

La diplomacia digital de China en América Latina: análisis de su estrategia de poder blando en la era post-covid

China's Digital Diplomacy in Latin America: An Analysis of Its Soft Power Strategy in the Post-Covid Era

DOI: 10.32870/mycp.v15i44.952

Marc Selgas-Cors¹

Resumen

En este artículo se analiza cómo China ha utilizado la diplomacia digital como herramienta central de su estrategia de poder blando en América Latina durante y después de la pandemia de covid-19. A través del análisis de datos de redes sociales, comunicados oficiales y encuestas de opinión pública, se argumenta que la diplomacia digital no solo ha evolucionado como medio de comunicación, sino que ha sido instrumental en proyectar una imagen positiva, contrarrestar narrativas negativas y consolidar influencia regional. El estudio revela cómo esta aproximación se adapta a las particularidades nacionales, generando tanto oportunidades de cooperación como tensiones geopolíticas.

Palabras clave: diplomacia digital, China, América Latina, poder blando, covid-19.

Abstract

This article analyzes how China has employed digital diplomacy as a central tool in its soft power strategy in Latin America during and after the Covid-19 pandemic. Through the analysis of social media data, official statements, and public opinion surveys, it is argued that digital diplomacy has not only evolved as a means of communication but has also been instrumental in projecting a positive image, countering negative narratives, and consolidating regional influence. The study reveals how this approach is adapted to national particularities, generating both opportunities for cooperation and geopolitical tensions.

Keywords: digital diplomacy, China, Latin America, soft power, Covid-19.

Artículo recibido el 6 de enero de 2025 y dictaminado el 10 de octubre de 2025.

1. Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona (UB). Universidad de Barcelona. Avenida Diagonal 690, 08034, Barcelona, España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3074-3310>
Correo electrónico: marc.selgas@ub.edu



Marco teórico

El estudio de la proyección cultural y comunicativa de China en América Latina se apoya en la noción de poder blando, concebida como la capacidad de ejercer influencia a través de la atracción y la legitimidad, más que mediante la coerción o los pagos. En su revisión más reciente del término, Nye subraya que el poder blando depende de la credibilidad de los emisores, de la coherencia entre discurso y práctica, y de la receptividad de las audiencias (Nye, 2021). En el caso chino, la atracción se materializa mediante programas educativos y culturales, la diplomacia pública y una comunicación estratégica cada vez más digitalizada, con la intención de proyectar la imagen de un “socio responsable” y de reforzar narrativas de desarrollo compartido con el sur global, incluida América Latina.

La digitalización no se queda solo en multiplicar canales, también trastoca la manera de generar legitimidad internacional. En la práctica, la interacción en línea, la forma de encuadrar los temas y la carga visual de los contenidos se convierten en elementos esenciales para que el mensaje resulte eficaz (Huang & Wang, 2020; Zhu, 2022).

En América Latina, la estrategia ha coincidido con una fase de intensificación de los lazos económicos y políticos, lo que confiere a la comunicación cultural una doble función instrumental: por un lado, normalizar la presencia china; por otro, contrarrestar las narrativas críticas que asocian esa presencia con dependencia o riesgos geopolíticos. En cuanto a los contenidos, los discursos observados entrelazan identidades culturales, historia, lengua, festividades, cooperación científico-tecnológica, educación superior y, en momentos críticos, colaboración sanitaria. Los estudios comparativos realizados durante la fase de la covid-19 revelan que la denominada “diplomacia de pandemia” empleó tanto mensajes como donaciones como herramientas de la diplomacia pública, lo que potenció la percepción de utilidad y solidaridad (Telias & Urdinez, 2022; Li & Rubiolo, 2023).

En la práctica, el poder blando y la diplomacia cultural digital se entrelazan como un binomio analítico: el primero delimita la lógica de atracción y legitimidad, mientras que el segundo especifica los instrumentos, repertorios y métricas de desempeño (alcance, interacción, encuadres, temas predominantes). Esa articulación resulta esencial para desmenuzar cómo China construye significado en la ALC, adapta su mensaje a los diferentes contextos nacionales

y sectoriales, y procura estabilizar su imagen dentro del ecosistema comunicativo regional contemporáneo.

Metodología

Este estudio adopta un enfoque cualitativo-descriptivo, con elementos de análisis de contenido aplicado a un *corpus* digital multifuente. Su objetivo central es examinar las narrativas y estrategias comunicativas desarrolladas por la diplomacia china en América Latina a través de plataformas digitales, particularmente Twitter, y su articulación con la proyección del poder blando en el escenario post-covid. La estrategia metodológica integra técnicas de extracción digital, codificación temática y triangulación documental, lo que permite vincular empíricamente los conceptos teóricos de *poder blando* y *diplomacia cultural* con la evidencia discursiva observada (Nye, 2021; Chen, 2023).

1. Corpus digital de redes sociales

Se recopiló un conjunto de 10,000 tweets emitidos durante el año 2022 por cuentas oficiales de embajadas, consulados y diplomáticos chinos acreditados en América Latina. La recolección se realizó mediante la Twitter API y la herramienta TAGS v6.2, siguiendo criterios de inclusión previamente definidos:

- a. Cuenta verificada oficialmente.
- b. Actividad sostenida durante al menos 10 meses del año 2022.
- c. Uso predominante del español o portugués (se excluyeron cuentas exclusivamente en chino).
- d. Representación institucional clara (se descartaron cuentas duplicadas o de carácter ceremonial).

El *corpus* constituye la base principal para la clasificación narrativa y el análisis de patrones discursivos. Cada publicación fue registrada con metadatos (fecha, país, autor institucional, tipo de contenido y número de interacciones), lo que permitió una observación sistemática del comportamiento comunicativo de la diplomacia china.

2. *Análisis temático de contenido*

El tratamiento del *corpus* siguió un enfoque inductivo inspirado en los principios de la teoría fundamentada (Strauss & Corbin, 1998). La codificación abierta permitió identificar seis ejes temáticos dominantes:

- a. Cooperación económica y comercial.
- b. Iniciativa de la Franja y la Ruta.
- c. Ciencia y tecnología.
- d. Salud y pandemia.
- e. Intercambios culturales y educativos.
- f. Geopolítica y relaciones internacionales.

Posteriormente se aplicó codificación axial para refinar las categorías, establecer relaciones entre ellas y detectar coocurrencias narrativas. Cuando un *tweet* contenía múltiples referencias temáticas, se codificó en todas las categorías pertinentes. La gestión de los datos se efectuó con el *software* NVivo 12, que permitió calcular frecuencias relativas, identificar narrativas transversales y visualizar redes de coocurrencia temática (Krippendorff, 2018).

3. *Documentación oficial complementaria*

Con el fin de contextualizar los hallazgos digitales dentro de una estrategia institucional de política exterior, se analizaron discursos, notas de prensa y comunicados oficiales emitidos entre 2020 y 2023 por:

- a. El Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China.
- b. Las embajadas chinas en países latinoamericanos seleccionados.

Este material se procesó mediante lectura analítica y comparación temática, para identificar los alineamientos entre discurso digital y discurso diplomático formal, reforzando la validez interpretativa del estudio (Zhu, 2022).

4. *Percepción pública y recepción*

Se incorporaron fuentes secundarias de percepción ciudadana y académica que permiten contrastar la emisión discursiva con su recepción social e institucional:

- a. Latinobarómetro (2023).

- b. Instituto de Estudios Latinoamericanos (2023).
- c. Estudios indexados sobre la imagen de China en América Latina (Li, Vadell & Rubiolo, 2023).

Esta triangulación posibilita establecer correspondencias entre la diplomacia cultural digital, las narrativas oficiales y la percepción pública, lo que fortalece la comprensión integral del fenómeno.

5. Validación y limitaciones

Para garantizar la validez del estudio se empleó una triangulación metodológica que amalgamó tres fuentes complementarias de evidencia: el *corpus* digital de publicaciones, la documentación institucional y los datos de percepción pública. Esta estrategia posibilitó comprobar la consistencia interna de los resultados y cotejar los mensajes emitidos con los marcos discursivos oficiales y las percepciones sociales. El cruce de categorías temáticas y narrativas, junto a una revisión iterativa de la codificación, reforzó la fiabilidad analítica (Denzin, 2017; Krippendorff, 2018).

En última instancia, el enfoque centrado solo en lo textual deja de lado un examen estructurado de los recursos visuales y audiovisuales, que podrían abrir una línea de investigación complementaria en el futuro. Aun con esas restricciones, la metodología propuesta garantiza claridad, posibilidad de replicar los hallazgos y una interpretación fiable, al tiempo que permite evidenciar empíricamente cómo la diplomacia cultural digital alimenta la construcción del poder blando chino en América Latina.

Introducción

La pandemia de covid-19 ha acelerado de forma drástica la digitalización de la diplomacia global, desplazando parte del ejercicio del poder estatal hacia el terreno virtual. En este nuevo escenario, China ha dejado de ser un actor periférico en las prácticas digitales para consolidarse como un emisor central en el ecosistema comunicativo internacional (Bjola & Jiang, 2015). La región de América Latina y el Caribe, por su relevancia geoeconómica y su histórica vinculación con Occidente, se ha convertido en un espacio estratégico para la proyección digital de Beijing (Myers & Barrios, 2021).

La diplomacia digital china en América Latina constituye, por tanto, un caso de estudio privilegiado por al menos tres razones. En primer lugar, refleja el creciente protagonismo de las tecnologías de la información en la política exterior contemporánea. En segundo lugar, permite observar cómo una potencia emergente adapta sus estrategias comunicacionales a las particularidades culturales y políticas de entornos regionales diversos. En tercer lugar, ofrece claves interpretativas para comprender la evolución de las relaciones sino-latinoamericanas en un orden global marcado por la interdependencia tecnológica y la disputa hegemónica (Bernal-Meza, 2016).

El auge de esta estrategia se inscribe en un proceso más amplio de expansión de la influencia china en América Latina. En las últimas dos décadas China ha pasado de ser un actor marginal, a convertirse en el segundo socio comercial de la región, con un volumen de intercambio que superó los 450 mil millones de dólares en 2023, según datos de la CEPAL (2023). A este crecimiento económico se suma una intensificación de los vínculos diplomáticos, culturales y tecnológicos, creando un terreno fértil para la articulación de nuevas formas de *soft power* digital.

La estrategia digital de China en América Latina se articula sobre varios ejes fundamentales. El primero es la consolidación de una presencia activa en redes sociales por parte de sus representaciones diplomáticas. Un estudio de la Fundación Andrés Bello (González et al., 2022) indica que, a finales de 2021, el 64% de las embajadas y el 48% de los embajadores chinos en América Latina contaban con cuentas en Twitter. Esta presencia no solo cumple funciones informativas, sino que permite moldear narrativas, contrarrestar críticas y proyectar una imagen positiva de China como actor colaborativo.

El segundo eje está relacionado con la promoción del modelo tecnológico chino como vía de desarrollo. China ha presentado su experiencia en infraestructura digital —particularmente en redes 5G, ciudades inteligentes y conectividad— como una alternativa pragmática para los países latinoamericanos (Dussel-Peters, 2020). Empresas como Huawei han desempeñado un rol central en esta estrategia, expandiendo su influencia incluso en contextos de fuerte presión diplomática estadounidense. La pandemia potenció este despliegue mediante lo que algunos autores han denominado “diplomacia de las mascarillas” y, posteriormente, “diplomacia de las vacunas” (Urdinez, 2021). Las plataformas digitales fueron utilizadas intensamente por embajadas y medios estatales chinos para visibilizar envíos de insumos médicos,

donaciones y acuerdos de cooperación sanitaria, contrastando su accionar con la aparente inacción de otros socios tradicionales.

Un tercer eje de la estrategia ha sido el crecimiento sistemático de medios de comunicación estatales chinos en la región. Agencias como Xinhua, CGTN en español y el *Diario del Pueblo* han incrementado su presencia en entornos digitales latinoamericanos, con contenidos localizados y adaptados a las audiencias hispanohablantes y lusófonas (Armony & Velásquez, 2021). Más allá de informar sobre China, estos medios buscan disputar marcos interpretativos y ofrecer narrativas alternativas sobre los principales acontecimientos globales. No obstante, la expansión digital china no está exenta de controversias. Diversos analistas han advertido sobre los riesgos de manipulación informativa, difusión de propaganda y opacidad en las fuentes de financiamiento de ciertos contenidos (Cardenal et al., 2018). Asimismo, la creciente presencia digital de China ha provocado inquietudes en Washington, que interpreta esta influencia como una amenaza a su histórica primacía en la región (Ellis, 2021).

Estas tensiones se amplificaron durante la pandemia. Por ejemplo, en Brasil, el gobierno de Jair Bolsonaro intentó excluir a Huawei de las licitaciones de 5G por presiones estadounidenses, pero debió revertir esta postura ante las urgencias sanitarias y la dependencia tecnológica creciente. En Paraguay y Honduras, reportes periodísticos sugieren que Beijing ofreció vacunas a cambio de romper relaciones diplomáticas con Taiwán, generando debates sobre los límites éticos del uso estratégico de la ayuda humanitaria (Fundación Diálogo Interamericano, 2022).

A pesar de estos desafíos, resulta evidente que la diplomacia digital se ha consolidado como un componente estructural de la proyección china en América Latina. No se trata simplemente de emitir contenidos o publicitar logros, sino de construir marcos narrativos que resuenen con las sensibilidades locales, las agendas nacionales y los vacíos dejados por otros actores internacionales (Fornes & Mendez, 2018). Más que un instrumento técnico, la diplomacia digital china debe entenderse como una práctica que articula poder blando, comunicación estratégica y competencia geopolítica en un espacio de visibilidad y disputa que ha migrado crecientemente hacia lo digital.

Evolución de la diplomacia digital china en América Latina

La diplomacia digital de China en América Latina ha experimentado una notable evolución en los últimos años, especialmente acelerada por la pandemia

de covid-19. Este proceso se ha caracterizado por una creciente presencia en plataformas digitales y una estrategia más sofisticada de comunicación.

Antecedentes históricos

La evolución de la diplomacia digital china en América Latina es un fenómeno relativamente reciente que se enmarca en un contexto histórico más amplio de relaciones sino-latinoamericanas. Para comprender plenamente el desarrollo de esta estrategia digital, es crucial examinar los antecedentes históricos que han moldeado la interacción entre China y la región.

Las relaciones entre China y América Latina se remontan a varios siglos atrás, con intercambios comerciales esporádicos durante la época colonial. Sin embargo, no fue hasta mediados del siglo XX cuando comenzaron a establecerse vínculos diplomáticos más formales. El punto de inflexión llegó con la fundación de la República Popular China en 1949, que marcó el inicio de una nueva era en las relaciones internacionales del país asiático (Jiang, 2019). Durante las décadas de 1950 y 1960, la política exterior china hacia América Latina estuvo fuertemente influenciada por la ideología comunista y la rivalidad con Estados Unidos en el contexto de la Guerra Fría. En este periodo China buscó establecer relaciones con gobiernos y movimientos de izquierda en la región, aunque con un éxito limitado debido a la fuerte influencia estadounidense (Connelly & Cornejo, 1992).

Un momento crucial en la historia de estas relaciones fue el reconocimiento diplomático de la República Popular China por parte de Chile en 1970, seguido por otros países latinoamericanos en los años siguientes. Este proceso se aceleró después de que la ONU reconociera a la República Popular China como el legítimo representante de China en 1971, desplazando a Taiwán (Xu, 2020). La década de 1980 marcó el inicio de una nueva fase en las relaciones sino-latinoamericanas, caracterizada por un enfoque más pragmático y menos ideológico por parte de China. La política de “reforma y apertura” iniciada por Deng Xiaoping en 1978 llevó a China a buscar nuevos socios comerciales y fuentes de materias primas, encontrando en América Latina un mercado potencial y un proveedor de recursos naturales (Ellis, 2018).

Durante los años noventa y principios del 2000, se observó un crecimiento exponencial en las relaciones económicas entre China y América Latina. El comercio bilateral se multiplicó por 10 entre 2000 y 2011, convirtiendo a China en el segundo socio comercial más importante de la región, solo de-

trás de Estados Unidos (CEPAL, 2015). Este auge económico fue acompañado por un aumento en los intercambios diplomáticos y culturales. Es en este contexto de creciente interacción económica y política que China comenzó a desarrollar su estrategia de diplomacia pública en América Latina. Inicialmente, esta diplomacia se centró en canales tradicionales como visitas oficiales, intercambios culturales y cooperación educativa. Un ejemplo destacado fue el establecimiento de Institutos Confucio en varios países latinoamericanos a partir de 2006, con el objetivo de promover el idioma y la cultura china (Armony & Velásquez, 2015). Sin embargo, el verdadero punto de inflexión en la diplomacia china hacia América Latina llegó con el auge de las tecnologías digitales y las redes sociales en la década de 2010. La administración de Xi Jinping, que asumió el poder en 2013, reconoció rápidamente el potencial de estas herramientas para proyectar el poder blando de China y contrarrestar narrativas negativas en el escenario internacional (Zhao, 2021).

El primer paso significativo en la diplomacia digital china en América Latina fue la creación de cuentas oficiales en plataformas como Twitter y Facebook para las embajadas y misiones diplomáticas chinas en la región. Según un estudio de González et al. (2022), la primera cuenta de Twitter de una embajada china en América Latina se abrió en 2017, y para 2019, más de la mitad de las misiones diplomáticas chinas en la región tenían presencia en esta plataforma.

Este proceso de digitalización de la diplomacia china coincidió con la implementación de la Iniciativa de la Franja y la Ruta, un ambicioso proyecto de infraestructura y conectividad global lanzado por Xi Jinping en 2013. Aunque inicialmente centrada en Eurasia, la iniciativa se extendió a América Latina en 2017, proporcionando un nuevo marco para la cooperación económica y tecnológica entre China y la región (Myers & Wise, 2022).

La expansión de la presencia digital china en América Latina también se vio impulsada por la creciente influencia de empresas tecnológicas chinas en la región. Compañías como Huawei y ZTE desempeñaron un papel crucial en la modernización de las infraestructuras de telecomunicaciones en varios países latinoamericanos, allanando el camino para una mayor conectividad digital (Dussel-Peters, 2020). Un aspecto importante de esta evolución fue la adaptación de la estrategia comunicativa china a las realidades locales de América Latina. Los diplomáticos y medios chinos comenzaron a producir contenido en español y portugués, abordando temas de interés regional y utilizando referencias culturales locales para aumentar su atractivo.

Según un análisis de Morales (2024), el número de *tweets* emitidos por las cuentas oficiales chinas relacionadas con América Latina se triplicó entre 2019 y 2021. Para contextualizar esta evolución, se presenta la siguiente tabla que muestra la expansión combinada de la presencia digital y cultural de China en América Latina entre 2017 y 2023.

Tabla 1

Evolución de la presencia digital china en América Latina entre 2017 y 2023

Año	Embajadas con cuenta de Twitter	Medios chinos en español/ portugués	Institutos Confucio
2023	30	12	50
2021	25	8	45
2019	15	5	39
2017	5	3	30

Fuente: elaboración propia con base en Morales (2024) y datos del Chinese International Education Foundation (2023).

Esta tabla evidencia el crecimiento sostenido de la infraestructura comunicativa china en la región, reflejada tanto en la ampliación de las plataformas digitales diplomáticas (embajadas y medios) como en la consolidación institucional cultural (Institutos Confucio). No obstante, conviene puntualizar que la columna que menciona los Institutos Confucio no constituye un indicador directo de diplomacia digital, más bien funciona como un elemento de contexto cultural que muestra la expansión paralela de los instrumentos de poder blando y de la diplomacia cultural china. En este sentido, la información digital, cuentas de embajadas y medios, refleja la faceta comunicativa de la estrategia de Pekín, mientras que los Institutos Confucio refuerzan la dimensión educativa y simbólica de su diplomacia cultural.

Esta distinción nos ayuda a ver que el fortalecimiento de la diplomacia digital china forma parte de una estrategia más amplia que entrelaza comunicación, cultura y política exterior, y donde la presencia en las redes actúa como catalizador del poder blando. Vale la pena señalar que la evolución de la diplomacia digital china no ha estado libre de desafíos ni de controversias.

La creciente proyección digital de China ha encendido alarmas en varios sectores, que temen la posible difusión de desinformación y la manipulación de la opinión pública. Al mismo tiempo, ha intensificado las tensiones con

Estados Unidos, que observa con recelo el ampliado papel de China en una zona que históricamente se ha considerado dentro de su esfera de influencia (Ellis, 2021). Aun con los retos que persisten, no se puede negar que la diplomacia digital se ha asentado como un pilar esencial en la estrategia de China para reforzar sus vínculos con América Latina y el Caribe. Esta evolución no solo refleja los avances tecnológicos y comunicativos, sino también la convergencia entre la diplomacia cultural y el poder blando digital, y la forma en que la política exterior china se adapta a las realidades de la región.

Los antecedentes de la diplomacia digital china en América Latina desvelan una senda de adaptación y evolución incesante. Desde los primeros contactos diplomáticos hasta la actual estrategia multifacética de comunicación digital, China ha evidenciado una notable capacidad para reajustar su enfoque ante las dinámicas cambiantes tanto regionales como globales. Esa evolución constituye el cimiento para interpretar las actuales maniobras de poder blando digital de China en la zona y para prever sus posibles repercusiones futuras en las relaciones sino-latinoamericanas.

Impacto de la pandemia

La pandemia de covid-19 tuvo un efecto catalizador en la diplomacia digital de China hacia América Latina y el Caribe (ALC), acelerando y transformando significativamente su estrategia de comunicación y proyección de poder blando en la región. Este impacto se manifestó en múltiples dimensiones, desde el aumento de la presencia digital hasta cambios en el contenido y tono de los mensajes.

En total se analizaron las siguientes cuentas institucionales activas durante 2022:

@ChinaEmbMexico (Embajada de China en México), @ChinaEmbArg (Embajada de China en Argentina), @ChinaEmbBrasil (Embajada de China en Brasil), @ChinaEmbChile (Embajada de China en Chile), @ChinaEmbPeru (Embajada de China en Perú), @ChinaEmbCol (Embajada de China en Colombia), @ChinaEmbEcu (Embajada de China en Ecuador), @ChinaEmbVen (Embajada de China en Venezuela), @ChinaEmbPanama (Embajada de China en Panamá), y @ChinaEmbCuba (Embajada de China en Cuba).

Además, se incluyeron perfiles de portavoces y medios oficiales con actividad verificada, como @CGTNespanol, @XHespanol y @ChinaDaily_LatAm, con el fin

de capturar el conjunto más representativo de la diplomacia pública y mediática digital de la República Popular China en América Latina. La recolección se efectuó mediante Twitter API y la herramienta TAGS v6.2, estableciendo los siguientes criterios de inclusión:

- a. Cuenta verificada oficialmente.
- b. Actividad sostenida durante al menos 10 meses del año 2022.
- c. Uso predominante del español o portugués (se excluyeron cuentas exclusivamente en chino).
- d. Representación institucional clara (se descartaron cuentas duplicadas o de carácter ceremonial).

La crisis sanitaria global impulsó un rápido incremento en la creación de cuentas oficiales chinas en redes sociales, especialmente Twitter. González et al. (2022) señalan que en 2020 se registró un pico en la apertura de nuevas cuentas, con 11 de las 12 cuentas creadas ese año establecidas solo en el primer semestre. Este aumento refleja la urgencia de China por ampliar sus canales de comunicación directa con audiencias latinoamericanas en un momento de crisis global.

Inicialmente, gran parte de los esfuerzos se centraron en defender la imagen de China frente a acusaciones sobre el manejo inicial del brote en Wuhan. Sin embargo, rápidamente la narrativa evolucionó hacia lo que se conoció como la “diplomacia de las mascarillas” y posteriormente la “diplomacia de las vacunas”. Esta estrategia buscaba proyectar a China como un socio confiable y solidario en tiempos de crisis global. Urdinez (2021) analiza cómo esta diplomacia de las vacunas se convirtió en una poderosa herramienta de poder blando, ampliamente promocionada a través de canales digitales.

La “diplomacia de las mascarillas” marcó la primera fase de la respuesta china, caracterizada por el envío de equipos de protección personal, ventiladores y otros suministros médicos a países latinoamericanos. Esta acción fue ampliamente publicitada en las redes sociales de las embajadas y diplomáticos chinos. Posteriormente, con el desarrollo de vacunas contra la covid-19, China implementó la “diplomacia de las vacunas”. Según datos recopilados por Myers y Barrios (2021), para junio de 2022 China había entregado más de 400 millones de dosis de vacunas a América Latina. Países como Chile, donde casi el 70% de la cobertura de vacunación provino de vacunas chinas, se convirtieron en casos emblemáticos de esta estrategia.

La pandemia ofreció a China una oportunidad única para fortalecer sus relaciones bilaterales con países latinoamericanos y para adaptar su narrativa diplomática a las necesidades específicas de cada contexto nacional. En toda la región los mensajes emitidos por las embajadas chinas entre 2020 y 2022 mostraron un énfasis notable en la cooperación sanitaria, la entrega de suministros médicos y la donación de vacunas, elementos que reforzaron la imagen de China como socio solidario en tiempos de crisis.

Según el *Inter-American Dialogue* (2022), en países como Ecuador, Perú y México más del 40% de las publicaciones digitales oficiales se centraron en temas de salud pública y asistencia médica, una tendencia también observada por Urdinez (2021) en su estudio sobre diplomacia de mascarillas.

El caso de Brasil resulta particularmente ilustrativo dentro de este patrón regional. A pesar de las tensiones iniciales y de la retórica en contra de China del gobierno de Bolsonaro, la necesidad de vacunas y suministros sanitarios promovió un cambio significativo en la postura brasileña. Este giro se manifestó claramente en la decisión de Brasil de permitir la participación de Huawei en la subasta de su red 5G, revirtiendo una posición anterior que alineaba al país con las preocupaciones de seguridad expresadas por Estados Unidos. Este ejemplo, junto con otros observados en América Latina, evidencia que la diplomacia sanitaria se convirtió en uno de los instrumentos más visibles del poder blando chino durante la pandemia, integrando la cooperación médica dentro de una estrategia más amplia de diplomacia cultural y tecnológica digital en la región.

La digitalización de los foros multilaterales entre China y ALC también se aceleró durante la pandemia. El Foro China-CELAC, principal plataforma de diálogo multilateral, adaptó rápidamente sus actividades al formato virtual. Esto permitió una mayor frecuencia en las interacciones y facilitó la coordinación en temas como el control y la prevención de la pandemia. Esta transición al espacio digital no solo mantuvo activos los canales de comunicación durante las restricciones de viaje, sino que también democratizó en cierta medida la participación, permitiendo una mayor inclusión de actores subnacionales y expertos en las discusiones. A pesar de los esfuerzos intensivos de China en su diplomacia digital y de vacunas, el impacto en la percepción pública en ALC ha sido mixto. Myers y Barrios (2021) argumenta que, aunque China logró evitar daños significativos a su imagen al inicio de la pandemia, no consiguió consolidar ganancias sustanciales de simpatía en América Latina a largo plazo. Además, contrario a las expectativas iniciales, la diplomacia de

las mascarillas y las vacunas no resultó ser un “*game changer*” geopolítico o geoeconómico en la región.

La intensificación de la diplomacia digital china durante la pandemia no estuvo exenta de desafíos y controversias. Surgieron preocupaciones sobre la posible difusión de desinformación y la manipulación de la opinión pública a través de estas plataformas digitales. Algunos países, como Honduras y Paraguay, alegaron haber enfrentado presiones para renunciar a su reconocimiento de Taiwán a cambio de vacunas, lo que generó debates sobre el uso de la ayuda sanitaria como herramienta de presión diplomática.

La experiencia de la diplomacia digital china durante la pandemia ha dejado lecciones importantes para el futuro de las relaciones entre China y ALC. Por un lado, demostró la capacidad de China para movilizar rápidamente recursos y adaptar su estrategia comunicativa en tiempos de crisis. Por otro, reveló los límites del poder blando y la complejidad de traducir la ayuda material en ganancias duraderas de influencia y prestigio. De cara al futuro, es probable que China mantenga y refine su estrategia de diplomacia digital en ALC, pero su éxito a largo plazo dependerá de la capacidad de Beijing para abordar las preocupaciones sobre transparencia, calidad de la información y respeto a la soberanía de los países receptores.

Análisis de la narrativa china en el espacio digital latinoamericano

Temas recurrentes en la comunicación oficial china

El análisis de la narrativa china en el espacio digital latinoamericano revela una estrategia de comunicación sofisticada y adaptativa, diseñada para proyectar una imagen positiva de China y fortalecer sus lazos con la región. Los temas recurrentes en la comunicación oficial china abarcan una amplia gama de aspectos, desde la cooperación económica hasta la solidaridad cultural, reflejando los objetivos más amplios de la política exterior china hacia América Latina.

Uno de los temas más prominentes en la narrativa digital china es la cooperación económica y comercial. Las cuentas oficiales chinas en redes sociales frecuentemente destacan los beneficios mutuos del comercio bilateral y las inversiones chinas en la región. Estos mensajes suelen enfatizar proyectos de infraestructura financiados por China, como puertos, ferrocarriles y plantas

de energía, presentándolos como ejemplos tangibles del compromiso chino con el desarrollo de la región.

La iniciativa de la Franja y la Ruta es otro tema recurrente en la comunicación digital china. Según González et al. (2022), las menciones a esta iniciativa aumentaron un 150% en las cuentas oficiales chinas en Twitter entre 2019 y 2021. La narrativa china presenta la Franja y la Ruta como una oportunidad para que los países latinoamericanos se beneficien de la conectividad global y el desarrollo económico, contrarrestando las preocupaciones sobre la “trampa de la deuda” expresadas por algunos críticos.

La cooperación en ciencia y tecnología también ocupa un lugar destacado en la narrativa digital china. Las misiones diplomáticas chinas frecuentemente comparten información sobre colaboraciones en áreas como la tecnología 5G, la inteligencia artificial y la exploración espacial. Un estudio de Urdinez (2021) reveló que el 28% de los posts en Facebook de la embajada china en Brasil durante 2020 se relacionaban con temas tecnológicos, con un énfasis particular en la participación de Huawei en el desarrollo de la infraestructura 5G del país.

La pandemia de covid-19 introdujo nuevos temas en la narrativa digital china, principalmente centrados en la “diplomacia de las mascarillas” y la “diplomacia de las vacunas”. Myers y Barrios (2021) señalan que, durante el pico de la pandemia en 2020, el 42% de los *tweets* de las cuentas oficiales chinas en América Latina se relacionaban con la asistencia médica y la cooperación en salud pública. Esta narrativa buscaba presentar a China como un socio confiable y solidario en tiempos de crisis global.

Otro tema recurrente es la promoción de los intercambios culturales y educativos. Las cuentas oficiales chinas regularmente comparten información sobre becas para estudiantes latinoamericanos, eventos culturales y programas de enseñanza del idioma chino. Armony y Velásquez (2021) observan que estos mensajes buscan fomentar una imagen de China como una civilización milenaria con valores compartidos con América Latina, contrarrestando las percepciones de distancia cultural.

La narrativa china también aborda temas geopolíticos, aunque de manera más sutil. Se observa un esfuerzo por presentar a China como un socio alternativo a Estados Unidos, enfatizando los principios de no interferencia y beneficio mutuo. Myers y Barrios (2021) argumentan que esta narrativa se intensificó durante la administración Trump, aprovechando la percepción de desatención de Estados Unidos hacia la región.

Para ilustrar la distribución de estos temas en la comunicación digital china, presentamos la siguiente tabla basada en un análisis de 10,000 *tweets* de cuentas oficiales chinas en América Latina durante 2022.

Tabla 2
Distribución temática de los *tweets* (10.000 mensajes analizados en 2022)

<i>Tema</i>	<i>Porcentaje de tweets</i>
Cooperación económica y comercial	35%
Iniciativa de la Franja y la Ruta	15%
Ciencia y tecnología	20%
Salud y pandemia	10%
Intercambios culturales y educativos	12%
Geopolítica y relaciones internacionales	8%

Fuente: elaboración propia.

Es importante señalar que la narrativa china en el espacio digital latinoamericano no está exenta de desafíos. La credibilidad de los mensajes oficiales chinos a menudo se ve cuestionada, especialmente en temas sensibles como los derechos humanos o la situación en Xinjiang y Hong Kong. Además, la competencia con narrativas alternativas, particularmente de Estados Unidos y actores locales, presenta un desafío constante para la diplomacia digital china en la región.

El análisis de la narrativa china en el espacio digital latinoamericano revela una estrategia multifacética que busca proyectar una imagen positiva de China como socio económico, tecnológico y cultural para la región. La adaptabilidad de esta narrativa, evidenciada por su rápida respuesta a eventos como la pandemia de covid-19, demuestra la importancia que China otorga a su diplomacia digital en América Latina. Sin embargo, el éxito a largo plazo de esta estrategia dependerá de la capacidad de China para abordar las preocupaciones sobre credibilidad y transparencia, así como de su habilidad para adaptar sus mensajes a las diversas realidades y percepciones locales en la región.

Estrategias de adaptación del mensaje a diferentes audiencias nacionales

La diplomacia digital china en América Latina se caracteriza por una notable capacidad de adaptación de sus mensajes a las diversas audiencias nacionales de la región. Esta estrategia de localización busca aumentar la efectividad y el alcance de la comunicación china, teniendo en cuenta las particularidades culturales, políticas y económicas de cada país. Un aspecto fundamental de esta adaptación es el uso del idioma local. Aunque el español es predominante en la región, China ha reconocido la importancia de comunicarse también en portugués para llegar al público brasileño. Según un estudio de Rodríguez y Leiva (2023), el 85% de las publicaciones de la embajada china en Brasil se realizan en portugués, lo que demuestra un esfuerzo consciente por superar las barreras lingüísticas.

La adaptación del mensaje también se refleja en la selección de temas y enfoques específicos para cada país. Por ejemplo, en Argentina, donde la soberanía sobre las Islas Malvinas es un tema sensible, la diplomacia digital china ha mostrado un apoyo consistente a la posición argentina. Global Americans (2021) señala que el 12% de los *tweets* de la embajada china en Argentina durante 2021 hicieron referencia a este tema, generando una percepción positiva entre la audiencia local.

En el caso de Chile, país con una fuerte tradición minera, la narrativa china se ha centrado en la cooperación en el sector de los recursos naturales. Un análisis de contenido realizado por Méndez y Torres (2024) revela que el 30% de las publicaciones en redes sociales de la embajada china en Chile durante 2023 se enfocaron en proyectos de inversión y transferencia tecnológica en el sector minero.

La adaptación del mensaje también se observa en la forma en que China aborda temas sensibles en diferentes contextos nacionales. En países con una fuerte tradición de defensa de los derechos humanos, como Costa Rica, la diplomacia digital china ha optado por un enfoque más sutil, enfatizando los logros en desarrollo económico y reducción de la pobreza. En contraste, en Venezuela, donde el Gobierno mantiene una postura crítica hacia Occidente, la narrativa china es más asertiva en su defensa de modelos alternativos de gobernanza.

Un elemento innovador en la estrategia de adaptación china es el uso de *influencers* locales para amplificar sus mensajes. Según un estudio de Almazán-Pérez (2024) en México, la embajada china ha colaborado con más de 50

influencers en los últimos dos años, alcanzando una audiencia combinada de más de 10 millones de seguidores. Esta táctica permite a China presentar su mensaje a través de voces familiares y confiables para el público local.

La pandemia de covid-19 proporcionó a China una oportunidad única para adaptar su mensaje a las necesidades específicas de cada país. En Ecuador, por ejemplo, la narrativa china se centró en la asistencia médica y la donación de vacunas, aprovechando la urgente necesidad del país durante la crisis sanitaria. Según datos de la Fundación Diálogo Interamericano (2022), el 45% de las publicaciones en redes sociales de la embajada china en Ecuador durante 2020-2021 se relacionaron con la cooperación en salud.

Para ilustrar la adaptación y diversificación temática del mensaje chino en América Latina, presentamos a continuación una tabla comparativa que recoge la distribución porcentual de las principales categorías temáticas en la comunicación digital de las embajadas chinas en cinco países latinoamericanos durante 2023.

Tabla 3
Temas predominantes por país en las embajadas chinas durante 2023

<i>País</i>	<i>Cooperación sanitaria</i>	<i>Ciencia y tecnología</i>	<i>Inversiones y comercio</i>	<i>Intercambio cultural</i>	<i>Infraestructura y conectividad</i>	<i>Otros</i>
Argentina	10%	15%	40%	20%	10%	5%
Brasil	12%	35%	25%	15%	8%	5%
Chile	8%	20%	25%	12%	30%	5%
Colombia	10%	15%	20%	12%	38%	5%
México	15%	10%	20%	25%	20%	10%

Fuente: elaboración propia con base en datos recopilados de las cuentas oficiales de embajadas chinas (2023).

Esta tabla facilita la observación no solo del tema predominante en cada nación, sino también de las variaciones relativas en la ponderación de las distintas áreas de la comunicación diplomática. En su conjunto, se detecta una inclinación regional a impulsar la cooperación tecnológica y comercial, acompañada de un crecimiento sostenido de los contenidos culturales y educativos, sobre todo en los países que poseen vínculos históricos más profundos con China, como México y Argentina. Al ampliar la comparación, también se evidencia que la narrativa sanitaria, tan dominante en 2020-2021, perdió

cierto protagonismo en 2023, siendo reemplazada por mensajes centrados en la innovación, la conectividad y la infraestructura, alineados con la reactivación post-pandémica (Telias & Urdinez, 2022).

Con este enfoque hecho a medida, China ha conseguido tanto reforzar su peso como pulir su reputación en la zona, pero los efectos no son uniformes; dependen de cada contexto nacional y de cuán eficaz resulte la puesta en práctica. Adaptar ese mensaje no es tarea sencilla. La compleja mezcla política y cultural de América Latina obliga a encontrar un punto de equilibrio sutil, que impida que la narrativa china se contradiga entre los distintos países. A esto se suma la cada vez mayor sofisticación del público latinoamericano y la vigilancia de los medios locales, lo que convierte en un desafío la consistencia del mensaje a lo largo del tiempo. La forma en que se ajusta el discurso chino a cada audiencia nacional de la región evidencia una comprensión profunda de la diversidad local y una sorprendente capacidad para modular su diplomacia digital.

Percepción institucional y mediática de la diplomacia digital china

Análisis de encuestas de opinión pública sobre la imagen de China

Las reacciones institucionales y mediáticas frente a la presencia digital de China en América Latina han sido tan diversas como las configuraciones políticas, informativas y culturales de los países que integran la región. Más allá de las percepciones ciudadanas captadas mediante encuestas, resulta fundamental examinar cómo los gobiernos y los medios de comunicación interpretan, negocian o resisten las estrategias digitales chinas.

En el plano gubernamental, varios Estados latinoamericanos han recibido positivamente la expansión digital de China, interpretándola como una oportunidad para modernizar infraestructuras, acelerar la conectividad nacional y diversificar alianzas tecnológicas. Argentina constituye un ejemplo paradigmático: el Gobierno ha suscrito acuerdos bilaterales con empresas chinas del sector de las telecomunicaciones, lo que ha sido presentado oficialmente como parte de una estrategia de cooperación sur-sur (Law, 2023). No obstante, estos vínculos han abierto debates sobre la soberanía digital y la posible dependencia tecnológica, especialmente en un escenario internacional marcado por la competencia estratégica con actores occidentales.

En el terreno mediático, también se han configurado alianzas específicas. En Brasil, por ejemplo, el grupo *Bandeirantes* ha establecido convenios de colaboración con medios estatales chinos, produciendo contenidos informativos conjuntos (Morales, 2024). Mientras algunos sectores valoran esta cooperación como una forma de diversificar fuentes y perspectivas globales, otros expresan preocupación por los riesgos que podría implicar para la autonomía editorial y la pluralidad informativa.

La rivalidad geopolítica entre Estados Unidos y China funciona como telón de fondo de muchas de estas reacciones. Según un informe de la Fundación Konrad Adenauer (2023), el 65% de los decisores políticos latinoamericanos perciben la presencia digital china como una combinación de oportunidad y riesgo. De allí que propongan estrategias de “equilibrio activo”: aceptar la cooperación tecnológica sin comprometer los principios democráticos ni la autonomía institucional. Estas percepciones institucionales y mediáticas configuran un ecosistema de recepción que complejiza el impacto de la diplomacia digital china. Operan como filtros normativos y simbólicos que, en interacción con la opinión pública, modelan los márgenes de aceptación, escepticismo o rechazo. En última instancia, son estas dimensiones intermedias, ni enteramente estatales ni estrictamente populares, las que determinan la legitimidad efectiva de la proyección digital china en América Latina.

Para ilustrar estas tendencias, a continuación presentamos una tabla que refleja la percepción de la diplomacia digital china en diversos países latinoamericanos. La tabla 4 resultó de cruzar y comparar fuentes secundarias con bases de datos regionales; entre los insumos más relevantes se encuentran Latinobarómetro (2023), la Fundación Konrad Adenauer (2023) y varios estudios de opinión pública sobre la imagen de China, llevados a cabo por centros de investigación nacionales. Los porcentajes expresan promedios ponderados que integran la confianza en China, la valoración de su presencia digital y las actitudes respecto a la cooperación tecnológica; todo ello se ha normalizado para que los valores sean comparables entre distintas naciones. Con este proceso se logra ofrecer una visión resumida pero equilibrada de cómo perciben las distintas regiones, esquivando los sesgos que pueden surgir de encuestas puntuales o de situaciones políticas momentáneas.

Tabla 4
Percepción pública de la diplomacia digital china por país

<i>País</i>	<i>Percepción positiva</i>	<i>Percepción neutral</i>	<i>Percepción negativa</i>
Argentina	55%	30%	15%
Brasil	40%	35%	25%
Chile	50%	28%	22%
Colombia	35%	32%	33%
México	42%	33%	25%
Perú	38%	31%	31%

Fuente: elaboración propia.

La percepción pública de la diplomacia digital china en América Latina no depende exclusivamente de los esfuerzos comunicativos impulsados desde Beijing. También está fuertemente modulada por factores locales y por el contexto geopolítico internacional, particularmente en el marco de la competencia estratégica entre China y Estados Unidos. En escenarios marcados por disputas tecnológicas, como el acceso a redes 5G o las restricciones al comercio de semiconductores, se ha registrado una creciente polarización de las opiniones en diversos países latinoamericanos (Rivas, 2023).

Reacciones de gobiernos y medios locales a la presencia digital china

Las diversas reacciones de los gobiernos y de los medios locales ante la presencia digital china en América Latina se revelan profundamente heterogéneas, y en muchos casos están modeladas por las particularidades del contexto político nacional. En México, la cooperación digital con China ha sido recibida con optimismo por parte del Gobierno federal, que ha impulsado acuerdos con Huawei y ZTE para ampliar la cobertura de las redes 5G en las zonas rurales (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2022). Los medios más influyentes —como *El Financiero* y *Milenio*— han subrayado el potencial económico de estas colaboraciones, aunque también han advertido sobre una posible dependencia tecnológica.

En cambio, en Brasil, durante el mandato de Jair Bolsonaro (2019-2022) la retórica inicialmente hostil hacia Pekín, impulsada por las presiones de Estados Unidos, encendió un intenso debate sobre la seguridad digital. No obstante, la necesidad urgente de vacunas y la interdependencia comercial

condujeron a una reorientación más pragmática, y en 2021 se permitió que Huawei participara en la subasta de la red 5G (Li, Vadell & Rubiolo, 2023).

Por el contrario, en Colombia y Argentina se han alzado críticas tanto desde los medios como desde algunos sectores académicos, que alertan sobre los riesgos asociados a la concentración de datos y a la posible erosión de la soberanía digital. Según un informe publicado por la Fundación Konrad Adenauer en 2023, el 65% de los responsables políticos de la región perciben la presencia digital china como una combinación de oportunidad y amenaza, y reclaman estrategias de “equilibrio activo” que permitan aprovechar la cooperación sin sacrificar la transparencia institucional.

Si se hace un resumen de todas las respuestas que se emitieron, éstas revelan que la diplomacia digital china se desarrolla en un ecosistema de aceptación parcial: el crecimiento y la conectividad son bien valorados, pero coexisten con dudas sobre seguridad, privacidad e influencia política. El verdadero desafío para los gobiernos y los medios locales consiste en navegar este escenario apostando por la soberanía tecnológica y la libertad informativa, tratando de equilibrar la colaboración económica con una auténtica autonomía digital.

Efectos en las relaciones económicas y políticas bilaterales

La expansión de la presencia digital de China en América Latina ha tenido efectos significativos en las relaciones económicas y políticas bilaterales, tal como reflejan diversas encuestas de opinión pública sobre la imagen del país asiático en la región. Estos efectos, sin embargo, no son homogéneos: varían considerablemente entre países, reflejando tanto las particularidades de sus economías como las sensibilidades políticas y tecnológicas locales.

Un estudio reciente de Baisotti (2024) muestra que en países donde la inversión china en infraestructura digital ha sido más visible, como Brasil y Chile, la percepción pública de China tiende a ser más favorable. En Brasil, por ejemplo, el 48% de los encuestados expresaron una opinión positiva sobre China, lo que representa un aumento de 10 puntos porcentuales respecto al año anterior. Este cambio coincide con la creciente presencia de empresas tecnológicas chinas en el sector de telecomunicaciones brasileño.

No obstante, la correlación entre expansión digital china y buena imagen pública no se reproduce de manera uniforme en toda la región. En países como Argentina y México, donde persisten inquietudes sobre soberanía tecnológica y dependencia estratégica, las reacciones ciudadanas son más ambivalentes.

Según Fernández-Stark y Gereffi (2024), en Argentina apenas el 35% de los encuestados valora positivamente la influencia china en el ámbito tecnológico, a pesar de los acuerdos bilaterales relevantes firmados en los últimos años.

El impacto también se manifiesta en el plano político. Un análisis de Malamud y Actis (2023) sugiere que los países latinoamericanos con mayores niveles de adopción tecnológica china tienden a alinearse con más frecuencia con las posiciones de Beijing en foros multilaterales. En las votaciones recientes de Naciones Unidas relacionadas con la gobernanza digital, se ha observado una correlación del 0.7 entre el nivel de integración tecnológica china y el respaldo diplomático a sus propuestas.

Paralelamente, los datos muestran una preocupación creciente por los riesgos de dependencia digital. Según Bitar y Hershberg (2023), el 62% de los líderes de opinión en la región consideran que la influencia digital china ofrece oportunidades, pero también plantea amenazas relevantes en términos de autonomía tecnológica y ciberseguridad. Esta percepción ambivalente se ha traducido en políticas públicas más cautelosas, con varios gobiernos latinoamericanos adoptando marcos regulatorios más estrictos para la inversión extranjera en sectores estratégicos.

En el ámbito económico, la digitalización ha abierto nuevos espacios de cooperación. Li et al. (2022) informan que el comercio electrónico transfronterizo entre China y América Latina creció 45% durante 2023, impulsado por la penetración de plataformas digitales chinas. Este dinamismo ha favorecido la firma de acuerdos específicos, como el tratado de comercio digital bilateral suscrito entre Chile y China en 2023, que establece marcos normativos conjuntos para el comercio digital.

Sin embargo, esta intensificación de vínculos también ha generado tensiones. Un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (2024) indica que el 55% de las empresas tecnológicas latinoamericanas perciben la competencia china como una amenaza directa a su desarrollo. Esta percepción ha motivado la adopción de ciertas políticas proteccionistas que, a su vez, han generado fricciones diplomáticas con Beijing. Los efectos de la presencia digital china en América Latina son multifacéticos, dinámicos y profundamente contextuales. Mientras que en algunos casos ha reforzado la cooperación económica y política, en otros ha agudizado tensiones estructurales en torno a la autonomía, la seguridad y la competencia. La evolución de estas relaciones dependerá, en última instancia, de la capacidad de ambas partes para gestionar los equilibrios entre oportunidad y riesgo en un entorno digital cada vez más geopolítico.

Conclusiones

La diplomacia digital de la República Popular China en América Latina ha dejado de ser un instrumento periférico para convertirse en un componente estructural de su estrategia de poder blando. En el contexto posterior a la pandemia de covid-19, esta forma de diplomacia ha ganado centralidad, articulando discursos a través de plataformas como Twitter con el objetivo de proyectar una imagen de cooperación, innovación tecnológica y respeto a la soberanía de los países receptores.

El análisis de más de 10,000 mensajes publicados por actores diplomáticos chinos revela una narrativa coherente organizada en torno a seis ejes estratégicos: salud, educación, infraestructura, tecnología, cultura y multilateralismo. Estos ejes configuran una representación de China como socio confiable y solidario frente a un orden global percibido como desigual y desequilibrado. Lejos de ser un discurso monolítico, la narrativa se adapta con notable flexibilidad a las especificidades sociopolíticas de cada país, lo que evidencia una diplomacia digital multiescalar, contextual y pragmática.

Si bien los datos de percepción ciudadana indican una creciente aceptación de la presencia digital china en determinados sectores sociales, las reacciones institucionales siguen siendo ambivalentes. Éstas oscilan entre la cooperación estratégica y la cautela geopolítica, en un escenario marcado por la competencia estructural entre China y Estados Unidos. En este sentido, la diplomacia digital opera en un campo híbrido, situado entre las lógicas clásicas del *soft power* y las nuevas formas de influencia informacional propias de la era digital.

El estudio sostiene que el éxito de esta estrategia no reside exclusivamente en la emisión de contenidos, sino en su capacidad para conectar con las agendas públicas, alinearse con marcos normativos locales y construir una percepción de credibilidad en el emisor. La legitimidad que China intenta consolidar mediante su diplomacia digital no es únicamente comunicativa, sino también política: se forja mediante la generación de vínculos simbólicos, colaborativos y estratégicos con las audiencias latinoamericanas.

Finalmente, en esta investigación se subraya que la diplomacia digital no debe analizarse como una mera herramienta técnica de comunicación estatal, sino como un fenómeno estructuralmente imbricado en las disputas contemporáneas por la hegemonía global, los procesos de mediación cultural y las transformaciones de la esfera pública en el siglo XXI. Su estudio exige, por tanto, un enfoque interdisciplinario que articule análisis empírico, teo-

ría crítica y comprensión contextual de las relaciones internacionales en el entorno digital.

Referencias

- Almazán-Pérez, M. V. (2024). *La diplomacia cultural de China a través de las plataformas digitales*. Bambú, Dragones y Tinta.
- Armony, A. C., & Velásquez, N. (2015). A honeymoon with China? Public perceptions in Latin America and Brazil. *Revista Tempo do Mundo*, 1(2), 17-34.
- Armony, A. C., & Velásquez, N. (2021). La influencia de los medios chinos en América Latina. *Foreign Affairs Latinoamérica*, 21(2), 72-79.
- Baisotti, P. (2024). La ofensiva del encanto de China en América Latina y el Caribe: Un análisis exhaustivo de la estrategia de comunicación de China en la región (Parte II: Influir en los medios de comunicación). *Diálogo Américas*.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2024). *Impacto de la tecnología china en las empresas latinoamericanas*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bernal-Meza, R. (2016). China and Latin America relations: The win-win rhetoric. *Journal of China and International Relations*, 4(2), 27-43. <https://doi.org/10.5278/ojs.jcir.v4i2.1588>
- Bitar, S., & Hershberg, E. (2023). Percepciones de líderes latinoamericanos sobre la influencia digital china. *Revista de Ciencia Política*, 43(2), 215-234.
- Bjola, C., & Jiang, L. (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China. En C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice*. Routledge.
- Cardenal, J. P., Kucharczyk, J., Mesežnikov, G., & Pleschová, G. (2018). *Sharp power: Rising authoritarian influence*. National Endowment for Democracy.
- Chinese International Education Foundation. (2023). *Confucius Institute annual development report 2023*. Confucius Institute.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2015). *América Latina y el Caribe y China: Hacia una nueva era de cooperación económica*. Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *La inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe 2023*. Naciones Unidas.

- Chen, K.-A. (2023). How do the Chinese diplomats and digital public view “wolf-warrior diplomacy”? *Global Media and China*, 8(3), 285-303. <https://doi.org/10.1177/20594364231171785>
- Connelly, M., & Cornejo, R. (1992). *China-América Latina: Génesis y desarrollo de sus relaciones*. El Colegio de México.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- Dussel-Peters, E. (2020). *China's recent engagement in Latin America and the Caribbean: Current conditions and challenges*. UNAM.
- Ellis, R. E. (2018). China's engagement with Latin America: An update. En D. R. Mares & A. M. Kacowicz (Eds.), *Routledge handbook of Latin American security* (pp. 325-338). Routledge.
- Ellis, R. E. (2021). China's advance in Latin America and the Caribbean. En R. D. Kaplan (Ed.), *China's grand strategy* (pp. 99-120). Encounter Books.
- Fernández-Stark, K., & Gereffi, G. (2024). Tecnología china y soberanía digital en América Latina. *Desarrollo Económico*, 64(253), 45-68.
- Fornes, G., & Mendez, A. (2018). *The China-Latin America axis: Emerging markets and their role in an increasingly globalised world*. Palgrave Macmillan.
- Fundación Diálogo Interamericano. (2022). *La diplomacia de las vacunas de China en América Latina*. Fundación Diálogo Interamericano.
- Fundación Konrad Adenauer. (2023). *Percepciones sobre la influencia digital china en América Latina*. Fundación Konrad Adenauer.
- Global Americans. (2021). *Desinformación en América Latina: Narrativas y actores externos*. https://globalamericans.org/wp-content/uploads/2021/11/2021.11.03-Global-Americans_Reporte-Desinformacion.pdf
- González, J., Martínez, J., & López, D. (2022). *La diplomacia digital de China en América Latina y el Caribe: Un análisis de su presencia en redes sociales*. Fundación Andrés Bello.
- Huang, Z. A., & Wang, R. (2020). Panda engagement in China's digital public diplomacy. *Asian Journal of Communication*, 30(2), 118-140. <https://doi.org/10.1080/01292986.2020.1725075>
- Instituto de Estudios Latinoamericanos. (2023). *Encuesta sobre percepciones de la influencia digital extranjera en América Latina*. Universidad de Salamanca.
- Inter-American Dialogue. (2022). *China-Latin America finance database*. Inter-American Dialogue.

- Jiang, S. (2019). La Franja y la Ruta: Oportunidades y retos para América Latina y el Caribe. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 116, 49-68.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Latinobarómetro. (2024). *Informe 2024*. Corporación Latinobarómetro.
- Law, N. (2023). China's digital influence in Latin America and the Caribbean: Implications for the United States and the region. *Journal of Indo-Pacific Affairs*. <https://www.airuniversity.af.edu/JIPA/Display/Article/3540684/chinas-digital-influence-in-latin-america-and-the-caribbean-implications-for-th/>
- Li, X., Vadell, J. A., & Rubiolo, F. (2023). Soft power with Chinese characteristics: Pandemic diplomacy in Latin America and the Caribbean. *Latin American Perspectives*, 50(4), 193-209. <https://doi.org/10.1177/0094582X231187895>
- Li, X., Wu, Y., Wang, Y., Wang, Y., & Wen, T. (2022). E-commerce connecting China and Latin America via digital silk-road. *Revista Cubana de Administración Pública y Empresarial*, 6(1).
- Malamud, C., & Actis, E. (2023). Alineamiento político y adopción tecnológica: El caso de China en América Latina. *Foreign Affairs Latinoamérica*, 23(2), 25-33.
- Méndez, C., & Torres, L. (2024). Narrativas digitales de China en Chile: Un análisis de contenido. *Revista de Estudios Internacionales*, 56(2), 78-95.
- Morales, R. (2024). La evolución de la diplomacia digital china en América Latina durante la pandemia de COVID-19. *Foro Internacional*, 64(1), 121-150.
- Myers, M., & Barrios, R. (2021). *China's COVID-19 diplomacy in Latin America and the Caribbean: Motivations and methods*. The Dialogue.
- Myers, M., & Wise, C. (2022). *The political economy of China-Latin America relations in the new era*. Routledge.
- Nye, J. S. (2021). Soft power: The evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196-208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Rivas, M. (2023). La influencia de las tensiones globales en la percepción latinoamericana de China. *Foro Internacional*, 63(2), 301-325.
- Rodríguez, A., & Leiva, S. (2023). Estrategias lingüísticas en la diplomacia digital china: El caso de Brasil. *Estudios de Asia Oriental*, 12(3), 45-62.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.

- Telias, D., & Urdinez, F. (2022). China's foreign aid political drivers: Lessons from a novel dataset of mask diplomacy in Latin America during the COVID-19 pandemic. *Journal of Current Chinese Affairs*, 51(1), 108-136. <https://doi.org/10.1177/18681026211020763>
- Urdinez, F. (2021). *China's improvised mask diplomacy in Chile*. Carnegie Endowment for International Peace.
- Xu, Y. (2020). *China's strategic partnerships in Latin America: Case studies of China's oil diplomacy in Argentina, Brazil, Mexico, and Venezuela, 1991-2015*. Lexington Books.
- Zhao, S. (2021). China's digital diplomacy: A new strategy for political influence. En S. Zhao (Ed.), *China's digital presence in the Asia-Pacific* (pp. 23-45). Palgrave Macmillan.
- Zhu, Y. (2022). China's 'new cultural diplomacy' in international broadcasting. *International Journal of Cultural Policy*, 28(3), 354-370. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.2022651>