content_281474983043791.htm Acceso 13 de abril de 2020.

⁵¹ <https://studylib.es/doc/4920535/la-nueva-ley-sobre-el-derecho-de-propiedad-en-china> Acceso 14 de abril de 2020

Comercio la puesta en marcha contencioso contra China. Tras una investigación los expertos de la OMC determinan que este país asiático ha violado sus compromisos referentes a la apertura comercial de la importación de productos de entretenimiento. Además especifica que China impide a las sociedades extranjeras distribuir en el país productos de entretenimiento violando así los compromisos asumidos con la OMC.

“Los compromisos alcanzados con la OMC han acelerado la apertura del sistema de importación y distribución de los productos de entretenimiento [...] al menos por lo que se refiere a la ruptura de los monopolios de las agencias nacionales. El Estado chino ha creado diversas empresas públicas para cada sector de los medios de comunicación autorizadas para importar productos de entretenimiento extranjeros. Por ejemplo, China Film Group es la única sociedad autorizada para la importación de películas extranjeras destinadas a la distribución en salas cinematográficas, mientras que China National Publications Import and Export Corporation (Cnpi) posee el monopolio de la importación de productos musicales y audiovisuales.”

(Giuseppe Richeri. Número 95, revista TELOS. 2013:21)

La estructura de poder en China ha llevado a cabo mecanismos para el control del flujo de la información y la forma de transmitirla a la sociedad. Este sistema comunicativo tiene muy presente la importancia de su propia cultura, de la cual subyacen determinados valores afectando a la estructura tanto social, política o económica; estos valores influyen en gran medida a hora de elaborar informaciones por parte de un medio de comunicación.

Para controlar la emisión de las noticias el Estado chino, y por consiguiente el PCCh, ha creado una telaraña de intereses en la que se conecta de forma directa la administración con los medios de comunicación.

“A lo largo de la Prehistoria y la Historia, los seres humanos han ido levantando estructuras de poder que, poco a poco, han acabado en manos minoritarias. Y toda estructura de poder precisa de una estructura informativa que generen mensajes encaminados a preservarla.”

(Reig, R., & Labio, A. 2017:24)

Un ejemplo de este control orientado a la comunicación se produce durante la Dinastía Song. Tal y como indica el libro *Comunicación y poder en Asia Oriental* los primeros manuscritos impresos tuvieron que pasar el visto bueno de una oficina imperial que controlaba el flujo de la información.

Este es un ejemplo de censura y control en la prensa en la historia China, pero a lo largo de los años este país asiático se ha adaptado rápidamente a las necesidades subyacentes de la comunicación. Un punto de inflexión en la historia china es la liberalización del mercado exterior y la entrada en el panorama mundial como superpotencia emergente. La fuerza de la globalización impulsó la expansión de China y la apertura comercial, además, supuso el consentimiento de entrada de potencias extranjeras en el entramado de mercado con la colaboración y empresas mixtas.

La llegada de internet abrió un mundo de posibilidades para la comunicación, donde los ciudadanos expresan sus opiniones en la red sobre una gran variedad de temas. Esta situación provocó que el propio Estado temiese el acceso masivo a información internacional China, para controlarlo se fundó la *muralla virtual* y la censura en la red.

“Ante el aumento de los mecanismos de participación política, incluida la prensa, se generalizó la idea de que una mayor intervención del pueblo podía desembocar en episodios de inestabilidad y, eventualmente, en una reducción del poder de las élites. Esta tesis se tradujo en la creación de mecanismos de control de la información (censura previa, cierre de publicaciones, sanciones a periodistas) y en la participación de las autoridades en la producción informativa.”

(Martínez Taberner, G. 2017:32)

El Estado y el PCCh crearon administraciones propias dedicadas por completo al control de la información y el flujo de la misma ; el objetivo principal fue el mantenimiento del *statu quo* en el país asiático.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la comunicación y el control de esta está ligado al propio PCCh. En el seno de la cúpula del poder chino subyace la figura del Politburó encargado de establecer el liderazgo de la información, llevar a cabo métodos de regulación de la comunicación y la creación de administraciones específicas encargadas de los órganos de propaganda.

A pesar de la opacidad del gobierno chino, la lectura de diversos trabajos y libros que buscan dar a conocer el sistema de control estatal de los medios de comunicación, supone la aportación de luz a un tema incierto. Es importante tener en cuenta la dificultad de acceso directo a las fuentes de información a causa de la limitación de datos verídicos dispensados por el gobierno y el control de los mismos.

Tal y como indica el libro *Comunicación y Poder en Asia Oriental* la figura del Politburó está vinculado con el Comité Permanente del Politburó, formado por siete miembros, su supervisión depende directamente de Xi Jinping.

En este punto diferenciamos el Grupo Central de Liderazgo para el Trabajo Ideológico y de Propaganda (中央宣传思想工作领导小组 Zhōngyāng xuānchuán sīxiǎng gōngzuò língdǎo xiǎozǔ) y el Comité Central para la Construcción de la Civilización Espiritual (中央精神文明建设委员会 Zhōngyāng jīngshén wénmíng jiànshè wěiyuánhùi).

La función principal para la creación de estos departamentos es llevar a cabo una efectiva supervisión del sistema de propaganda dirigido a todos los ámbitos de la sociedad china. El ámbito históricamente más utilizado en el uso de la propaganda es la educación y los medios de comunicación, pero también se pueden ver signos del uso de un mensaje partidista en el deporte o el turismo.

Siguiendo las ideas iniciales de este proyecto, los medios de comunicación dependen de la intervención estatal, a su vez estos pueden poseer una dependencia financiera con el Estado de forma directa, indirecta o nula siendo estos los medios de comunicación más independientes pero a la vez son minoritarios y casi inexistentes.

El control que realiza China en los *mass media* parte de los niveles más altos, mediante una estructura de comunicación vertical, donde el personal clave en la comunicación tal y como son los directores, son elegidos por el Comité y los departamentos mencionados anteriormente. En este punto se establece una relación directa del poder con los profesionales de la comunicación donde el propio gobierno chino asegura el alineamiento generalizado de los *mass media* mediante la puesta en práctica de un examen para poder ejercer la actividad periodística en el país. Además los medios de comunicación y el gobierno llevan a cabo reuniones periódicas en las que se establecen una serie de pautas y criterios a la hora de informar.

Estas medidas son solo el inicio de cómo se mantiene una conexión directa de los medios de comunicación y las estructuras mediáticas con el poder con la intención comunicativa propagandística del régimen y por subyacente del Partido Comunista Chino.

Junto estos dos organismos se funda el Departamento de Propaganda del PCCh (中共 宣传部 Zhōnggòng xuānchuán bù) el cual regula la información que se publican en los medios de comunicación.

Bajo la supervisión de estos tres órganos reguladores pertenecientes a la estructura del propio Estado se fundan la Oficina de Información del Consejo de Estado (州政府新闻办公室 Zhōu zhèngfǔ xīnwén bàngōngshì) encargada de llevar un control sobre el estamento periodístico. La función de esta oficina es la realización de un control a priori de la información mediante la orientación de criterios de comunicativos, la elaboración de guías de tratamiento y la puesta en marcha de forma semanal sesiones de trabajo con los máximos responsables de los medios de comunicación.

La característica principal de la forma que tiene China de controlar los medios de comunicación es la elaboración de una estructura de control y supervisión donde los artículos sobre temas sensibles para el Estado deben pasar por diferentes niveles de control. Para mantener una efectividad en este planteamiento, el sistema de comunicación chino, realiza de forma periódica una reorganización para asegurar el control y la supervisión de la información. De esta manera se produce un endurecimiento del control respecto a medios de comunicación que tengan un impacto en la opinión pública.

Los pilares en los que se sustenta la actividad de control sobre los medios de comunicación son los siguientes.

Por un lado la Administración General de Prensa y Publicaciones (GAPP) (中华人民共和国新闻出版总署 Zhōnghuá Rénmín Gònghéguó Xīnwén Chūbǎn Zǒngshǔ) encargada del control y la monitorización de los medios de comunicación escritos, abarca tanto impresos como electrónicos.

Esta Agencia es la encargada del control de la información a priori. Entre sus funciones se destaca en primer lugar la autorización de emitir las licencias de publicación,⁵² (坎 *Kanhao*) en ellas se determina la información sobre el lugar de edición, la temática o el tipo de publicación. Una característica indispensable para conseguir esta licencia es que el medio de comunicación que la solicite debe estar respaldado por una institución oficial china; esto supone que en el caso de que exista algún problema con una determinada información este organismo es el encargado de responsabilizarse de la línea editorial del medio. De esta forma se asegura la relación directa del medio de comunicación con el Estado.

En segundo lugar la GAPP se encarga de administrar los derechos de propiedad intelectual. Por último emite los carnés de periodistas(记者证 *xinwen jizhe sheng*) obligatorios para ejercer la actividad periodística en el país. Estos carnés tienen una gran relación con el poder ya que para conseguirlo es necesario ratificar una prueba escrita basado en la filosofía marxista y comunista, es como una especie de “examen ideológico”. Sin este documento identificativo un profesional de la comunicación no puede ejercer su trabajo en este país asiático, los trabajadores que ya superaron esta prueba deberán actualizarlo con regularidad. Tal y como defiende la Agencia de información Xinhua⁵³ *“entre los que no se encuentran permitidos a solicitar el nuevo carné están los individuos que ocupan puestos no cercanos a la información y edición de noticias o reporteros que tienen registros negativos por conductas indebidas.”*

Por otro lado la Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión (SARFT - 国家广播电视总局 *Guójiā guǎngbò diànyǐng diànshì zǒngjú*), es la apoderada en la vigilancia de los medios audiovisuales ejerciendo un control directo sobre los mismos. Principalmente controla los servicios públicos oficiales de radio y televisión; a saber: China National Radio (CNR), China Radio International (CRI) y la televisión China Central Television (CCTV). Esta Administración es la encargada de control del servicio de radio exterior así como de la emisión de licencias orientadas tanto a la radio, la televisión, como a la industria del cine. Para que se aprueben los contenidos de emisión, sobretodo en relación con el cine y la televisión, es necesario que informen a sus superiores de una hoja de ruta que debe obtener la

⁵² El *Kanhao* 坎 es un código indispensable para llevar la puesta en marcha de un medio de comunicación escrito. El medio de comunicación no puede ser una entidad privada ni extranjera al 100% sino que es necesario un socio chino y que este medio esté respaldado por una institución oficial.

⁵³ http://spanish.xinhuanet.com/2019-11/29/c_138592654.htm. Acceso 16 de abril de 2020.

aprobación final por parte de la Administración antes de comenzar con alguna actividad respectiva a este ámbito. Tal y como indica Manuel Ollé en el libro *Comunicación y poder en Asia oriental: “el control preventivo sobre el guion [...] explica el mayor grado de incidencia de la censura en el sector audiovisual.”* (2017: 78)

En 2013, tras la Asamblea Popular Nacional, el gobierno chino decide la unificación de estas dos piezas claves en el control de la comunicación. De esta forma se busca reducir y centralizar tanto las autorizaciones de los medios de comunicación como la supervisión de los mismos debido al gran auge de los medios tras la globalización y el acceso a internet. Con la fusión de la GAPP y la SARFT da lugar a la Administración Estatal de Prensa, Publicaciones, Radio, Cine y Televisión (SAPPRFT - 国家新闻出版广电总局 Guójiā xīnwén chūbǎn guǎngdiàn zǒngjú) de esta manera el Gobierno busca reforzar el control y el liderazgo político del Partido Comunista Chino.

“Entre los ámbitos de control informativo que siguen siendo de atención prioritaria, figura el intento más o menos exitoso de limitar y controlar preventivamente el flujo de información procedente del exterior, así como la preocupación por supervisar o limitar la repercusión interna de la información generada por los corresponsales extranjeros en China.”

(Ollé. M. 2017:78)

En marzo de 2018, en el XII Congreso Nacional del Pueblo de China, se da a conocer la intención de este país asiático de llevar a cabo una reestructuración de la burocracia gubernamental fortaleciendo así el gobierno de un solo partido tal y como es el PCCh.

En esta reunión se aprueba la eliminación del límite de mandatos en China, en el que se decretaba que el presidente no puede estar en el cargo más de 10 años, de esta forma Xi Jinping con un total de 2.964 votos a favor, podrá mantenerse en el poder de forma indefinida siempre y cuando sea apoyado en las elecciones generales de la República Popular de China.

Entre estos cambios se muestra un rédito a proceder con el cierre de la SAPPRFT y establecer un nuevo mecanismo de regulación. Las funciones de este nuevo organismo seguirán siendo la gestión de todos los subproductos procedentes de la actividad periodística y de la comunicación.

Esta reforma institucional tiene como resultado directo la creación de tres administraciones estatales cuyas actividades estarán diferenciadas.

En primer lugar la Administración Estatal de Cine (国家行政管理局 Guójiā xíngzhèng guǎnlǐ jú) está encargada de supervisar las actividades de producción, distribución y proyección del producto cinematográfico. A su vez será encargada de revisar que el contenido de estas películas sigan los intereses estatales y de supervisar los intercambios internacionales en referencia a la industria fílmica.

Seguidamente la Administración de Publicaciones (出版物管理局 Chūbǎn wù guǎnlǐ jú) la cual funciona como la Administración Nacional de Derechos de Autor, encargada de la regulación, control y distribución de las noticias. A su vez se expende las licencias y los carnés de periodistas. El trabajo de esta organización se orienta tanto a las publicaciones escritas como virtuales.

Estas dos administraciones pasarán a estar bajo el vigilancia del Departamento de Publicidad del Comité Central del PCCh, encabezado por Huang Kunming que es miembro del Buró Político del Comité Central del PCCh y jefe del Departamento de Publicidad mencionado anteriormente.

Por último, la Administración Estatal de Radio y Televisión (国家广播电视总局 Guójiā guǎngbò diànshì zǒngjú) estará controlada por el Consejo de Estado. Esta Administración se encargará de la elaboración de las políticas pertinentes para la gestión de los productos televisivos y radiofónicos así como su implementación y desarrollo. En un principio, desde las bases del gobierno defienden que esta Administración fomentará⁵⁴ *“la importación de programas de radio y televisión y la facilitación para que estos sectores salgan al exterior.”*

Con esta renovación de las administraciones censoras el PCCh tendrá un control directo e ilimitado en referencia a los medios de comunicación y el entretenimiento del país. Esta reestructuración de la SAPPRFT tras tan solo 5 años se debe a la falta de eficacia en la funcionalidad de la organización. Esta idea es defendida por la periodista Nancy Tartaglione⁵⁵, especializada en el negocio global del cine, televisión, medios y cine cuyo enfoque se orienta

⁵⁴ http://spanish.xinhuanet.com/2018-03/13/c_137035874.htm Acceso 20 de abril de 2020.

⁵⁵ <https://deadline.com/2018/03/china-abolish-sapprft-media-authority-consequences-xi-jinping-1202336724/>. Acceso 20 de abril de 2020.

hacia la internacionalización y la influencia de China en estos mercados *“esta situación se produjo cuando el público estaba cada vez más descontento con una administración central hinchada, cuya burocracia e ineficiencia estaban en desacuerdo con una economía orientada al mercado.”*

La eliminación de la SAPPFT no implica la eliminación de la censura en China sino que establece los diferentes canales por los que se llevará a cabo este control gubernamental. La globalización ha conllevado la instauración por parte del Estado de una cimentación de los valores chinos y la transmisión de su identidad cultural tanto a nivel nacional como internacional. El control del flujo de la comunicación, así como de la actividad periodística, está estrechamente relacionado con el esquema político de este país asiático.

“El control ideológico por parte del comunismo y del régimen de partido único es determinante para sostener el entramado económico, social y político de la gran potencia asiática.”

(Hermoso,P., S., Real Rodríguez, E., & Aguidez Calvo, P. (2010: 05)

4.3. FINANCIACIÓN DE LA ESTRUCTURA MEDIÁTICA CHINA

Si anteriormente se hacía referencia a la dificultad de obtener datos de fuentes directas a la hora de hablar de estructura mediática china y la forma de organización de la misma, es aún más complicado conocer el financiamiento de los medios de comunicación debido a la opacidad de la política china.

La forma de financiación sobre los medios de comunicación impacta de forma directa en los contenidos que están a disposición del usuario. En este punto es necesario tener en cuenta, tal y como se ha mencionado con anterioridad, el efecto de la publicidad a la hora de establecer el contenido en los medios de comunicación. Sumada a esta forma de obtención de beneficios económicos la dependencia de las ayudas estatales influyen a la hora de organizar los medios de comunicación. Según el estudio llevado a cabo por Salazar Navarro⁵⁶ los *mass media* forman tres categorías en referencia a la dependencia financiera estatal.

En primer lugar los medios controlados de forma directa por el gobierno son los medios de comunicación oficiales, un ejemplo es la estructura mediática China Media Group.

En segundo lugar el Estado lleva a cabo un control indirecto sobre determinados medios de comunicación tal y como son los que tradicionalmente no estaban afiliados a las instituciones locales y centrales del gobierno.

Por último los medios que poseen una independencia del gobierno, en su mayoría blogs, tienen que acatar una serie de regulaciones generales a la hora de tratar temas sensibles tal y como es la situación de Taiwán o el Tibet.

En contraste a esta clasificación un estudio⁵⁷ elaborado por Li Xiguang, decano de la Facultad de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Tsinghua, determina que los medios de comunicación chinos se pueden dividir en dos tipos. Por un lado los “medios rojos” están formados por los *mass media* controlados por la burocracia china. En el lado contrario estarían los “medios azules” los cuales hacen referencia a los medios cuyo control se lleva a cabo desde las bases del mercado.

⁵⁶ Salazar Navarro, S. (2012). *Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial.*

⁵⁷ Xiguang, L. (s. f.). ¿Cómo contar la verdad sin ofender a la prensa? El impacto de la comercialización en los medios de comunicación chinos.

Ambos grupos están influenciados en mayor o menor medida por los ingresos publicitarios, para ello se capta la atención de los lectores con la elaboración de noticias sensacionalistas, entrevistas o reportajes firmados por periodistas famosos. El uso de las emociones se ha convertido en un elemento primordial a la hora de elaborar informaciones que ostenten el interés del lector provocando así que consuma dicho medio. El formato en este sentido pasa a ser indiferente.

Robert Mckenzie junto la Universidad Nacional Autónoma de México han analizado⁵⁸ las diversas fuentes de financiamiento que disponen los medios de comunicación, tanto impresos como electrónicos, en China. Conocer estas fuentes de procedencia de la financiación permite entender los efectos directos o indirectos que tienen estos sobre los contenidos comunicativos.

“Como Robert Hilliard y Michael Keith apuntaron en Global Broadcasting Systems, los diferentes contenidos de los medios se pagan con diferentes combinaciones de financiamiento que han sido desarrolladas dentro de las fuerzas geopolíticas y económicas prevalecientes.”

(Mckenzie, R. 2006: 03)

Con la proliferación de internet y las telecomunicaciones ha aumentado de forma considerable la publicidad en los medios orientados a esta plataforma en web, donde la forma de financiamiento se extrae principalmente de las cuotas de usuarios que visitan dicho emplazamiento web.

Tal y como se defiende Robert Mckenzie en el artículo, la financiación puede proceder de cinco fuentes diferentes.

En primer lugar se hace referencia a la publicidad. Este método consiste en que la figura de un medio de comunicación vende un determinado tiempo en el espacio a un comprador interesado en que su producto se dé a conocer en dicho emplazamiento. El interés por parte del empresario que compra este espacio se debe sobre todo a la audiencia de dicho contenido, pero también se tienen en cuenta otros factores como la orientación de la temática

⁵⁸ Mckenzie, R. (2006). El financiamiento de los medios de comunicación en Suecia, México, Estados Unidos y China. Derecho Comparado de la Información, 8. Recuperado de <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/decoin/article/view/33110/30074>

del programa en relación a su producto. De esta forma se le permite a la organización mediática variar su contenido en referencia a los gustos de su audiencia.

Partiendo de esta manera de financiación nace una variante que es el patrocinio, en este tipo de acuerdo se menciona durante el programa varias veces al vendedor a cambio de una suma determinada de dinero. Esta depende de la audiencia y de la relación que se quiera tener mediante el patrocinio, si se quiere tener una presencia mayor se paga una mayor cantidad de dinero.

China está inmersa en la economía de mercado mundial, por lo tanto la publicidad se convierte en un factor importante entre 1989 hasta 1992, referente a la segunda etapa de la estructura mediática china teniendo en cuenta el estudio de Salazar Navarro.

Robert Mckenzie determina que el uso de la publicidad como método de financiamiento de los medios de comunicación es objeto de crítica debido a la dependencia del medio de comunicación a emitir contenidos lo más atractivos posibles para la publicidad. Además, dependiendo de la ideología del país, si esta es liberal o de responsabilidad social se le da una mayor apertura o no a la publicidad, respectivamente.

“En el momento en que las organizaciones mediáticas confían exclusivamente en la publicidad, las prioridades se colocan en desorden: el contenido pagado se coloca sobre otro contenido. [...] si la publicidad ocupa el mayor porcentaje del tiempo o del espacio disponible para el desarrollo de un contenido, existe muy poco margen para desarrollar un contenido desprovisto de potencial comercial. [...] La publicidad causa un daño contundente en diversos aspectos de la sociedad.”

(Mckenzie, R. 2006:5-6)

En segundo lugar se diferencia la forma de financiación de cuota por licencia. Este método consiste en el pago de una cuota fija, normalmente esta es anual, para adquirir una licencia que permita la utilización de los aparatos en los que está presente un determinado medio de comunicación. Este tipo de financiamiento está orientado tanto a la televisión como a la radio de forma mayoritaria, *“la persona que posea un aparato de radio o televisión debe pagar una cantidad de dinero al gobierno por el derecho de acceder a la programación de los medios.”* (Mckenzie, R. 2006: 8)

En tercer lugar otro método de financiación son las tarifas de usuario. Este tipo de obtención de capital se produce cuando existe una ley que autoriza al medio de comunicación cobrarle al consumidor en el caso de que quiera tener acceso a sus contenidos. Esta tarifa puede ser de dos formas. En primer lugar una tasa de suscripción, donde el consumidor pague de forma continuada una cantidad pactada con anterioridad. En segundo lugar el pago con uso que consiste en abonar una determinada cantidad cada vez que se consuma el contenido deseado.

“Las tarifas de usuario generalmente se determinan con base a la percepción de lo que el mercado mantendrá; sin embargo, cuando la compañía de cable o televisión vía satélite constituye un monopolio en determinado mercado geográfico, sus tarifas suelen regularse por los gobiernos nacionales o locales.”

(Mckenzie, R. 2006:12)

Seguidamente la donación constituye otro método viable de financiación donde un individuo o una institución, tanto pública como privada, colabora de forma voluntaria financiando el medio de comunicación con un capital premeditado. Esta donación voluntaria puede estar orientada tanto para la subsistencia de un contenido determinado o orientada hacia el grupo de profesionales que componen dicho medio.

Este método de es utilizado tradicionalmente en estaciones de radio o televisión pero con la llegada de internet se ha orientado este tipo de financiamiento a plataformas web cuyos contenidos no dependen de la publicidad ni de las subvenciones estatales. No es posible comparar este tipo de financiación con otros de mayor envergadura tal y como son las asignaciones gubernamentales o la publicidad, debido a que los beneficios que se obtienen de este es mucho menor,

Por último la asignación gubernamental constituye otro tipo de fuente de financiamiento para los medios de comunicación; esta se produce cuando el gobierno otorga de forma directa recursos para la elaboración y desarrollo de los contenidos de los medios de comunicación. Se puede subdividir este tipo de subsidios de dos formas. Por un lado cuando los recursos solo cubren una parte de los costes de producción. En contra, otra forma de financiación se produce cuando el gobierno hace frente a todas los costes del contenido

mediático; estos pasan a ser medios públicos estatales y los contenidos se reorientan en función de los intereses del Estado.

En ambos casos se da como resultado final un medio público pero el contenido depende, en mayor o en menor medida, si el medio de comunicación presenta una financiación total o parcial. La forma de financiación consiste en que la empresa de comunicación pagan al gobierno un determinado impuesto y este aprueba destinar una cantidad determinada de recursos al medio. Si existe un número limitado de medios que pagan este impuesto la posterior asignación, realizada en variación a ese ingreso, es mejor que si existiesen muchos medios de comunicación adscritos a esta financiación. En este sentido los *mass media* funcionan como cooperadores del mensaje que el gobierno quiere transmitir a la sociedad, llevando de esta forma un control activo en el contenido del mensaje que se le ofrece a la sociedad.

“Si un medio de comunicación ofrece un cierto contenido que sea considerado como inapropiado por funcionarios públicos de alta jerarquía, el financiamiento será reducido o incluso eliminado para eliminar ese contenido.”

(Mckenzie, R. 2006:11)

En China, de forma mayoritaria se utilizan dos tipos de financiamiento, a saber: la publicidad y las subvenciones públicas. Es importante tener en cuenta que los datos ofrecidos por el documento *El financiamiento de los medios de comunicación en Suecia, México, Estados Unidos y China* son del año 2006, pero la falta de estudios que indaguen en averiguar la forma de financiación más actual han sido imposibles de encontrar. Estos datos servirán como una orientación para entender desde una mayor perspectiva la estructura mediática china y su financiación.

Tal y como desentraña Robert Mckenzie, los medios de comunicación chinos se agrupan de la siguiente forma:

En primer lugar los periódicos, estos medios de comunicación reciben su financiación de “*la publicidad, las ventas y los subsidios públicos.*” (2006:22) Tras la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio se permitió en este país un mayor mercado internacional. El gobierno ofrece un subsidio económico directo a periódicos caracterizados

por una gran influencia social como es el *Renmin Ribao*, de esta forma se asegura un cierto control en su línea editorial siendo este un periódico del PCCh.

“Los pagos por debajo de la mesa hechos a columnistas o incluso a publicaciones enteras para que realicen una cobertura positiva de los productos y servicios de una compañía. El mismo gobierno considera este método como una “corrupción oficial” y ha ordenado a los medios exponer públicamente esta actividad.”

(Mckenzie, R. 2006:23)

En segundo lugar la financiación de la radio. Estas pertenecen en su totalidad a la propiedad estatal pero la publicidad también cobra un papel importante *“casi el 55% de los fondos provienen de la publicidad y solo el 15% del gobierno (Partido comunista). La última porción del financiamiento procede de suscripciones, venta de programas y videos.”* (2006:23)

A la hora de administrar y orientar la financiación, tanto de la radio como de la televisión, cobra importancia la figura de la Asamblea Anual del Partido Comunista y en el Congreso Nacional; en ambos se pactan los recursos destinados a diversas instituciones pertenecientes al PCCh y a los órganos de gobierno encargados de la censura. Los recursos se destinan de forma prioritaria a los órganos pertenecientes a la estructura mediática gubernamental o pública tal y como es el grupo mediático CMG, donde se incluye la Televisión Central China (CCTV), la Radio Central Popular y la Radio Internacional de China. *“Los recursos otorgados por el gobierno central provienen de la venta de electrónicos, petróleo e ingeniería química, mientras que los que otorga el gobierno local proviene de impuestos.”* (2016:24)

Las estaciones de televisión se subdividen en contenido por cable o contenido vía satélite; la financiación procede de la publicidad y de las tarifas de usuarios.

La forma de financiación mencionada con anterioridad sobre los medios de comunicación chinos provoca de forma directa un contenido relacionado con los intereses del Estado y del PCCh, donde las noticias discordantes a sus valores quedan silenciadas. En este punto, la publicidad cobra un papel relevante ya que permite tanto a las estaciones de radio como de televisión emitir un contenido que no se relacione con el gobierno mediante la puesta en práctica de noticias relacionadas con el poder blando o el entretenimiento.

5. TRANSFORMACIÓN DEL CONGLOMERADO MEDIÁTICO NACIONAL: DE CHINA RADIO, FILM AND TELEVISION GROUP (CRFTG) A CHINA MEDIA GROUP (VOICE OF CHINA). CATALOGUIZACIÓN Y OFERTA COMUNICATIVA

5.1. ADAPTACIÓN PRÁCTICA DE LA TEORÍA DE LA ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Para conocer la importancia, no solo a nivel nacional sino a escala mundial, que ha tenido el conglomerado mediático China Radio, Film and Television Group (CRFTG) (中国广播电影电视集团 Zhōngguó guǎngbò diànyǐng diànshì jítuán) y la importancia actual de la compañía de medios estatal China Media Group (中央广播电视总台 Zhōngyāng guǎngbò diànshì zǒngtái) es necesario dotar de una perspectiva diacrónica al estudio; para ello cobra relevancia todos los cambios, tanto sociales, políticos y económicos, que ha sufrido China desde la instauración de la República Popular por parte de Mao en 1949 hasta la actualidad.

El desarrollo de medidas económicas, sociales y aperturistas en la época de gobierno de Deng han influenciado en gran parte la forma de comunicación que se lleva a cabo en China, bajo el amparo del PCCh, y la manera en la que el Estado chino extiende su influencia en todo el mundo mediante su intervención en los medios de comunicación.

“El análisis del sistema comunicativo chino debe contemplar necesariamente una complejidad similar a la de cualquier aproximación global a la China contemporánea. La provisionalidad de toda visión sincrónica del sistema comunicativo chino se explica por el extremo dinamismo y la fluida readaptación institucional a nuevos contextos sociales, económicos y tecnológicos.”

(Ollé, M. 2017:67)

En este punto, es importante recordar la existencia de grandes grupos de comunicación en China tal y como Shanghai Media & Entertainment Group (SMEG), Phoenix Satellite Television (PST) y STAR Group⁵⁹ los cuales ejercen un papel esencial a la hora de transmitir informaciones o entretenimiento a la población china.

A continuación se centrará especial atención en el conglomerado mediático China Media Group, este grupo de comunicación fue fundado en 2018 y actualmente posee presencia a nivel mundial.

⁵⁹ <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/> Categoría extraída el 10 de marzo de 2020.

Para este estudio, es de vital importancia conocer los conceptos que conciernen a la estructura de la información, los cuales enmarcan el sistema mediático chino; de esta manera se podrá comprender de una forma lo más amplia posible de la estructura mediática china y en concreto del grupo China Media Group.

La forma de organización de los *mass media* chinos está interrelacionada estructuralmente por una serie de elementos conectados y organizados, tal y como son los conglomerados mediáticos de comunicación. A su vez estos grandes grupos ofrecen una diversificación de sus productos para conseguir atraer la atención del consumidor, esto puede ser mediante la televisión, la radio, la prensa escrita o incluso el cine.

Cobra especial relevancia el concepto de estructura de la información que focaliza la interrelación de determinados elementos mediáticos, periodísticos y comunicativos con elementos que originalmente pertenecen a otras estructuras como es la política o económica. A la hora de comunicar, estas piezas influyen y condicionan el mensaje periodístico, presente en el acto comunicativo en sí mismo. La distribución de una serie de valores y creencias compartidas por la sociedad china se produce mediante la emisión de los contenidos mediáticos, tanto de entretenimiento como de información, conformando así la ideología del propio sistema.

El sistema comunicativo chino tiene muy presente la importancia de su propia cultura, partiendo de la misma subyacen determinados valores que afectan a la estructura social, política y económica del país.

“La prensa siempre asume la forma y el color de las estructuras sociales y políticas de las cuales opera. Refleja, especialmente, el sistema de control social responsable de ajustar las relaciones entre individuos e instituciones.”

(Hallin, D., & Mancini, P. 2008: 7)

Los sistemas mediáticos poseen una gran influencia en la sociedad, en su forma de comportamiento y en su concepción social. Existe una gran conexión e interrelación del poder con la comunicación, debido que a la hora de construir y distribuir el discurso

periodístico este genera un impacto directo en la sociedad. El poder busca la forma de controlar este mensaje para así tener un gran peso en la forma de pensar de la población.

China es un gran ejemplo de esta situación de vinculación del poder con los medios de comunicación debido a que el control de los *mass media* está en manos del Estado y por lo tanto del PCCh, transmitiendo un discurso favorable a sus intereses. Tal y como defienden Hallin, D., & Mancini, P. en su obra *Sistemas Mediáticos Comparados* en el caso de China se produce un paralelismo total y directo entre la estructura del sistema de medios de comunicación y el sistema político debido a la independencia estatal de los mismos.

“El Estado desempeña, en cualquier sociedad, un papel significativo en el desarrollo de los medios de comunicación. Pero existen diferencias considerables tanto en el grado de intervención estatal como en la forma que esta adopta.”

(Hallin, D., & Mancini, P. 2008: 38)

Es importante tener presente la idea de que no todos los medios de comunicación chinos dependen de forma directa de la figura estatal sino que el control se ha adaptado con el paso de los años manteniendo una vigilancia indirecta. La mayor parte de la información que se transmite en el país pasa por un proceso de autocensura por parte de los propios medios de comunicación, debido a la figura autoritaria del PCCh.

“En la estructura informativa de la república Popular de China ocupan un lugar muy importante de aquellos medios que pertenecen al gobierno y se rigen por un sistema autoritario.”

(Reig, R. 2011: 157)

La expansión externa de los productos mediáticos chinos al resto del mundo se impulsó tras las modernizaciones y aperturismo económico impulsado por Deng en 1978.

“El comunismo tecnocrático, pragmático y de mercado que se fue implantando a lo largo de los ochenta precisaba de una red informativa menos cerrada y descentralizada. Un primer cambio fue el aumento gradual del número de medios de comunicación. En dos décadas se pasó de unas doscientas publicaciones diarias a cerca de dos mil en 2010.”

(Ollé, M. 2017:81)

En el año 2000 el gobierno inicia una estrategia comunicativa conocida como “*Going-Out*”⁶⁰ que consiste en dotar a las empresas chinas de medios y recursos necesarios para conseguir su desarrollo en mercados extranjeros. En lo referente a la comunicación, esta estrategia se adaptó en busca de la creación de grupos mediáticos eficientes a nivel nacional y que estos a su vez que tengan un cuerpo y una capacidad de competir internacionalmente con otros conglomerados mediáticos influyentes a escala mundial. Para ello, las empresas mediáticas han formado fusiones dando lugar a conglomerados de diversa índole y con diferentes plataformas de difusión para conseguir así llegar a un mayor número de población.

Con la expansión de la economía y la importancia de China a nivel global la estrategia comunicativa de expansión iniciada por Jiang Zemin (江泽民, Jiāng Zémín), continuada por Hu Jintao y actualmente desarrollada por el actual presidente de la República Popular de China, Xi Jinping, se basó principalmente en la expansión internacional del poder blando y el concepto de “sueño chino”. De esta manera este país asiático busca mitigar la imagen amenazante asociada internacionalmente a China y a su vez intenta reforzar la cohesión e identidad de la población del propio país basándose en el ideal confuciano de armonía . Para ello se pone en marcha una “*estrategia discursiva basada en el uso de las tradiciones culturales chinas como fuente de nueva legitimidad, dado el potencial del discurso para atraer tanto al público interno como externo.*”(Sarnelli, V. 2017: 2) De esta forma se conseguiría el desarrollo de la sociedad armoniosa, término utilizado por Hu Hintao, y el posterior desarrollo del concepto de “sueño chino” promovido desde 2012 por Xi Jinping. Esta idea hace acopio del término “sueño estadounidense” extrayendo sus principales características en las que se busca reforzar los valores tradicionales como una identidad nacional de la sociedad china.

La expansión internacional de la información china se llevó a cabo mediante un estudio previo de mercado en esos países en los que China buscaba mostrar sus contenidos informativos y de entretenimiento. Para ello, se estudió la historia, la política, la economía, la propia cultura del país y la audiencia para así ofrecer un mensaje lo más en consonancia posible con los de los países donde se emitirá la programación china.

⁶⁰<https://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2017/09/2785-12948-1art.-1.1.pdf> Concepto extraído el 20 de mayo de 2020.

Generalmente la influencia de los conglomerados mediáticos chinos no tienen una gran peso a nivel internacional sino que su ámbito de actuación se dirige a una esfera regional o nacional. Este es el reflejo de un problema estructural caracterizado por la descentralización y la regionalización de los medios de comunicación chinos, en el mercado donde la expansión de los mismos se realiza por cable o por satélite.

En este sentido cobra relevancia la figura antagónica del conglomerado mediático Chino China Media Group, fundado en 2018, el cual tiene presencia a nivel mundial tras haber sufrido una reestructuración interna con la integración de Central Television (CCTV), China National Radio (CNR), China Radio International (CRI), que anteriormente formaban parte del conglomerado CRFTG. Mediante mejoras de programación e innovaciones técnicas su influencia mundial se ha expandido de forma paulatina constituyendo un medio de comunicación extendido por todo el mundo donde el mensaje ofrecido está bajo el control directo del PCCh y por ende del Estado.

“China está desarrollando nuevas y genuinas medidas de liberalización (muchas de ellas en las esferas económica y cultural), pero la información y el desarrollo intelectual en China todavía están severamente restringidos por el Partido Comunista.”

(Nelson, A. 2013:21)

Para entender, de forma estructural, cómo un discurso se transmite de manera determinada a la sociedad es necesario conocer los entresijos de propiedad del mismo. El conglomerado mediático China Media Group es un grupo mediático estatal que depende de forma directa del PCCh, éste está formado por las siguientes corporaciones:

- China Central Television (CCTV)
- China National Radio (CNR)
- China Radio International (CRI).

5.2. ACERCAMIENTO AL GRUPO MEDIÁTICO CHINA MEDIA GROUP

En marzo de 2018, en el XII Congreso Nacional del Pueblo de China, emite el "Plan de Reforma Institucional Estatal y del Partido de Profundización" impulsado por Xi Jinping cuyo objetivo principal es mejorar la influencia y credibilidad de la opinión pública a escala mundial. Esta modificación permitió a su vez reforzar el control directo del partido en los medios de comunicación mediante una gestión centralizada por parte del gobierno chino. Para conseguir dicho fin se produce una reestructuración de la estructura mediática china en diferentes direcciones.

En primer lugar se modifica la forma en la que el gobierno chino extendía su influencia en los medios de comunicación tras la eliminación de la SAPPRT. Este nuevo conglomerado está controlado bajo el mando del Consejo de Estado y el Departamento Central de Propaganda.

En segundo lugar la burocracia gubernamental busca fortalecer su influencia a nivel nacional e internacional en la sociedad. Para conseguir exportar una imagen positiva al resto del mundo se rediseña la estructura mediática. Uno de los cambios más importantes fue la eliminación del conglomerado CRFTG y la puesta en marcha de China Media Group (CMG) que aglutina en su poder la televisión estatal (CCTV) y los dos canales de radiodifusión públicos China National Radio (CNR) y China Radio International (CRI).

Es relevante el nombre con el que se conoce a este conglomerado mediático, llamado popularmente *"Voice of China"*. Muestra un cierto contrapunto a Estados Unidos debido a que adquiere el mismo nombre de la emisora financiada por el gobierno llamada Voice of America. Se puede establecer esta coincidencia como una especie de guiño a la futura imagen que quiere conseguir China a nivel mundial mediante la emisión de contenidos chinos, siendo esta su voz, y proyectando a su vez una imagen positiva de este país asiático en el extranjero. *"China está creando una nueva y gran emisora para garantizar que su voz se escuche fuerte y clara en todo el mundo."*⁶¹

Un ejemplo de interferencia de la estructura del poder en la estructura informativa fue el nombramiento de Shen Haixiong como director del conglomerado mediático China Media

⁶¹ <http://guiadelaradio.com/la-republica-popular-china-fusiona-su-radio-y-tv-publicas-en-voice-of-china> Acceso 20 de mayo de 2020.

Group, esta persona mantiene una relación directa con el poder debido a que es secretario del Partido Comunista Chino. Durante el acto de inauguración de China Media Group este político declaró⁶² “*la reestructuración es significativa en el seguimiento del principio del Partido de ejercer el liderazgo sobre los medios.*” La actividad política adquiere una fuerza determinante con este nombramiento. Esta reorganización gubernamental lejos de llevar a cabo una tenue modificación de la férrea censura de los medios de comunicación chinos se vislumbra como un refuerzo del control casi absoluto por parte del PCCh sobre los *mass media* tanto en China como en el exterior mediante la exportación del mensaje.

La fusión de tres gigantes mediáticos, tal y como son CCTV, CNR, CRI, de gran importancia a nivel nacional e internacional, supone un intento de China en busca de la expansión de su influencia.

El contenido ofrecido en la parrilla diaria de estos tres medios tras su integración en CMG no varían en profundidad pero sí que se ponen en marcha la renovación de los contenidos y de la línea ideológica que marca al conglomerado; se llevan a cabo programas de entretenimiento que fomenten los valores chinos basados en el confucianismo y la transmisión de información instrumentalizada ideológicamente por las bases del PCCh.

Como parte de esta renovación China Media Group anunció en 2019 el lanzamiento de 200 nuevos programas para conseguir así atraer a un mayor número de audiencia a nivel global. La reestructuración afectará a los grandes programas emblemáticos como es el boletín de noticias vespertino de la Televisión Central de China, en concreto CCTV-1, además se llevará a cabo una actualización de los medios administrados por este grupo mediático afectando tanto a radio como a televisión.

En 2020 este conglomerado mediático fundará una corporación de animación orientada a fomentar la cultura china mediante la puesta en marcha de en la animación de la Televisión Central de China y la adaptación de grandes clásicos literarios tal y como es *Journey to the West* y *Outlaws of the Marsh*.

Con la puesta en marcha de estas medidas, China busca transmitir a la sociedad global un mensaje homogéneo consiguiendo así dar su propia voz a lo largo y ancho del territorio

⁶² http://spanish.xinhuanet.com/2018-04/19/c_137123225.htm Acceso 20 de mayo de 2020.

mundial. Su influencia no se dirige solo al interior del país sino que traspasa fronteras debido al avance de las nuevas tecnologías, de las redes sociales y de la importancia económica que adquiere mundialmente en la sociedad. La inversión económica de expansión china se suma a la puesta en marcha de centros culturales en todo el mundo como por ejemplo los Institutos Confucio y la promoción del chino mandarín a nivel mundial.

Los medios de comunicación controlados por el gobierno tienen como característica principal la rápida adaptación de los mismos a las necesidades de la sociedad. Con el desarrollo internacional de la comunicación china se ha llevado a cabo la traducción de sus contenidos, los cuales a su vez han sido adaptados a los intereses de las audiencias teniendo en cuenta las características sociales, políticas, culturales y económicas de la región geográfica en la que se distribuirán estos medios de comunicación. De esta manera China busca cimentar las bases de una colaboración a corto, medio y largo plazo con países extranjeros.

Propuestas del Comité Central del Partido Comunista de China con la emisión del plan de reforma de 2018⁶³: *“La propuesta consiste en configurar la estación general de radio y televisión central. Adherirse a la orientación correcta de la opinión pública, otorgar una gran importancia a la construcción e innovación de los métodos de comunicación y mejorar el poder de comunicación, la orientación, la influencia y la credibilidad de la opinión pública. Estos son puntos de partida importantes para captar firmemente el liderazgo del trabajo ideológico.”*

(Yamin, G. 2018)

Cobra gran importancia la idea de “orientación correcta de la opinión pública”, con este concepto es posible anticipar, a pesar de que no se tienen datos directos, la probable implementación de un mensaje con una mayor carga propagandística que en su época anterior cuyo control fue más moderado. Este grupo mediático estará bajo la vigilancia acérrima del Partido y la transmisión de ideales basados en el “sueño chino” y el confucianismo.

“La fusión es parte de una reforma general del gobierno, la más grande de China en años, que pone a más ministerios y reguladores bajo un control más estricto del partido.”

(Kuo, L., & The Guardian. 2018)

⁶³ https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2036400 Acceso 20 de mayo de 2020.

5.3. CHINA CENTRAL TELEVISION (CCTV)

China Central Television (CCTV) (中国中央电视台 Zhōngguó Zhōngyāng Diànshìtái) es la mayor empresa audiovisual del país, siendo un elemento mediático perteneciente al grupo estatal de comunicación China Media Group, siendo este un elemento empresarial. A su vez se su actividad depende del PCCh, el cual es un elemento político, que determina la línea editorial del propio medio y repercute en el mensaje ofrecido. Este mensaje se transmite a la sociedad haciendo referencia a la superestructura con la creación de valores y la identidad cultural de la población china.

La propia ideología del sistema, la cual conforma la superestructura, no solo se ofrece por la difusión de los medios de comunicaciones a través de mensajes persuasivos presentes tanto en el entretenimiento como en la espectacularización, sino que además esta ideología está intrínseca en la propia educación o viene dada en los mensajes publicitarios.

“CCTV pertenece completamente al gobierno comunista chino, de hecho, se constituye como un sub-ministerio nacional. La principal diferencia que existe entre este grupo de carácter público y otros de las mismas características en países occidentales, es que en china, CCTV, es utilizado como una auténtica vía de propaganda del gobierno, que llega incluso a censurar cualquier contenido que considera peligroso.”

(Reig, R. 2011: 159)

Este medio de comunicación es un ejemplo de la relación directa que existe entre poder y *mass media* en China. El Partido Comunista Chino lleva a cabo una instrumentalización de sus contenidos fomentando sus propios intereses y desviando un mensaje crítico hacia las actividades que realiza el gobierno en el país.

En referencia al estudio elaborado por Xiaoping, L⁶⁴ sobre el sistema de televisión chino, la red estatal de comunicación llamada Beijing Televisión comenzó a elaborar la producción y transmisión de televisión en 1958. Esta difusión fue al principio muy limitada debido a que solo podía ser emitida dentro de las propias fronteras de la capital china. Las producciones televisivas durante los primeros años se orientaron hacia la elaboración de programas de poder blando relacionado con el fomento de los valores chinos, y la promoción de contenidos

⁶⁴ Xiaoping, L. (1991). El sistema de televisión chino y las noticias de televisión. *The China Quarterly*, 126, 340-355. doi: 10.1017 / S0305741000005245

basados en el entretenimiento y la puesta en marcha de documentales y películas. En referencia a las noticias estas estaban presente en la parrilla televisiva diaria, ocupando al principio un mayor espacio pero con el tiempo este se rebajó poco a poco dando más importancia a los programas y shows de entretenimiento.

Es importante matizar que los contenidos ofrecidos por este medio de comunicación en relación con la intromisión del poder ha ido cambiando con el paso de los años. Desde la época maoísta se realiza una actividad de emisión limitada y reducida a la difusión de campañas políticas, siendo CCTV el portavoz directo del PCCh. Esta situación fue cambiando con el paso de los años en donde se produce una apertura de los contenidos y de los géneros utilizados en la televisión. A partir de 1978 comienza la expansión drástica de la televisión. Manuel Ollé⁶⁵ realiza un estudio el cual determina dos períodos por los que ha pasado esta televisión estatal.

En primer lugar un período que abarca desde 1978 hasta 1992. Este estaba caracterizado por cambios técnicos, como fue la mejora de las conexiones en directo con corresponsales locales y profesionales que poco a poco convirtió la transformación televisiva en alusión a los contenidos ofrecidos en la parrilla. Un claro ejemplo fue la introducción de un noticiero vespertino llamado Xinwen Lianbo (新闻联播) caracterizado por una gran significación política cuya emisión se llevaba a cabo en la cadena número 1 (CCTV-1), en la número 13 (CCTV-13) y en las principales emisoras locales de televisión de la zona Continental de China.

Para conseguir captar la atención de la sociedad china se introdujeron nuevos formatos periodísticos, como por ejemplo el programa de periodismo de investigación Guancha Yu Sikao (关查于四考) además se insertaron otras temáticas que buscan captar la atención del consumidor tal y como es la emisión de documentales y la adaptación de clásicos literarios a series dramáticas. Un ejemplo característico es la serie documental River Elegy (Héshāng 河殇) emitida en 1988, este programa mostró una capacidad de introspección crítica a la propia tradición china. El estudio *China y medios de comunicación. L'ecosistema comunicatiu xinès: des del quiosc al panòpticon digital* determina que “se emitieron varias series documentales sobre aspectos culturales, geográficos, históricos chinos que apuntaban a una nueva

⁶⁵ Ollé, M. (2017). *China y medios de comunicación. L'ecosistema comunicatiu xinès: des del quiosc al panòpticon digital*.

capacidad de introspección crítica con la propia tradición, que durante la Revolución Cultural había sido simplemente negada.” (2017:11)

Por último, en esta época, se llevó a cabo la producción de grandes shows de entretenimiento como es la Gala de Fiesta de Primavera de China (Zhōngguó zhōngyāng diànshìtái chūnjié liánhuān wǎnhuì, 中国中央电视台春节联欢晚会) esta se emite la víspera del año nuevo chino siendo actualmente uno de los programas con mayor audiencia de China. Su importancia ha sido tal a lo largo de los años que su emisión se ha extendido hasta las salas de cine, tal y como informa la agencia de información Xinhua⁶⁶ *“La Gala de la Fiesta de la Primavera de China será transmitida en vivo en salas de cine en distintos países y regiones del mundo, según la productora China Media Group.”*

“Con la aparición de la televisión cambiaron los hábitos de consumo de muchos hogares y se crearon nuevas formas de ocio.[...] Los procesos de convergencia y de desarrollo paralelo que habían caracterizado las décadas previas [a la Segunda Guerra Mundial] se frenan con el establecimiento de nuevos modelos políticos, económicos y sociales en la región, lo que lleva a una divergencia de sistemas comunicativos. “

(Martínez, Taberner G. 2017:50)

En segundo lugar, en 1992 comienza la “era de oro de CCTV”⁶⁷, cuya actividad se caracteriza por una serie de cambios tanto en la estructura interna del propio medio de comunicación como de forma externa en la sociedad china debido a la creación de nuevas formas de ocio gracias a la televisión. La difusión de informaciones por parte de CCTV a lo largo de los años se orientó en todo momento a una línea ideológica oficialista de los intereses del PCCh combinando estas emisiones con otras de carácter publicitario y de entretenimiento. Las opciones de entretenimiento y de difusión de poder blando implican que la televisión, a partir de los años 90, se convirtiese en el *“emblema del socialismo en el mercado chino.”* (Ollé, M. 2017:91)

La estrategia de la figura del Estado en los medios de comunicación pasó de ser CCTV un medio de propaganda del Partido a mostrar una visión más crítica a nivel social y gubernamental con la elaboración de reportajes de investigación, documentales orientados al

⁶⁶ http://spanish.xinhuanet.com/2020-01/21/c_138723961.htm Acceso 20 de mayo de 2020.

⁶⁷ Término acuñado por Nelson, A. (2013). *CCTV's International Expansion: China's Grand Strategy for Media? A Report to the Center for International Media Assistance* .

ámbito social y la realización de entrevistas en profundidad a grandes celebridades del país. Es importante tener en cuenta que la emisión de este tipo de programas más críticos con el gobierno parten de la decisión del poder central dotando a CCTV de un mayor margen de maniobra en su programación. Por lo tanto el PCCh con la puesta en marcha de este tipo de contenidos transmite a la sociedad una imagen más pluralista de los medios de comunicación, donde se ofrece un espacio para el debate político y la crítica moderada a la gestión de gobierno. Esto forma parte de una estrategia discursiva en la que se busca mostrar pluralidad e independencia por parte de la televisión estatal a pesar de que esta esté controlada de forma directa por el propio Partido.

La ampliación de espacios de entretenimiento tienen relación directa con la reducción de ayudas estatales y la búsqueda por parte de este medio a conseguir parte de su financiamiento a través de la publicidad.

“Los cambios en el ámbito informativo no significan la desaparición de los controles, sino una transformación, basándose en directivas, correctivos y en una política de autocontrol y autocensura a todos los niveles. el control directo por parte de los departamentos de propaganda, que consideraban la televisión como un simple agente operativo, dejó paso a una política de autonomía de la CCTV bajo los principios de sostenibilidad comercial y aceptabilidad política de los contenidos,”

(Ollé, M. 2017: 96)

TABLA QUE AGLUTINA LOS CANALES DE CCTV⁶⁸

Nombre del Canal	Temática de la emisión
CCTV-1	Información generalista
CCTV-2	Canal económico y de finanzas
CCTV-3	Canal de arte y música
CCTV-4	Internacional. - Posee canal de video en <i>streaming</i> en internet - Retransmisión en chino mandarín
CCTV- 4K	Internacional - Transmisión en alta definición
CCTV-5	Canal de deportes

⁶⁸ Datos extraídos de <https://www.cctv.com/> Acceso 20 de mayo de 2020.

CCTV-5+	Eventos deportivos - Transmisión en alta definición
CCTV-6	Películas. - Centra su atención especialmente en cine nacional y surcoreano. - Emite películas internacionales
CCTV-7	Defensa Nacional y Militar
CCTV-8	Series de Televisión y espectáculo
CCTV-9	Documental. - Transmisión inglés
CCTV-10	Ciencia y educación
CCTV-11	Ópera y teatro chino
CCTV-12	Sociedad y derecho
CCTV-13	News 24 horas - Transmisión en chino mandarín
CCTV-14	Programación orientada a los niños
CCTV-15	Música
CCTV-16	Juego Olímpicos
CCTV-17	Agrícola y rural
CGTN (News)	Canal internacional de noticias 24 horas - Transmisión en inglés
CGTN-Español	Noticias internacionales y entretenimiento - Canal en español.
CGTN-Français	Noticias internacionales y entretenimiento - Canal en francés
CGTN-العربية	Noticias internacionales y entretenimiento - Canal en árabe
CGTN-Русский	Noticias internacionales y entretenimiento - Canal en ruso
Documental CGTN	Documental - Transmisión en inglés
CGTN Asia	Internacional. Dirigido a Asia y Australia - Transmisión en inglés

CGTN África	Internacional. Retransmisión en inglés
CGTN América	Internacional. Dirigido a América del Norte y América Latina - Transmisión en inglés
CGTN Europa	Internacional. Dirigido a Europa - Transmisión en inglés

*China Global Television Network (CGTN) (Zhōngguó Huánqiú Diànshì Wǎng 中国 环球 电视网) corresponde al antiguo canal CCTV International dedicado a la transmisión internacional.

Tal y como se muestra en la tabla anterior, el Estado chino ha centrado especial atención y recursos en referencia a la expansión de la difusión internacional de informaciones y entretenimiento por parte de su grupo de comunicación estatal. Para ello ha elaborado cadenas dedicadas exclusivamente a la información en estos países y regiones donde los contenidos se adaptan según la audiencia, tras un estudio de mercado de la población donde se extendería la el canal nacional CCTV. Actualmente esta corporación televisiva cuenta con 42 canales de televisión, de los cuales 29 son canales en abierto y los 13 restante forman parte de canales digitales de pago.

Es importante mencionar que estas ansias de expansión del grupo mediático a nivel mundial se remonta a la década de 1950, pero no fue hasta 1970 cuando se produce un agudización de la expansión de China debido a las reformas económicas llevadas a cabo por el país, que este medio de comunicación consigue una influencia social relevante.

En estos años CCTV tenía como objetivo consolidar su lugar dentro de la organización global de los medios de comunicación, donde la red de transmisión se orientó a varios idiomas debido a la limitación del conocimiento del chino mandarín a nivel mundial. El PCCh decidió comenzar a emitir contenidos en inglés para alcanzar así un mayor número de consumidores a nivel global.

La estrategia comunicativa “*Going-Out*” impulsada por China en el año 2000 muestra el afán de este país asiático de extender sus contenidos informativos y de entretenimiento por todo el mundo, en concreto hacia América del Norte y Europa Occidental.

En 2004 el Comité Permanente del Politburó busca competir con la expansión de los servicios mundiales de noticias en inglés de 24 horas fundados por la CNN en la Guerra del Golfo; CCTV comenzó a traducir sus contenidos y crear televisiones dedicadas exclusivamente a una región. En referencia a lo defendido por Jirik, J.⁶⁹ CCTV International “se enfocó el canal como una “ventana al mundo” y no solo una “ventana a China”.

En el año 2016 las operaciones internacionales de CCTV se renombraron como China Global Television Network. Las relaciones de CCTV con otros países se realizan mediante la filial China International Television Corporation (CITVC).

“CITVC es el agente internacional de CCTV y el único organismo autorizado para la importación de programas extranjeros de televisión al gigante asiático a través de la tramitación de licencias.”

(Reig, R., & Martín Ávila, A. J. 2011:15)

La función de CITVC es establecer acuerdos internacionales con otros grupos mediáticos de comunicación, logrando así un intercambio de contenidos de ambos países. De esta forma no solo el país asiático tiene presencia fuera de sus fronteras sino que a su vez se nutre de la emisión de los contenidos que ofrece el país con el que ha realizado el acuerdo.

Haciendo alusión al estudio llevado a cabo por Reig, R., y Martín Ávila, A. J.⁷⁰ en el caso de España el canal CCTV-Español emite a través de dos portales. Por un lado tiene un acuerdo de colaboración con la corporación pública Radio Televisión Española (RTVE) y por otro lado un acuerdo con la empresa privada Imagenio, servicio perteneciente a la teleoperadora española Telefónica. En 2013 Imagenio desaparece adoptando el nombre de Movistar TV, convirtiéndose en una televisión a la carta.

CCTV comercializó conexiones con plataformas extranjeras para emitir sus canales internacionales. Debido a la limitación de entrada de empresas extranjeras en el mercado chino, sobretodo en el sector audiovisual, las compañías extranjeras que tengan intención de intervenir en China deben realizar un *joint venture* con una empresa nacional y a su vez es

⁶⁹ Jirik, J. (s. f.-b). *The PRC's 'going out' project: CCTV International and the imagination of a Chinese nation.*

⁷⁰ Reig, R., & Martín Ávila, A. J. (2011). La estructura mediática en China, Rusia e India. *TELOS*, 81, 13-27.

importante fraguar una buena relación con el régimen comunista. Actualmente el conglomerado anglo-estadounidense News Corporation, fundado y dirigido por Rupert Murdoch, es la empresa extranjera con mayor privilegios en el mercado comunicativo chino.

La programación de la televisión china fuera de sus fronteras se lleva a cabo de forma mayoritaria en inglés. Para ello, CCTV ha firmado acuerdos de colaboración con Directv Group, empresa estadounidense, con el grupo estadounidense Viacom y con Sky Digital perteneciente a British Sky Broadcasting Group, un conglomerado fundado en Reino Unido.

El canal CGTN-Français es resultado de un acuerdo realizado con el canal televisivo por suscripción France 24, perteneciente a la sociedad nacional France Médias Monde, encargada de supervisar el sector exterior audiovisual francés.

En los países de habla hispana también se percibe una influencia importante, sobre todo con Venezuela tras la aprobación de pactos mediáticos con Venevisión, perteneciente al grupo Cisnero desde 1961.

La influencia de China se extiende también hasta Rusia con la firma de acuerdos con NTV Plus, filial del grupo ruso Gazprom Media e incluso su programación se traduce al árabe y se difunde a través de la Organización Árabe de Comunicaciones por satélite (Arabsat).

Actualmente se percibe un aumento en el interés sobre el continente africano, donde el alcance de la televisión estatal china se transmite a través del operador satelital egipcio Nilesat.

La expansión de CCTV a través de compañías y conglomerados mediáticos en todo el mundo busca la transmisión internacional de la imagen y la perspectiva china. Un ejemplo de esas ansias de alcance mundial de sus informaciones es la traducción al inglés de su programación.

La organización de medios multi-idioma y multiplataforma tal y como es CGTN no se orienta en exclusiva a la difusión de contenidos por televisión, sino que mediante una convergencia de medios en este país asiático ofrece su contenido también a través de plataformas digitales.

En primer lugar el acceso a la página web oficial, tanto la principal como la orientada a diferentes regiones e idiomas.

En segundo lugar tiene presencia en diversas redes sociales como por ejemplo Weibo en China y Twitter en el resto del mundo entre otras.

El mensaje transmitido por este medio de comunicación se caracteriza por una fuerte presencia del poder blando tanto a nivel externo como interno; se realiza un hincapié en tradiciones culturales chinas, inspiradas en los valores confucianos, para conformar una nueva narrativa nacional que haga referencia al término acuñado por Xi Jinping de “sueño chino”. De esta forma se lleva a cabo una homogeneización de la cultura televisiva.

En este punto es importante tener en cuenta la importancia de la figura de la Agencia de Comunicación Xinhua debido a que cualquier programación que utilice informes de corresponsales extranjeros debe pasar antes por el visto bueno de esta organización. La censura se realiza no solo sobre los corresponsales sino que agencias extranjeras de noticias deben pasar su información por el filtro de Xinhua. De esta forma se lleva a cabo un control directo, donde se determina qué noticias se pueden publicar y cuáles no mostrando al exterior una imagen positiva del país pormenorizando los mensajes negativos.

“Uso de dos discursos opuestos pero complementarios: uno que utiliza la “tradicción cultural china” para consolidar la identidad nacional y vender una imagen menos amenazante de China en el extranjero; y el otro que promueve la imagen de una China hipermoderna, tecnológicamente avanzada y económicamente desarrollada.”

(Sarnelli, V. 2017:93)

En referencia a la utilización del lenguaje, CCTV tiende a ofrecer, tanto nacional como internacionalmente, un mensaje teóricamente objetivo y alejado de los mensajes propagandísticos de épocas pasadas. Pero la información queda relegada a la censura y a la interferencia del poder en la comunicación. Según Joseph Nye⁷¹ *“el principal problema con la aplicación del marco de poder blando en China es la falta de credibilidad del gobierno y, en particular, la falta de libertad de expresión experimentada por la sociedad civil en el país.”* (2017:93) Para China es complicado crear un discurso objetivo debido a la instrumentalización de este medio de comunicación, en concreto debido a que la conexión estrecha del poder con CCTV obstaculiza la credibilidad del mensaje.

Actualmente China está inmersa en su segunda estrategia comunicativa orientada a las audiencias de América Latina y África; esto se debe a las ansias de expansión por parte de

⁷¹Sarnelli, V. (2017). UpClose, broadcasting the Chinese dream CCTV news and China’s cultural policy presented to a global audience.

este país asiático. La política exterior China centra especial atención en la expansión mediática de sus contenidos, los cuales en un futuro buscan ser un referente en la comunicación respetando los valores y tradiciones chinas y combinándolos con la modernidad actual en la que está inmersa el mundo.

“Las noticias internacionales pueden ser una pieza clave en este esfuerzo, y es uno en el que los competidores occidentales de China trabajan en desventaja. El mercado libre del siglo XXI ha sido duro para la producción internacional de noticias. La información extranjera, especialmente la televisión, requiere dinero, y China se encuentra entre los pocos países que están expandiendo su inversión en el campo.”

(Nelson, A. 2013: 7)

5.4. CHINA NATIONAL RADIO (CNR) Y CHINA RADIO INTERNATIONAL (CRI)

China National Radio (CNR) (中国国家广播电台 Zhōngguó guójiā guǎngbò diàntái) y China Radio International (CRI) (中国无线电国际的 Zhōngguó wúxiàndiàn guójì) son los dos sistemas de radios oficiales del país, configurando el elemento mediático perteneciente al grupo estatal de comunicación China Media Group, siendo este un elemento empresarial. A su vez se su actividad depende del Estado y de la figura del Partido Comunista Chino debido a que son las radios públicas oficiales, corresponde a un elemento político, que determina la línea editorial del propio medio y repercute en el mensaje ofrecido. Este mensaje se transmite a la población haciendo referencia a la superestructura con la creación de valores y la identidad cultural de la sociedad china.

En la primera mitad del siglo XX se produjo un crecimiento exponencial de nuevas formas de comunicación; la aparición de la radio en el panorama informativo chino se remonta entre 1920 y 1930. Al principio su impacto en la sociedad fue reducido debido a la dificultad de los hogares de disponer receptores de radio; el mensaje que se transmitía en primera instancia por este medio de comunicación estaba orientado a fines políticos de nivel local debido a la dificultad de expansión de este medio a causa de las limitaciones técnicas. Poco a poco la radio comenzó a expandirse por todo el país cobrando una cierta importancia en el panorama comunicativo nacional. Debido al posible gran impacto social que podría tener la radiodifusión en la sociedad china el Estado decidió controlar directamente las ondas.

En el tablero de comunicación chino tiene especial relevancia dos cadenas.

Por un lado el nacimiento de China National Radio se produce bajo la supervisión del Comité Central 9 años antes de que Mao Zedong instaurase la República Popular de China en 1949; en 1940 la estación de radiodifusión “Yan’an Xinhua” comienza su primera emisión; su nombre se debe a la ciudad de Yan’an en la que fue fundada.

Tras diversos cambios de nombre y el establecimiento de su base en Beijing en 1949 oficialmente fue rebautizada como “Estación Central de Radiodifusión Popular”. Actualmente el nombre oficial de esta estación de radiodifusión es China National Radio.

Por otro lado, en el mismo año de fundación de CNR la cadena de radiodifusión Xinhua New Chinese Radio (XNCR), la futura China International Radio, sale al aire. En

1947, en plena guerra civil, XNCR decide traducir sus contenidos al inglés informando fuera de sus fronteras la perspectiva política y cultural de China del momento. La difusión de estas informaciones se realizaba desde una cueva en Shahe, situada en las montañas de Taihang, finalmente se trasladó a Pekín. Se rebautizó en diversas ocasiones su nombre hasta que finalmente se decide llamar a este medio de comunicación China Radio International. La transmisión en inglés se llevó a cabo mediante la onda corta, sus contenidos de entretenimiento e información se emitieron en los cinco continentes, pero se orientó sobre todo a América del Norte y Europa.

La radio en 1950 se incorporó a la cartera de medios de comunicación del bando comunista. Ese mismo año gracias a la creciente influencia de la radio a nivel social y el desarrollo de mejoras técnicas supuso que existiesen un total de 83 emisoras de radios, estas estaciones radiofónicas se nacionalizaron en 1953. En la década de los años 60 se llevó a cabo una estrategia por parte del gobierno chino para extender la radio a todos los rincones del país: se fomenta la fabricación masiva de receptores y estos se instalaron en escuelas y fábricas. A su vez se construyó de forma paulatina una red de centros de radiodifusión conectados con Pekín por medio de 6 millones de altavoces⁷². Una década después de la puesta en marcha de esta estrategia la radio llegó a la mayoría de la población del territorio chino.

“La radio fue el verdadero medio de comunicación de masas hasta los años ochenta y quedó algo más al margen de las luchas intestinas en el seno del PCCh, que se libraron en la prensa.”

(Martínez Taberner, G. 2017: 54)

La razón de porqué la radio se convirtió en un “medio de comunicación de masas” se debe a la novedad que ofrecía el escuchar un mensaje. Esto fue utilizado por el Partido Comunista Chino como una forma de consolidar su legitimidad aunando el discurso que llegaba a la población debido a que “*un único mensaje llegaba a la audiencia y hacía complicado poder escapar de la propaganda.*” (Martínez Taberner, G. 2017: 55) Poco a poco el mensaje se orientó más a la emisión de programas de entretenimiento que a la difusión de noticias, pero

⁷² Martínez Taberner, G. (2017). Los medios de comunicación en Asia oriental: una perspectiva histórica. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 13-65). Barcelona, España: Editorial UOC.

estas siempre tuvieron un lugar relevante en la comunicación emitiéndose en las franjas horarias con mayor número de oyentes.

El factor económico cobró importancia a causa de que era más barato la producción y difusión de mensajes por radio que por otros medios de comunicación.

En el año 1998 CNR fue el primer medio de comunicación bajo el control del Gobierno Central que fundó su página web. Fue dos años después cuando extendió su influencia para dirigirse a las audiencias nacionales e internacionales, para ello se llevó a cabo una red de transmisión nacional de estaciones de radios centrales y locales. Actualmente cuenta con una parrilla de programación diversificada que aglutina entretenimiento e información para la diversa audiencia.

TABLA QUE AGLUTINA LOS CANALES DE CNR

Nombre del Canal	Temática de la emisión
NOTICIAS DE RADIO CNR 1	Información generalista - 24 horas al día
CNR 2 RADIO EMPRESARIAL	Canal económico y de finanzas
CNR3 MÚSICA RADIO	Canal de música
CNR4 RADIO DE ORO	Canal de música - Difusión únicamente en Beijing
CNR5 ZHONGHUA NEWS RADIO	Canal de entretenimiento y coloquio - Servicio de Taiwán - Transmisión en chino mandarín
CNR6 SHENZHOU FÁCIL	Canal de entretenimiento y coloquio - Servicio de Taiwán - Transmisión en chino mandarín
CNR7 HUAXIA RADIO	Orientado a las zonas de Macao Hong Kong y el delta de Zhujiang - Transmisión en chino mandarín
CNR8 ÉTNICO MINORITARIO	Canal dirigido a minorías étnicas - Servicio en Corea y Mongolia

RADIO	
CNR9 HISTORIA RADIO	Canal de entretenimiento, programas cómicos y narración de clásicos literarios - Difusión únicamente en Beijing
CNR10 RADIO DE LA TERCERA EDAD	Canal de entretenimiento orientado a ancianos con la difusión de programas de salud - Difusión únicamente en Beijing
CNR11 RADIO TIBETANO	Canal tibetano
CNR12 HAPPY RADIO	Canal de entretenimiento - Difusión únicamente en Beijing
CNR13 UYGUR RADIO	Canal Uygur
CNR14 HONG KONG EDICION	Canal de generalista orientado a Hong Kong - Difusión únicamente en Hong Kong
CNR15 CARRETERA RADIO	Canal de información de las carreteras - Difusión nacional
CNR16 CAMPO RADIO	Canal agrícola y rural
CNR17 KAZAHO RADIO	Servicio de Kazajstán

La modernización gracias a las nuevas tecnologías convirtió este medio de comunicación en uno de los más punteros de china con equipos de grabación, salas de conciertos y diversos estudios. La cadena Central Broadcasting Station es la única estación de radio en China que cubre todo el país. A pesar de que el CNR es un medio de radiodifusión, este ha diversificado sus productos en busca de convertirse en una organización de medios integrada.

“En un esfuerzo por convertirse en una organización de medios integrada, CNR ha diversificado sus servicios relacionados con la transmisión. Dirige una editorial, China Broadcasting Audio and Video Press, que produce varias publicaciones, incluyendo China Broadcast Weekly, China Broadcast Magazine (mensual), Intercambio internacional de

música (mensual) y Radio Songs. Además, ha establecido su propio centro de producción de programas de televisión.”

(China Institute in America. 2009:2)

En el caso de CRI, esta radio muestra desde su nacimiento las ansias de expansión a nivel mundial. La transmisión de Radio International China se caracteriza por una especial atención en programas de entretenimiento como shows populares y deportes, a su vez también se elaboraban contenidos informativos y su contenido se adapta teniendo en cuenta las festividades Chinas con la realización de programas especiales.

En el año 2006, año de los juegos olímpicos en Turín, CRI fundó una nueva estación de radio llamada CRI Olympic Radio siendo esta la radio olímpica internacional cuyos contenidos eran traducidos al mandarín, coreano, inglés, ruso, francés, español, árabe, japonés y alemán. Actualmente esta estación ha sufrido una reestructuración cuya transmisión abarca solo la zona de Beijing.

En 2010, China Radio International lanzó China International Broadcasting Network (CIBN) encargada de emitir contenidos chinos teniendo en cuenta el país a donde se dirigía la información.

Actualmente China Radio International emite en 65 idiomas⁷³ a lo largo y ancho de todo el mundo entre los que se encuentran el inglés, alemán, griego, camboyano, búlgaro, persa, portugués, ruso, tibetano, vietnamita y español entre otras. Posee una página oficial en la que ofrece al usuario la emisión en directo podcast en chino mandarín y en inglés.

Estas tres plataformas de contenidos forman una parte indispensable en la estructura estatal de la información china. El gobierno chino, muy presente en todo momento en el control informativo y en la propaganda de los contenidos, ha decidido aumentar su presencia a nivel global con la puesta en marcha de una estrategia comunicativa basada en la traducción de contenidos y la creación de diversos canales tanto televisivos como radiofónicos en todo el mundo.

De esta manera China busca traspasar fronteras estableciendo una influencia a nivel mundial del sector comunicativo expandiendo sus valores y tradiciones por todo el mundo.

⁷³ <https://web.archive.org/web/20150213071402/http://www.cri.cn/index1.htm> Acceso 20 de mayo de 2020

6.CONCLUSIÓN

Es irrefutable negar que en los últimos años China ha emergido como una gran superpotencia en el panorama mundial. Desde la apertura del país asiático, mediante una cierta liberalización del mercado, ha supuesto que de forma gradual, China haya traspasado fronteras. Su influencia no solo se relaciona con su poder económico sino que la presencia de este *dragón rojo* se extiende también a nivel social en un intento de situarse como el referente del Asia-Pacífico.

Lejos ha quedado la idea global de estar ante un mundo unipolar encabezado por Estados Unidos donde solo hay un sistema válido. China no solo ha abierto sus puertas a la liberalización económica sino que cada vez más su mayor presencia en todo el mundo ha supuesto una ventana donde se muestra la variedad cultural de este país. Tanto valores orientales, tradiciones o formas de vida se dan a conocer a nivel mundial, en la que se recupera la idea de singularidad de la sociedad china basándose en los principios confucianos, sirviendo así de contrapunto al control único por parte de Estados Unidos. De esta manera, mediante la defensa de la diversidad oriental, China busca marcar un camino propio y establecer un punto de inflexión rompiendo la unipolaridad mundial y estableciéndose como un país con un sistema válido a nivel global.

Cobra importancia la influencia de discursos occidentales a la integración social de China; tal y como es la adaptación en el discurso político del concepto de derechos humanos bajo la idea occidental, esto supone la apertura de un debate sobre el factor modernizador de China. Esta variación en el discurso ha sido solo una estrategia orientada meramente a la lingüística debido a que no se ha llevado a cabo ningún cambio teórico que modifique la situación de monopolio por parte del PCCh.

“El actual poder chino impulsa la idea de la diferencia para sustentar la insistencia en un camino propio, al tiempo que combate la opinión de que sus valores y tradiciones son contrarios a la libertad y la democracia [...] Se trata de reforzar su legitimidad y de ofrecer argumentos para sustentar la insistencia en el inmovilismo político que coexiste con un discurso modernizador en otros ámbitos.”

(Ríos, X. 2007:197)

El desarrollo de la expansión de la comunicación china es todavía un espacio incipiente, pero de forma gradual, este país asiático muestra una gran perspectiva de cambio. El Estado chino, y por consiguiente el Partido Comunista Chino, ha concentrado en sus manos el poder de la comunicación manteniendo un control directo sobre el mensaje; controlar la información que se transmite a través de los diversos medios de comunicación implica de forma directa el control de la sociedad. *Quien controla los medios controla el poder*. A pesar de las transformaciones y de la creciente complejidad que ha experimentado la sociedad china, el PCCh mantiene un férreo control sobre el proceso de cambio donde no se permite la disyuntiva de eliminar el poder concentrado en sus manos llevando a cabo un papel monopolístico. Esta situación contrasta con la evolución social de una masa poblacional uniforme que acepta todo mensaje a una sociedad a que aboga por un aperturismo informativo.

La creciente complejidad de la sociedad china en la que cobra importancia la pluralidad informativa contrasta con la omnipresencia del Partido Comunista Chino. La figura del poder influye en la elaboración y difusión de la información a la sociedad donde el mensaje adquiere un valor propagandístico, ensalzando los acontecimientos positivos y manteniendo en un segundo plano las cuestiones negativas que puedan desestabilizar el *status quo* de la sociedad. China es un ejemplo de la gran fuerza que supone el control de los medios de forma partidaria.

A pesar de que las medidas de control de los medios de comunicación han sido más livianas desde las reformas impulsadas por Deng en 1978, en los últimos años se ha intensificado su presencia con la política asertiva desde la llegada al poder de Xi Jinping. La reestructuración que se ha producido en el sistema mediático estatal, tanto con la formación de un nuevo grupo mediático como es China Media Group, y las renovaciones de las administraciones censoras, suponen una vuelta a los orígenes de control informativo férreo producido en el gobierno de Mao Zedong donde se establece un control directo e ilimitado en referencia a los medios de comunicación y el entretenimiento del país.

“Los dirigentes chinos actuales son conscientes de la necesidad de formular un discurso exterior adaptado a los nuevos tiempos y acorde a las transformaciones que China ha

experimentado en las tres últimas décadas y que podrían catapultarse en pocos años a posiciones de relativa primacía en el orden internacional.”

(Ríos, X. 2016:164)

El PCCh se muestra a la ciudadanía como la figura necesaria para la estabilidad, el progreso y el desarrollo del bienestar; de esta forma se ratifica su presencia social como actor modernizador y propulsor del cambio. Pero poco a poco socialmente, debido al descontento social de la gestión por parte del PCCh relacionado con diferentes casos de corrupción política o a las desigualdades económicas, la figura del Partido como garante único comienza poco a poco a resquebrajarse. Ante esta situación el Estado busca transmitir, a nivel nacional e internacional, la importancia de su figura como garantizador del cambio a todos los niveles.

En los últimos años China tiene que hacer frente a diferentes retos internos que cobran importancia en la sociedad tal y como es la corrupción política, el medio ambiente, la situación del campo, el aumento exponencial de las desigualdades.... En referencia a lo defendido por Xulio Ríos,⁷⁴ este país asiático no solo tiene que hacer frente a retos internos sino que a nivel internacional debe superar la imagen de ciertos países que consideran que el desarrollo de China en los últimos años tienen relación con peligros hipotéticos. *“La China entendida como amenaza, comercial o militar, está al orden del día en algunos medios, con considerable poder e influencia.”* (2007:198)

El socialismo con peculiaridades chinas pone en valor el concepto de armonía y neoconfucianismo, estas ideas buscan establecer una nueva etapa para la construcción social de la población mediante un enfoque modernizador. El establecimiento de filtros de control tal y como es la censura previa, la expedición de carnets de periodistas o el nombramiento por parte del Partido de los directores de los medios de comunicación son algunas de las medidas llevadas a cabo para el control de la información. Esta vigilancia se ha intensificado en los últimos años con el ascenso de Xi Jinping a la presidencia.

El desarrollo de técnicas de expansión de este gigante asiático hacia el resto del mundo, buscan mantener el carácter híbrido del sistema económico y social donde los medios de comunicación juegan un papel clave en esta expansión.

⁷⁴ Ríos, X. (2007). *Mercado y control político en China. La transición hacia un nuevo sistema*. Fuencarral, España: Editorial Catarata.

China en el año 2000 impulsó una estrategia comunicativa que manifestaba el afán de este país asiático de extender sus contenidos informativos y de entretenimiento por todo el mundo, en concreto hacia América del Norte y Europa Occidental. En los últimos años los medios de comunicación chinos han orientado sus esfuerzos a establecer una sólida colaboración con esas zonas del mundo que antes estuvieron más relegadas; se hace referencia a la expansión comunicativa hacia América Latina y África llevando a cabo una presencia internacional tanto en cobertura mediática como en alcance.

La programación china se orienta a la cultura, los deportes, la comida y el entretenimiento; haciendo alusión a lo especificado por Nelson, A.⁷⁵ en alusión a la política internacional de China determina que *“la cobertura enfatizó dos socios favoritos en América Latina: Cuba y Venezuela. [...] Cuba es el mayor socio comercial de China en el Caribe, pero su valor es más estratégico que económico.”* (2013:25) La influencia china en esta región no se debe solo a nivel comunicativo sino que este país está realizando fuertes inversiones económicas en la zona como por ejemplo en las operaciones mineras.

Otra prioridad mediática de los conglomerados chinos es África donde la televisión CCTV africana mantiene una relación directa con la región para consolidar así su influencia. En 2012 CCTV África, con oficina en Nairobi, desarrolla su programación en inglés, chino y swahili. La presencia en esta región no solo se lleva a cabo a partir de la televisión o la radio sino que incluso la Agencia de Información Xinhua ofrece un servicio de noticias africano.

Por el momento, China no ha expandido sus prácticas comunicativas hacia el sudeste asiático, los mensajes que se ofrecen en estas regiones está orientado a la audiencia china que vive en el extranjero, debido a que no se traducen los contenidos de las informaciones sino que se ofrecen en chino mandarín.

Con la llegada de internet, China ha llevado a cabo un cambio en el tipo de censura en los medios de comunicación; el control sigue existiendo pero este se lleva a cabo con distinta intensidad dependiendo del formato. La creación de una web china, supone el establecimiento

⁷⁵ Nelson, A. (2013), CCTV's International Expansion: China's Grand Strategy for media? A report to the Center for International Media Assistance.

de una *muralla virtual* en la que el gobierno decide qué contenidos se publican. Debido a la gran expansión de las redes, para su control el Estado chino ha dispuesto ciberpolicía encargados de aplicar herramientas de filtro de la información donde las empresas son las responsables de *mantener un espacio limpio* en internet. Además la creación estatal de blogs críticos con el gobierno permiten que se mantenga la discusión de un determinado tema con unas limitaciones concretas.

En los últimos años ha crecido la propagación del miedo a la red en la sociedad china, la existencia de noticias relacionadas con delitos virtuales son una forma de disuadir a la población en el caso de emitir noticias que afecten a la gestión del gobierno. De esta manera se lleva a cabo una autocensura, donde el miedo está presente a nivel comunicativo vía internet.

Este tipo de actuación ofrece a la ciudadanía una sensación de libertad a la hora de comunicarse, donde el usuario se siente libre a la hora de acceder a la página web que desee pero la férrea censura, junto con políticas de ciberseguridad, ocasiona que la información esté restringida encontrando así al consumidor en una “prisión utópica”.

En este contexto, los cibernautas han desarrollado estrategias tecnológicas para sortear el *muro virtual* de la red China, ante esta situación el gobierno ha buscado adaptarse en todo momento siendo un continuo *juego donde el ratón, que serían los ciudadanos, buscan sortear las trampas del gato, en referencia al gobierno, en busca de una mayor libertad informativa en la red.*

Internet ha abierto una puerta a la información global y a la expansión de los medios de comunicación. A nivel comunicativo, China, en busca de la expansión de sus contenidos, ha centrado especial atención en las características de las audiencias extranjeras y en la traducción de los contenidos dependiendo del país en el que se transmitirá la información. De esta forma, con el paso de los años China busca tener presencia en los cinco continentes, traspasando fronteras.

“Algo está cambiando, claro. En China, siempre hay algo que está cambiando pero a su ritmo.”

(Ríos, X. 2007:218)

7.BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Aramberri, J. (2018). *La China de Xi Jinping*. Madrid, España: Biblioteca Deliberar.
- Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Mancinas-Chávez, R. (2016). *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social
- Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona, España: Editorial Hacer S.L.
- Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.
- A Penguin Random House Company. (2014). *El libro de la política* (3ª ed.). Madrid, España: Ediciones
- Reig, R., & Labio, A.(Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Tzu, Sun (1999): *El arte de la guerra*. Madrid: Ediciones Martínez Roca
- Maquiavelo (2019): *El príncipe*. España: Editorial Alma.
- Ríos, X. (2007). *Mercado y control político en China. La transición hacia un nuevo sistema*. Fuencarral, España: Editorial Catarata.

TRABAJOS ACADÉMICOS

- París Sánchez, R. (2012, septiembre). *Estructura, poder y discurso cultural. Análisis de caso a través de la serie Expediente X*. Recuperado 25 febrero, 2020, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26927/tmaster24.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bonachera Álvarez, E. (2016, septiembre). *Proyecto 2.0. The Silent China China: Censura, propaganda y medios de comunicación*. Recuperado 25 de febrero de 2020, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/48365/TFG%20The%20silent%20China%202.0%20%28Eduardo%20Bonachera%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BIBLIOGRAFÍA INTRODUCCIÓN Y BLOQUE TEÓRICO

LIBROS

- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Mancinas-Chávez, R. (2016). *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social
- Aramberri, J. (2018). *La China de Xi Jinping*. Madrid, España: Biblioteca Deliberar.
- Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona, España: Editorial Hacer S.L.
- Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.

TRABAJOS ACADÉMICOS

- París Sánchez, R. (2012, septiembre). *Estructura, poder y discurso cultural. Análisis de caso a través de la serie Expediente X*. Recuperado 25 febrero, 2020, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26927/tmaster24.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ARTÍCULOS DE INTERNET Y DOCUMENTOS PDF

- Expansión. (s.f.). PIB - Producto Interior Bruto [Conjunto de datos]. Recuperado 3 marzo, 2020, de <https://datosmacro.expansion.com/pib>
- Real Academia Española. (s.f.-b). Definición sistema. Recuperado 3 marzo, 2020, de <https://dle.rae.es/sistema>

VÍDEO

- Azt_ 1521. (2020, 23 agosto). Discurso de Proclamación de la República Popular China (RPC) por Mao Zedong [Archivo de vídeo]. En *YouTube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=o6co1yYMaz8>

BIBLIOGRAFÍA ECONOMÍA (Medidas económicas y aperturismo)

LIBROS

- Aramberri, J. (2018). *La China de Xi Jinping*. Madrid, España: Biblioteca Deliberar.
- Rios, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Madrid Morales, D., Martínez, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.

CAPÍTULOS DE LIBROS

- Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

REVISTAS CIENTÍFICAS

- Delgado, L., & Ricardo, D. (2014). *Confucianismo como humanidad: claves para complementar la modernidad. Mexico y la cuenca del Pacífico*, 3(9), 77-104. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-53082014000400077&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Ollé, M. (2007). Cambio y polarización en la sociedad china contemporánea. *Papeles del Este: Transiciones postcomunistas*, 13. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2258523&orden=134536&info=link>
- Rodríguez Jiménez, F. J. (2015). “¿Charm Offensive?” Poder blando chino en las últimas décadas. *Pensar con la historia desde el siglo XXI*, 6315-6332. Recuperado de https://www.academia.edu/11316219/_Charm_Offensive_Poder_Blando_Chino_en_las_%C3%BAltimas_d%C3%A9cadas_en_VV.AA._Actas_del_XII_Congreso_de_la_Asociaci%C3%B3n_de_Historia_Contempor%C3%A1nea_Madrid_2015

ARTÍCULOS DE INTERNET Y DOCUMENTOS PDF

- [Proclamación de la República Popular de China]. (s.f.). Recuperado 31 marzo, 2020, de http://recursostic.educacion.es/kairos/web/enseanzas/bachillerato/mundo/img/imagencomentadas/emergente_republicapopularchina.html

- China República Popular (de) China. (2019). Recuperado 28 marzo, 2020, de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CHINA_FICHA%20PAIS.pdf
- Constitución de la República Popular China (1954) [Publicación en un blog]. (2014, 8 febrero). Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://culturaproletaria.wordpress.com/2014/02/08/constitucion-de-la-republica-popular-china-1954/>
- Constitución soviética 1936. (2005). Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://www.marxists.org/espanol/tematica/histsov/constitucion1936.htm>
- EL PUEBLO CHINO SE HA PUESTO EN PIE. (s.f.). Recuperado 31 marzo, 2020, de https://webs.ucm.es/info/bas/utopia/html/oet5_01.htm
- Tsetung, M. (2001, mayo). El pueblo chino se ha puesto en pie. Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://www.marxists.org/espanol/mao/escritos/CPS49s.html>
- BBC . (2019, septiembre 29). 70 años del triunfo del comunismo: cómo China pasó de ser un país pobre y rural a una superpotencia mundial. Recuperado 31 de marzo de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46611462>
- BBC. (2018, diciembre 18). China: 9 gráficos para entender la extraordinaria transformación del gigante asiático a 40 años de sus reformas económicas. Recuperado el 27 de abril de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46595825>
- Embajada de la República Popular de China en España. (2004, mayo 13). El Partido Comunista de China de 1949 a 1978. Recuperado 31 de marzo de 2020, de <http://es.chineseembassy.org/esp/ztsj/zt14/t104304.htm>
- Fanjul, E. (2018, 15 noviembre). China, 40 años de la mayor revolución económica de la historia. Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://blog.realinstitutoelcano.org/china-40-anos-mayor-revolucion-economica-historia/>
- Herd, R., & Dougherty, S. (s.f.). China's economy: A remarkable transformation. Recuperado 27 marzo, 2020, de https://oecdobserver.org/news/archivestory.php/aid/1685/China_92s_economy:_A_remarkable_transformation.html
- Biliang, H. (2018, 17 enero). Transformación económica de China. Recuperado 27 marzo, 2020, de <https://doc-research.org/2018/01/chinas-economic-transformation/>

- López Arnal, S. (2019, 9 febrero). Entrevista a Xulio Ríos. Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://politica-china.org/secciones/entrevista-a-xulio-rios>
- Qiang, W., & Jiandong, M. (2008). La emigración del campo a la ciudad en China y el papel de la educación en adultos en la interacción social. Recuperado 31 marzo, 2020, de <https://www.dvv-international.de/es/educacion-de-adultos-y-desarrollo/ediciones/ead-702008/migracion-e-integracion/la-emigracion-del-campo-a-la-ciudad-en-china-y-el-papel-de-la-educacion-de-adultos-en-la-interaccion-social/>
- Global Sherpa. (2012, 5 marzo). El camino de China hacia 2030. Recuperado 31 marzo, 2020, de <http://globalsherpa.org/china-2030-world-bank/>
- Zurita, A. (2016, 4 marzo). China: el despertar del dragón rojo. Recuperado 31 marzo, 2020, de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_marco/2016/DIEEEM03-2016_China_Despertar_DragonRojo_AlfonsoZurita.pdf
- Spanish Xinhua Net. (s.f.). XIX Congreso Nacional del PCCh. Recuperado 27 marzo, 2020, de <http://spanish.xinhuanet.com/temas/201710CNPCCh/index.htm>
- Banco Mundial. (s.f.). China [Conjunto de datos]. Recuperado 27 marzo de 2020, de <https://datos.bancomundial.org/pais/china>
- Expansión. (s.f.). PIB - Producto Interior Bruto [Conjunto de datos]. Recuperado 27 marzo de 2020,, de <https://datosmacro.expansion.com/pib>
- Organización mundial del Comercio. (2001, noviembre 23). Adhesión de la República Popular de China. Recuperado 5 de abril de 2020, de [javascript:linkdoldoc\(«WT/L/432.pdf»\) https://www.wto.org/spanish/thewto_s/acc_s/a1_chine_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/acc_s/a1_chine_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s. f.). Comercio de Mercancías China. Recuperado 5 de abril de 2020, de https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/CN_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (s. f.-b). Guía para el usuario sobre la jerga* de la OMC relacionada con el proceso de adhesión. Recuperado 5 de abril de 2020, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/acc_s/accession_speak_s.pdf

- Organización Mundial del Comercio. (s. f.-a). Aranceles e importaciones totales China. Recuperado 5 de abril de 2020, de https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/CN_S.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (s. f.-d). Trade in Value Added and Global Value Chains. Recuperado 5 de abril de 2020, de https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/miwi_e/CN_e.pdf

BIBLIOGRAFÍA POLÍTICA (El poder del Partido Comunista Chino)

LIBROS

- Aramberri, J. (2018). *La China de Xi Jinping*. Madrid, España: Biblioteca Deliberar.
- Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.

ARTÍCULOS DE INTERNET Y DOCUMENTOS PDF

- Spanish Xinhua Net. (s.f.). XIX Congreso Nacional del PCCh. Recuperado 02 abril, 2020, de <http://spanish.xinhuanet.com/temas/201710CNPCCh/index.htm>
- Spanish Xinhua Net. (s. f.). PCCh tiene más de 88 millones de miembros. Recuperado 2 de abril de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2016-06/30/c_135478273.htm
- CaixaBank Research. (2017, octubre). China's Game of Thrones: the keys and complexities of the political system. Recuperado 02 abril, 2020, de https://www.caixabankresearch.com/sites/default/files/documents/im_1710_16_f3_en.pdf
- Constitute Proyect. (2020, 18 febrero). Constitución de China, 1982, con enmiendas hasta 2004. Recuperado 2 abril, 2020, de https://www.constituteproject.org/constitution/China_2004.pdf?lang=es
- Spanish Xinhua Net. (2017, 3 noviembre). Texto íntegro de los Estatutos del Partido Comunista de China. Recuperado 2 abril, 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2017-11/03/c_136726615.htm
- The National People's Congress of the People's Republic of China. (s.f.). constitución de la República Popular de China. Recuperado 2 abril, 2020, de http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Constitution/node_2825.htm
- China ORG. (s.f.). China's Political System. Recuperado 2 abril, 2020, de http://www.china.org.cn/features/political/node_1025060.htm
- The US China Bussiness Council. (s.f.). Overview of the PRC Political System. Recuperado 2 abril, 2020, de <https://www.uschina.org/overview-prc-political-system>
- BBC News. (2019, 30 septiembre). China anniversary: How the Communist Party runs the country. Recuperado 2 abril, 2020, de <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-49631120>

- Higuera, G. (2017a, 26 mayo). El nuevo orden chino. Recuperado 24 marzo, 2020, de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2017/DIEEEO58-2017_Nuevo_orden_China_GeorginaHiguera.pdf
- Fanjul, E. (2011, 8 febrero). Ocho claves para comprender el Partido Comunista Chino (Parte I). Recuperado 24 marzo, 2020, de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/8eebc70045de9c2e90aaf9762a2d4af9/ARI25-2011_Fanjul_Partido_Comunista_Chino_claves_parte_I.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8eebc70045de9c2e90aaf9762a2d4af9
- Fanjul, E. (2011b, 8 febrero). Ocho claves para comprender el Partido Comunista Chino (Parte II). Recuperado 24 marzo, 2020, de http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/33615e8045b6ca429d11df5e7489e10f/ARI26-2011_Fanjul_Partido_Comunista_chino_claves_parte_II.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=33615e8045b6ca429d11df5e7489e10f
- Rios, X. (2006, febrero). Las encrucijadas del Partido Comunista de China. Recuperado 24 marzo, 2020, de https://academica-e.unavarra.es/bitstream/handle/2454/9147/HSJ_GH_13_2006_Encrucijadas.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Del Pozo, M. A. (2017, 27 enero). China, políticas y subconjuntos del Partido Comunista. Recuperado 24 marzo, 2020, de https://www.academia.edu/31197478/CHINA_POL%C3%8DTICAS_Y_SUBCONJUNTO
- Council on Foreign Relations. (2019, 27 septiembre). El partido comunista chino. Recuperado 2 abril, 2020, de <https://www.cfr.org/backgrounder/chinese-communist-party>

BIBLIOGRAFÍA ESTRUCTURA MEDIÁTICA (forma de organización de los medios de comunicación)

LIBROS

- Reig, R., & Labio, A.(Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.

CAPÍTULOS DE LIBROS

- Martínez Taberner, G. (2017). Los medios de comunicación en asia Oriental: una perspectiva histórica. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 13-65). Barcelona, España: Editorial UOC.
- Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

LIBROS EN LÍNEA

- Reig, R. (2011). *Los guardianes de la libertad* (Google Books ed.). Recuperado de https://books.google.es/books?id=QzMIBQAAQBAJ&pg=PA158&lpg=PA158&dq=crftg+china&source=bl&ots=4FSpndbAwb&sig=ACfU3U30d5OcC-QCCLm-EC7W_TgxbSdCYg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiN2YiexYjpAhUIxYUKHb4VAi4Q6AEwA3oEACAcQAQ#v=onepage&q=crftg%20china&f=true

REVISTAS CIENTÍFICAS

- Reig, R., & Martín Ávila, A. J. (2011). La estructura mediática en China, Rusia e India. *TELOS*, 81, 13-27. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/>
- Salazar Navarro, S. (2012). Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa

- comercial. *Comunicación y Sociedad*, 18, 55-77. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n18/n18a4.pdf>
- Ollé, M. (2017). China y medios de comunicación. L'ecosistema comunicatiu xinès: des del quiosc al panòpticon digital. *Communication Papers*, 6(11), 9-26. Recuperado el 10 de abril de 2020 de <https://www.raco.cat/index.php/communication/article/view/328407/418933>
 - Reig, R., & Martín, A. J. (2011). La comunicación en los países emergentes Estructura mediática en China, Rusia e India. *Revista TELOS*, 87, 13-21. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/>
 - Hassid, J. (2011). Four Models of the Fourth Estate: A Typology of Contemporary Chinese Journalists. *The China Quarterly*, (208), 813-832. Recuperado el 10 de abril de 2020 de www.jstor.org/stable/41447777
 - El ingreso de China en la OMC: un desafío en puerta. (2002). *Revista Bancomext*, 52(3), 454-462. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/24/12/RCE.pdf>
 - Collado Armengol, A. (2002). La inversión directa en China: implicaciones derivadas de su entrada en la OMC. *ICE, Revista De Economía*, 1(797). Recuperado a partir de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/311>
 - Fernández-Stembridge, L. (2003). Empleo en el contexto post-OMC de China: Pronóstico económico y social. *Revista Cidob D'Afers Internacionals*, 63, 51-65. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=798836&orden=182485&info=link>
 - Richeri, G. (2013). Los medios de comunicación. Tras la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio. *Revista TELOS*, 95, 14-23. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero095/>
 - Esarey, A., & Qiang, X. (2013). Digital Communication and Political Change in China. *International Journal of Communication*, 5, 298-319. Recuperado de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/688/525>
 - Hassid, J. (2011). Four Models of the Fourth Estate: A Typology of Contemporary Chinese Journalists. *El trimestral de China*, 208, 813-832. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/41447777?seq=1#metadata_info_tab_contents

- Aira Fox, T. (2011). Los periodistas políticos y los spin doctors como fuentes de la información periodística. *La comunicación pública, secuestrada por el mercado*, 89-90. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/121_Aira.pdf
- Keane, M. A. (2006). Once were peripheral: Creating media capacity in East Asia. *Media Culture and Society . Media, Culture and Society*, 835-855. Recuperado de <https://eprints.qut.edu.au/2426/1/2426.pdf>
- Hermoso, P., Real Rodríguez, E., & Agudiez Calvo, P. (2010). La estructura mediática china en el contexto de la globalización: entre la perspectiva del mercado y los mecanismos de protección del sistema. *Historia y Comunicación Social*, 15, 149-167. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS1010110149A/18725>
- Montaña Cabacés, J. (2009). Los spin doctors y los gabinetes de comunicación, como un obstáculo para el periodismo especializado en política. *Actas I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Recuperado de <http://www.revistalatinacs.org/09/Sociedad/actas/64jordi.pdf>

ARTÍCULOS DE INTERNET Y DOCUMENTOS PDF

- Beina, X., & Eleanor, A. (2017, febrero 17). Media Censorship in China. Recuperado 9 de abril de 2020, de https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/CFR_Media%20Censorship%20in%20China%20-%20Council%20on%20Foreign%20Relations.pdf
- RTVE. (2019, junio 4). La masacre de Tiananmen, una matanza silenciada en China 30 años después. Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://www.rtve.es/noticias/20190604/masacre-tiananmen-matanza-silenciada-china-30-anos-despues/1950580.shtml>
- Global Voices. (2016, mayo 17). Los periodistas chinos necesitan una ley de prensa para su protección. Recuperado 10 de abril de 2020, de <https://es.globalvoices.org/2016/05/17/los-periodistas-chinos-necesitan-una-ley-de-prensa-para-su-proteccion/>

- Pira, A. (2016, mayo 5). Sinología: La comunicación en los países emergentes – Estructura mediática en China, Rusia e India. Recuperado 10 de abril de 2020, de <https://www.china-files.com/sinologia-la-comunicacion-en-los-paises-emergentes-estructura-mediatica-en-china-rusia-e-india/>
- Xiguang, L. (s. f.). ¿Cómo contar la verdad sin ofender a la prensa? El impacto de la comercialización en los medios de comunicación chinos. Recuperado 6 de abril de 2020, de http://www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2005/045Li_Xiguang.pdf
- Ramírez Morán, D. (2017, enero 4). Ciberseguridad en China. Recuperado 15 de abril de 2020, de http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_informativos/2017/DIEEEI01-2017_CyberChina_DRM.pdf
- ABC. (2010, junio 8). China publica su «Libro Blanco» sobre Internet y asegura que seguirá controlando la Red. Recuperado 10 de abril de 2020, de https://www.abc.es/economia/abci-china-publica-libro-blanco-sobre-internet-y-asegura-seguira-controlando-201006080300-140244822970_noticia.html
- People’s Network-Media Channel. (2009, diciembre 2). ¿Por qué se ha suspendido la «Ley de Periodismo» hasta ahora? Recuperado 13 de abril de 2020, de <http://media.people.com.cn/GB/22114/42328/145310/8792516.html>
- Consejo Estatal de la República Popular de China. (s. f.). Leyes y reglamentos. Recuperado 13 de abril de 2020, de <http://english.www.gov.cn/archive/lawsregulations/>
- Consejo Estatal de la república Popular de China. (2014, agosto 23). Reglamento de Administración de Productos Audiovisuales. Recuperado 13 de abril de 2020, de http://english.www.gov.cn/archive/laws_regulations/2014/08/23/content_281474983043791.htm
- Observatorio Iberoamericano de Asia - Pacífico, & De Suso, B. (2007, mayo). La nueva Ley sobre el Derecho de Propiedad en China. Recuperado 14 de abril de 2020, de <https://studylib.es/doc/4920535/la-nueva-ley-sobre-el-derecho-de-propiedad-en-china>
- Organización mundial del Comercio. (2001, noviembre 23). Adhesión de la República Popular de China. Recuperado 5 de abril de 2020, de

javascript:linkdoldoc(«WT/L/432.pdf»)

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/acc_s/a1_chine_s.htm

- XinXun, W., & Xiaokun, W. (2011). Los nuevos medios como fuerza de transformación. Recuperado 8 de abril de 2020, de <https://www.infoamerica.org/icr/n06/xinxun.pdf>
- Beina, X., & Eleanor, A. (2017, febrero 17). Media Censorship in China. Recuperado 9 de abril de 2020, de https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/CFR_Media%20Censorship%20in%20China%20-%20Council%20on%20Foreign%20Relations.pdf
- Embajada de la República Popular China en la República de Colombia. (s. f.). Medios de comunicación de masas. Recuperado 10 de abril de 2020, de <http://co.china-embassy.org/esp/zggk/ac/t224494.htm>
- El País. (1979, diciembre 2). El «muro de la democracia» de Pekín está a punto de desaparecer. Recuperado 24 de abril de 2020, de https://elpais.com/diario/1979/12/02/internacional/312937212_850215.html
- Gutierrez Rubí, A. (2011, noviembre 10). Los (y las) spin doctors. Recuperado 23 de abril de 2020, de <https://www.gutierrez-rubi.es/2011/11/10/los-y-las-spin-doctors/>
- Azel, J. (2019, mayo 31). La Política de Pan y Circo. Recuperado 23 de abril de 2020, de <https://es.panampost.com/jose-azel/2013/09/13/la-politica-de-pan-y-circo/>

VÍDEOS

- Anti, M. [TED]. (2012, junio). *Behind the Great Firewall of China* [Archivo de vídeo]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/michael_anti_behind_the_great_firewall_of_china/up-next/#t-270764
- Reig, R. [V Congreso Internacional. Comunicación y pensamiento]. (2020, marzo 30). *Poderes, internet y ciudadanía: el equilibrio de temor y el terror* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://comunicacionypensamiento.org/inicio/ponencia/poderes-internet-y-ciudadania-el-equilibrio-del-temor-y-del-terror/>

BIBLIOGRAFÍA ESTRUCTURA MEDIÁTICA. (Forma de control por parte del Estado)

LIBROS

- Reig, R., & Labio, A.(Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Chomsky, N. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Ríos, X. (2007). *Mercado y control político en China. La transición hacia un nuevo sistema*. Fuencarral, España: Editorial Catarata.
- Ríos, X. (2016). *China Moderna*. Barcelona, España: Tibidabo Ediciones S.A.
- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Maquiavelo (2019): *El príncipe*. España: Editorial Alma.

CAPÍTULOS DE LIBROS

- García Orta, M. J. (2017). Rusia y China: el control estatal de la comunicación. En *El laberinto mundial de la información* (pp. 203-227). Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Martínez Taberner, G. (2017). Los medios de comunicación en asia oriental: una perspectiva histórica. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 13-65). Barcelona, España: Editorial UOC
- Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

LIBRO EN LÍNEA

- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo* (Google Books ed.). Recuperado de https://books.google.es/books?id=QzMIBQAAQBAJ&pg=PA158&lpg=PA158&dq=crftg+china&source=bl&ots=4FSpndbAwb&sig=ACfU3U30d5OcC-QCCLm-EC7W_TgxbSdCYg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiN2YiexYjpAhUIxYUKHb4VAi4Q6AEwA3oEACAcQAQ#v=onepage&q=crftg%20china&f=true

REVISTAS CIENTÍFICAS

- Reig, R., & Martín, A. J. (2011). La comunicación en los países emergentes Estructura mediática en China, Rusia e India. *Revista TELOS*, 87, 13-21. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/>
- Hermoso, P., Real Rodríguez, E., & Agudiez Calvo, P. (2010). La estructura mediática china en el contexto de la globalización: entre la perspectiva del mercado y los mecanismos de protección del sistema. *Historia y Comunicación Social*, 15, 149-167. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS1010110149A/18725>
- Richeri, G. (2013). Los medios de comunicación. Tras la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio. *Revista TELOS*, 95, 14-23. Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero095/>

ARTÍCULOS DE INTERNET Y PDF

- Reyes, A. (2013, diciembre 19). China: periodistas rendirán examen ideológico para mantener el carné de prensa. Recuperado 16 de abril de 2020, de <https://www.clasesdeperiodismo.com/2013/12/19/china-periodistas-rendiran-examen-ideologico-para-mantener-carne-de-prensa/>
- Spanish Xinhua Net. (2019, noviembre 29). China iniciará emisión de nuevos carnés de periodistas. Recuperado 16 de abril de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2019-11/29/c_138592654.htm
- Radio Francia (Rfi). (2019, septiembre 29). Implementarán una prueba de lealtad para los periodistas de los medios estatales en China. Recuperado 16 de abril de 2020, de <http://www.rfi.fr/es/asia-pacifico/20190923-implementaran-una-prueba-de-lealtad-para-los-periodistas-de-los-medios-estata>
- Shackleton, L. (2018, abril 13). China abolirá SAPPFRFT como parte de la reestructuración del gabinete. Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://www.screendaily.com/news/china-to-abolish-sapprft-as-part-of-cabinet-restructure/5127414.article>
- Tartaglione, N. (2018, abril 13). China rechazará SAPPFRFT luego de la abolición de los límites del mandato presidencial; ¿Que sigue? Recuperado 20 de abril de 2020, de

<https://deadline.com/2018/03/china-abolish-sapprft-media-authority-consequences-xi-jinping-1202336724/>

- Chieh Ho, P. (2020, abril 21). Adiós, SAPPRFT (Pero No Censura China). Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://supchina.com/2018/03/21/goodbye-sapprft-but-not-chinese-censorship/>
- Xinhua Net. (2018, abril 16). China presenta tres administraciones estatales en cine, prensa, televisión. Recuperado 20 de abril de 2020, de http://www.xinhuanet.com/english/2018-04/16/c_137115379_2.htm
- BBC. (2018a, abril 11). Legisladores de China votan por permitir que el presidente Xi Jinping permanezca en el poder indefinidamente. Recuperado 20 de abril de 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-43363055>
- Spanish Xinhua Net. (2018, abril 18). China inaugura administraciones estatales de cine, prensa y televisión. Recuperado 20 de abril de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2018-04/16/c_137115455.htm
- China ORG. (s. f.-a). Organismos directos del Consejo de Estado. Recuperado 20 de abril de 2020, de <http://spanish.china.org.cn/spanish/60665.htm>
- Spanish Xinhua Net. (2018a, abril 13). (Dos sesiones) China establecerá administración estatal de radio y televisión. Recuperado 20 de abril de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2018-03/13/c_137035874.htm

VÍDEO

- Reig, R. [V Congreso Internacional. Comunicación y pensamiento]. (2020, marzo 30). *Poderes, internet y ciudadanía: el equilibrio de temor y el terror* [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://comunicacionypensamiento.org/inicio/ponencia/poderes-internet-y-ciudadania-el-equilibrio-del-temor-y-del-terror/>

BIBLIOGRAFÍA ESTRUCTURA MEDIÁTICA. (Financiación de la estructura mediática china)

LIBRO

- Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.

REVISTAS CIENTÍFICAS

- Mckenzie, R. (2006). El financiamiento de los medios de comunicación en Suecia, México, Estados Unidos y China. *Derecho Comparado de la Información*, 8. Recuperado de <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/decoin/article/view/33110/30074>
- Salazar Navarro, S. (2012). Del otro lado de la Gran Muralla: La transformación del sistema mediático chino (1979-2009), del modelo de propaganda a la prensa comercial. *Comunicación y Sociedad*, 18, 55-77. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n18/n18a4.pdf>

ARTÍCULOS DE INTERNET Y DOCUMENTOS PDF

- Xiguang, L. (s. f.). ¿Cómo contar la verdad sin ofender a la prensa? El impacto de la comercialización en los medios de comunicación chinos. Recuperado 6 de abril de 2020, de http://www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2005/045Li_Xiguang.pdf

BIBLIOGRAFÍA MEDIO DE COMUNICACIÓN CHINA MEDIA GROUP

LIBROS

- Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona, España: Editorial Hacer S.L.
- Mancinas-Chávez, R. (2016). *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social
- Reig, R., & Labio, A.(Eds.) (2017). *El laberinto mundial de la información*. Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Madrid Morales, D., Martínez Taberner, G., & Ollé, M. (2017). *Comunicación y poder en Asia Oriental*. Barcelona, España: Editorial UOC.ç

CAPÍTULOS DE LIBROS

- Ollé, M. (2017). Transformaciones del paisaje de la información y la comunicación en China. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 67-114). Barcelona, España: Editorial UOC.
- Martínez Taberner, G. (2017). Los medios de comunicación en asia oriental: una perspectiva histórica. En *Comunicación y poder en Asia oriental* (pp. 13-65). Barcelona, España: Editorial UOC.
- García Orta, M. J. (2017). Rusia y China: el control estatal de la comunicación. En *El laberinto mundial de la información* (pp. 203-227). Barcelona, España: Anthropos Editorial.
- Xiaoping, L. (1991). El sistema de televisión chino y las noticias de televisión. *The China Quarterly*, 126 , 340-355. doi: 10.1017 / S0305741000005245

LIBROS EN LÍNEA

- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo* (Google Books ed.). Recuperado de https://books.google.es/books?id=QzMIBQAAQBAJ&pg=PA158&lpg=PA158&dq=crftg+china&source=bl&ots=4FSpndbAwb&sig=ACfU3U30d5OcC-QCCLm-EC7W_TgxbSdCYg&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiN2YiexYjpAhUIxYUKHb4VAi4Q6AEwA3oEAcQAQ#v=onepage&q=crftg%20china&f=true
- Gorfinkel, L. (2018). *Chinese Television and national identity construction. The Cultural Politics of Music Entertainment Programmes* [Google Books]. Recuperado

de

<https://books.google.es/books?id=Qrw8DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Chin Chuan, L. (2003). *Chinese Media, Global Context* [Google Books]. Recuperado de

<https://books.google.es/books?id=KtgYJI0Lo4AC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

- Gorfinkel, L. (2017). *Chinese Television and National Identity Construction: The Cultural Politics of Music* [Google Books]. Recuperado de

https://books.google.es/books?id=Qrw8DwAAQBAJ&pg=PT74&lpg=PT74&dq=China+Radio,+Film+and+Television+Group&source=bl&ots=Ax8ln5wFnO&sig=ACfU3U3zvy1VLVXvJwOUW9N5_RG7Xax1Aw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwic4t_3q67pAhUUecAKHbYMCm0Q6AEwB3oECAgQAO#v=onepage&q=China%20Radio%20C%20Film%20and%20Television%20Group&f=false

- Haiqing, Y. (2009). *Media and Cultural Transformation in China* [Google Books]. Recuperado de

https://books.google.es/books?id=wNN9AgAAQBAJ&pg=PA8&lpg=PA8&dq=China+Radio,+Film+and+Television+Group&source=bl&ots=WLNtgaiP9g&sig=ACfU3U2FnHvfs3jtkNpmUZdCpBwbMYGhBQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwic4t_3q67pAhUUecAKHbYMCm0Q6AEwCHoECAcQAO#v=onepage&q=China%20Radio%20C%20Film%20and%20Television%20Group&f=false

REVISTAS CIENTÍFICAS

- Reig, R., & Martín Ávila, A. J. (2011). La estructura mediática en China, Rusia e India. *TELOS*, 81, 13-27. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero087/>

- Nelson, A. (2013), *CCTV's International Expansion: China's Grand Strategy for media? A report to the Center for International Media Assistance*. Recuperado el 20 de mayo de 2020 de: https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-China%20Anne%20Nelson_0.pdf

- Tudela, R. (2014). EL DESARROLLO DEL CINE CHINO COMO INDUSTRIA. *Ábaco*, (79), 2 época, 128-130. Recuperado el 20 de mayo de 2020, from www.jstor.org/stable/44243754
- China Institute in America. (2009). China National Radio Zhōngyāng Rénmín Guǎngbō Diàntái 中央人民广播电台. Recuperado 18 de mayo de 2020, de <http://chinaconnectu.com/wp-content/pdf/ChinaNationalRadio.pdf>
- China Radio International. (s. f.-b). China Radio International (idiomas en los que se emite). Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://web.archive.org/web/20150213071402/http://www.cri.cn/index1.htm>

ARTÍCULOS DE INTERNET Y PDF

- Zhou Qian, & JAMCO Online International Symposium. (2016). China's International Television Broadcasting and Internal and External Challenges. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.jamco.or.jp/en/symposium/25/5/>
- Sarnelli, V. (2017). UpClose, broadcasting the Chinese dream CCTV news and China's cultural policy presented to a global audience. Recuperado 18 de mayo de 2020, de https://www.academia.edu/34790656/UpClose_Broadcasting_the_Chinese_Dream_CCTV_News_and_China_s_Cultural_Policy_Presented_to_a_Global_Audience
- Sarnelli, V. (2013). "UpClose" with the Chinese soft power in CCTV News. Recuperado 18 de mayo de 2020, de https://www.academia.edu/8052393/_UpClose_with_the_Chinese_soft_power_in_CC_TV_News
- Jirik, J. (s. f.). *The Myth of the CCTV Monopoly*. Recuperado 18 de mayo de 2020, de https://www.academia.edu/10791370/The_Myth_of_the_CCTV_Monopoly
- Jirik, J. (s. f.-b). *The PRC's 'going out' project: CCTV International and the imagination of a Chinese nation*. Recuperado 18 de mayo de 2020, de https://www.academia.edu/10789811/The_PRC_s_going_out_project_CCTV_International_and_the_imagination_of_a_Chinese_nation
- Cunhai, G. (s. f.). La imagen de China en América Latina en el siglo XXI. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2017/09/2785-12948-1art.-1.1.pdf>

- T. Rawnsley, M. Y. (2014, noviembre 14). Reflections on the Transformation of CCTV Documentary. Recuperado 18 de mayo de 2020, de <https://theasiadialogue.com/2014/11/14/reflections-on-the-transformation-of-cctv-documentary-2/>
- CRI. (s. f.). China Radio International. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://web.archive.org/web/20150213071402/http://www.cri.cn/index1.htm>
- Spanish Xinhua Net. (2020, enero 21). Gala de Fiesta de la Primavera de China será transmitida en vivo en cines. Recuperado 20 de mayo de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2020-01/21/c_138723961.htm
- Penalva, J. (2013, mayo 7). Movistar TV se pone en lugar de Imagenio. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.xataka.com/streaming/movistar-tv-se-pone-en-lugar-de-imagenio>
- Peilei, Y. (2017). La internacionalización de la Televisión Central de China (CCTV) en España: un aporte a la diversidad cultural. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/25556#preview>
- CCTV.com. (s. f.). Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.cctv.com/>
- Peilei, Y., & Tecmerin. (2018, febrero 19). La expansión internacional de la industria televisiva china: el caso de CGTN-Español. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <http://tecmerin.es/el-poder-blando-la-politica-del-go-out-y-la-expansion-internacional-de-la-industria-televisiva-china-el-caso-de-cgtn-espanol/>
- CRI es. (s. f.). CRI España [página oficial de China International Radio en español]. Recuperado 20 de mayo de 2020 de <http://espanol.cri.cn/>
- CGTN. (s. f.). SOBRE NOSOTROS - China Global Television Network. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.cgtn.com/about-us>
- Yamin, G., & The Paper. (2018, marzo 21). Set up the Central Radio and Television General Station and cancel CCTV, CCTV and other establishments. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2036400
- Web Archive. (2018, marzo 21). > News > News > Text 交友 The Central Committee of the Communist Party of China issued the «Deepening Party and State Institution Reform Plan». Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://web.archive.org/web/20180321085525/http://news.163.com/18/0321/14/DDE74M2P00018AOQ.html>

- Jiang, S., & SNN. (2018, marzo 21). Beijing has a new propaganda weapon: Voice of China. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://money.cnn.com/2018/03/21/media/voice-of-china-propaganda-broadcaster/index.html>
- CNR. (s. f.). Heavyweight | The establishment of the Central Radio and TV Station, Shen Haixiong as the director and party secretary, and Yan Xiaoming as the deputy director. Recuperado 20 de mayo de 2020, de http://www.cnrng.cn/xwzx1/jtyw/20180322/t20180322_524173384.html
- Guía de la radio. (2018, marzo 22). The People's Republic of China merges its public radio and TV into «Voice of China». Recuperado 20 de mayo de 2020, de <http://guiadelaradio.com/la-republica-popular-china-fusiona-su-radio-y-tv-publicas-en-voice-of-china>
- Arana, I., & El Mundo. (2018, marzo 22). Voice of China: la propaganda comunista ya tiene una maquinaria global. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.elmundo.es/television/2018/03/22/5ab3f9aee2704eaa238b462c.html>
- CGTN. (2018, marzo 21). China fusionará gigantes de transmisión de medios estatales. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://news.cgtn.com/news/794d444f7a6b7a6333566d54/share_p.html
- Kuo, L., & The Guardian. (2018, marzo 21). China state media merger to create propaganda giant. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.theguardian.com/world/2018/mar/21/china-state-media-merger-to-create-propaganda-giant>
- Jiang, S. (2020, marzo 21). Beijing has a new propaganda weapon: Voice of China. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://money.cnn.com/2018/03/21/media/voice-of-china-propaganda-broadcaster/index.html>
- Spanish Xinhua Net. (2018, abril 19). China inaugura nuevo grupo de medios estatales. Recuperado 20 de mayo de 2020, de http://spanish.xinhuanet.com/2018-04/19/c_137123225.htm
- Spanish Xinhua Net. (2019, septiembre 26). China Media Group lanzará más de 200 nuevos programas. Recuperado 20 de mayo de 2020, de http://www.xinhuanet.com/english/2019-09/26/c_138425702.htm

- China Daily. (2020, enero 6). China Media Group sets up animation corporation. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://global.chinadaily.com.cn/a/202001/06/WS5e12c8dca310cf3e35582b4e.html>
- Panorama Audiovisual. (s. f.). China Media Group empleó Nevion Virtuoso en la primera aplicación a gran escala con comprensión TICO. Recuperado 20 de mayo de 2020, de <https://www.panoramaaudiovisual.com/it/2019/10/14/china-media-group-nevion-virtuoso-primera-aplicacion-gran-escala-compresion-tico/>
- Menafn. (2018, noviembre 4). China Host Media Leaders for Asia Summit. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://www.menafn.com/qn_news_story_s.aspx?storyid=1096721882&title=China-Hosts-Media-Leaders-for-Asia-Summitn

WIKIPEDIA

- Canales de circuito cerrado de televisión. (s. f.). En *Wikipedia*. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://en.wikipedia.org/wiki/CCTV_channels
- Red de televisión global China. (s. f.). En *Wikipedia*. Recuperado 23 de mayo de 2020, de https://en.wikipedia.org/wiki/China_Global_Television_Network
- Radio Nacional de China - China National Radio. (s. f.). En *Wiki*. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://es.qwe.wiki/wiki/China_National_Radio
- China Radio International. (s. f.). En *Wikipedia*. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://en.wikipedia.org/wiki/China_Radio_International
- China Media Group. (s. f.). En *Wikipedia*. Recuperado 20 de mayo de 2020, de https://en.wikipedia.org/wiki/China_Media_Group