



Cuadernos Cátedra China – Número 5
La información de China en las nuevas
plataformas digitales

AUTORES:

Ángel Gallego

Alberto Ramiro

EDICIÓN:

Fernando Morales

Índice

1. Introducción
 2. El papel de China en el debate internacional
 3. Transformación del ecosistema informativo digital
 4. El papel de los algoritmos en la selección de contenidos
 5. Burbujas informativas y polarización. China como modelo de desarrollo/amenaza geopolítica
 6. Impacto en la formación de percepciones internacionales
 7. Narrativas contrapuestas sobre China
 8. Plataformas visuales y contenido breve
 9. Viralidad y circulación de contenidos descontextualizados
 10. Regulación del entorno digital: enfoque de la Unión Europea y enfoque de China
 11. Conclusión: Redes sociales como puerta de entrada al conocimiento sobre China
- Bibliografía**



1. Introducción

La irrupción de las nuevas plataformas digitales ha transformado profundamente la manera en que millones de personas acceden a información internacional. La percepción pública sobre países como China ya no se construye exclusivamente a través de medios tradicionales o instituciones académicas, sino también mediante redes sociales, algoritmos, creadores de contenido y comunidades digitales.

En este contexto, China se ha convertido en uno de los temas más polarizados y disputados del ecosistema informativo global. Su ascenso económico y geopolítico coincide con una creciente competencia narrativa en plataformas como X, TikTok, YouTube, Substack o Xiaohongshu, donde conviven interpretaciones profundamente contrapuestas sobre el país asiático.

Este cuadernillo de trabajo presentado por la Fundación Cátedra China analiza cómo circula la información sobre China en las nuevas plataformas digitales, qué dinámicas algorítmicas condicionan esa circulación, qué papel juegan los propietarios de estas plataformas y de qué manera las redes sociales influyen en la construcción de percepciones internacionales sobre China.

2. El papel de China en el debate internacional

La arquitectura de poder global que ha regido el sistema internacional desde mediados del siglo XX atraviesa actualmente una fase de profunda transformación. Históricamente, el orden internacional se estructuró en torno a las instituciones, los intereses y los marcos normativos impulsados por Occidente, una región que representa una proporción minoritaria de la población mundial frente al creciente peso demográfico, económico y político del denominado Sur Global.

Este desplazamiento demográfico ha venido acompañado de una transformación económica significativa, visible en el progresivo traslado del centro de gravedad del Producto Interior Bruto mundial desde las economías del G-7 hacia las potencias emergentes agrupadas en torno a los BRICS+. En este contexto, el proceso de modernización de China iniciado por Deng Xiaoping en 1978 trasciende el crecimiento económico y se configura como uno de los principales catalizadores de la transición hacia un orden internacional multipolar. A través de iniciativas políticas, económicas y diplomáticas, Beijing ha buscado proyectar una visión alternativa de la gobernanza global basada en la cooperación, la interdependencia y la idea de una “comunidad de futuro compartido”.

En paralelo, la competencia internacional ha dejado de limitarse exclusivamente a los ámbitos diplomático, comercial o militar para extenderse al terreno de la información y la comunicación digital. Durante décadas, la influencia occidental se sustentó no solo en capacidades económicas y estratégicas, sino también en una notable capacidad para moldear las narrativas dominantes sobre desarrollo, legitimidad política y gobernanza internacional a través de los medios de

comunicación. Sin embargo, la expansión de internet, la hiperconectividad y el auge de las redes sociales han fragmentado parcialmente ese monopolio narrativo, abriendo nuevos espacios de disputa simbólica y comunicativa.

Las plataformas digitales se han convertido así en escenarios centrales de competencia geopolítica y ejercicio del poder blando, permitiendo a las potencias emergentes proyectar sus discursos hacia audiencias globales sin depender exclusivamente de los canales mediáticos tradicionales. Para China, consolidada como uno de los principales actores tecnológicos internacionales, este ecosistema representa tanto un desafío como una herramienta estratégica para reforzar su presencia global y disputar la construcción de los relatos internacionales sobre su ascenso. Frente a las políticas de contención impulsadas por Estados Unidos y parte de la Unión Europea, Beijing ha intensificado el uso de medios digitales y redes sociales con el objetivo de difundir su modelo de modernización, fortalecer su imagen internacional y ampliar su capacidad de influencia global.

En consecuencia, el ascenso de China no puede entenderse únicamente en términos económicos o militares, sino también desde la disputa contemporánea por la producción, circulación y legitimación de narrativas en el entorno digital. En un sistema internacional crecientemente interconectado, la gobernanza global se desarrolla asimismo en el espacio informativo y tecnológico que atraviesa la vida cotidiana de millones de personas.

3. Transformación del ecosistema informativo digital

En la última década, el ecosistema informativo ha dejado de ser únicamente un canal de transmisión de contenidos para convertirse en una infraestructura central de la competencia geopolítica contemporánea, especialmente tras la irrupción y consolidación de las redes sociales. Estas plataformas han transformado profundamente los hábitos de consumo informativo y se han consolidado como una de las principales fuentes de acceso a la actualidad, especialmente entre los sectores más jóvenes de la población, superando en muchos casos a los medios de comunicación tradicionales.

Durante gran parte del siglo XX, el flujo de información internacional estuvo altamente centralizado. Un número de agencias de noticias, conglomerados mediáticos y gobiernos, principalmente occidentales, actuaban como gatekeepers, ejerciendo una notable capacidad de influencia sobre la construcción de la agenda pública y la definición de aquello considerado relevante o legítimo en el debate internacional. Sin embargo, la expansión de las redes sociales ha alterado profundamente esta dinámica.

Si bien estas plataformas han democratizado la producción y difusión de contenidos, permitiendo amplificar voces previamente excluidas del espacio mediático tradicional, también han favorecido la proliferación de fenómenos como la desinformación, la circulación de mensajes descontextualizados y la difusión

acelerada de noticias falsas. La lógica algorítmica y la velocidad de circulación de la información en el entorno digital han contribuido además a intensificar dinámicas de polarización social y fragmentación del debate público.

Plataformas como X fueron inicialmente percibidas como herramientas de democratización informativa, donde cualquier usuario podía acceder, producir y compartir información en tiempo real. No obstante, la ausencia de mecanismos editoriales comparables a los del periodismo tradicional, junto con la brevedad y viralidad de los contenidos, ha facilitado la expansión de mensajes cuyo alcance no depende necesariamente de su veracidad, sino de su capacidad de generar interacción y difusión. En este contexto, la rectificación o verificación de información falsa suele producirse con menor impacto que el contenido original.

Este cambio en los hábitos de consumo informativo resulta especialmente significativo entre las generaciones más jóvenes. Según el Digital News Report del Reuters Institute, más del 56 % de los menores de 35 años utilizan las redes sociales como una de sus principales fuentes de información, mientras que entre los jóvenes de 16 a 24 años el porcentaje supera el 60 %. Como consecuencia, una parte creciente de la percepción internacional sobre países como China ya no se construye exclusivamente a través de reportajes periodísticos o análisis académicos, sino también mediante vídeos breves, publicaciones virales y contenidos generados por creadores digitales e influencers.

Al mismo tiempo, China ha desarrollado un ecosistema digital sustancialmente diferente al occidental, caracterizado por un mayor grado de regulación y supervisión estatal sobre las plataformas digitales. En determinados espacios digitales chinos, los creadores de contenido que abordan cuestiones relacionadas con salud, economía o ciencia deben acreditar conocimientos especializados o certificaciones profesionales para publicar contenidos en dichas áreas. Este modelo responde a una concepción distinta de la gobernanza digital y del papel que deben desempeñar las plataformas en la circulación de información pública.

La dimensión geopolítica de las redes sociales no se limita únicamente a los contenidos que circulan en ellas, sino también a la propiedad y control de las plataformas digitales. En el contexto de la competencia tecnológica entre China y Occidente, las aplicaciones digitales han pasado a considerarse infraestructuras estratégicas vinculadas a la soberanía tecnológica, la gestión de datos y la capacidad de influencia internacional.

El crecimiento global de plataformas chinas como TikTok, propiedad de ByteDance, ha intensificado el debate internacional sobre el control de los datos, la influencia algorítmica y la seguridad digital. Estados Unidos y diversos países europeos han expresado preocupación ante la posibilidad de que empresas tecnológicas chinas puedan estar sujetas a mecanismos de supervisión estatal por parte de Beijing,

especialmente tras la aprobación de legislación china en materia de ciberseguridad e inteligencia artificial.

Este conflicto de intereses entre los propietarios de plataformas digitales ha generado, además, efectos no previstos por los gobiernos, al favorecer en algunos casos dinámicas de acercamiento cultural entre audiencias previamente distantes. Ante la posibilidad de una prohibición de TikTok en Estados Unidos, numerosos usuarios comenzaron a interesarse por otras aplicaciones del ecosistema digital de ByteDance, especialmente Douyin, la versión china de la plataforma. Este fenómeno puso de manifiesto una paradoja relevante: mientras el discurso político predominante en Estados Unidos enmarcaba estas plataformas como un riesgo estratégico, parte de los usuarios mostraban curiosidad hacia el ecosistema digital chino, atraídos por sus formatos, algoritmos y dinámicas de contenido.

Asimismo, este episodio evidenció la dificultad de controlar los flujos informativos en entornos digitales hiperconectados. La amenaza de prohibición no solo abrió un debate sobre soberanía tecnológica y seguridad nacional, sino que también incrementó el interés por el funcionamiento del ecosistema digital chino, tradicionalmente percibido como cerrado o poco accesible desde el exterior. En este contexto, el acceso directo a estas plataformas permitió a ciertos usuarios entrar en contacto con narrativas, contenidos y representaciones culturales producidas desde China sin la mediación de los canales informativos tradicionales occidentales.

4. El papel de los algoritmos en la selección de contenidos

La vida diaria es cada vez más simbiótica de Internet, espacio en el que interactuamos con multitud de usuarios y tendencias. Nuestra percepción de la realidad en el mundo virtual viene muy condicionada por nuestros sesgos propios y los algoritmos que contribuyen a reafirmarlos.

Los algoritmos son definidos como un conjunto de reglas para realizar cálculos y resolver problemas que permiten clasificar la enorme cantidad de contenido que existe en las redes sociales según la relevancia para los usuarios. Esto lleva a que las redes sociales basadas en algoritmos como YouTube o Instagram muestren un contenido basado en nuestras preferencias según las búsquedas que realizamos tanto en el presente como en el pasado¹. Esto trae el riesgo de que acabemos recibiendo una “exposición selectiva” en la que sólo consultamos la información que corrobora nuestras expectativas y creencias sobre cómo es o cómo debería ser el mundo tendiendo a interactuar únicamente con aquellos perfiles y usuarios que comparten nuestras opiniones y desechando a quienes son contrarios considerándolos como incorrectos o falsos, creándose así subterfugios ideológicos.

¹ Sebastián Valenzuela, “Cuando los algoritmos son editores. Cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias”, *Revista Comunicación y Medios*, no. 49 (2024): 186-187.

Esta selectividad de la información consecuyente de los algoritmos nos hace vulnerables a los mensajes de determinados actores que distorsionan o descontextualizan la información propagando falsos rumores y favoreciendo la creación de los ya mencionados subterfugios ideológicos con el objetivo de influir en la opinión pública y fomentando en ocasiones la intolerancia y el odio hacia determinados individuos, grupos o incluso naciones².

5. Burbujas informativas y polarización. China como modelo de desarrollo/ amenaza geopolítica

China es uno de los países sobre los que existe una mayor polarización del discurso tanto en redes sociales como en medios de comunicación.

Por una parte, existe una imagen extremadamente benigna de China que la presenta como un panda amistoso con un compromiso sincero y firme con la paz mundial, manteniendo un ascenso basado exclusivamente en una igualdad de condiciones en los proyectos económicos. El propio gobierno chino considera que su aumento de presencia global se basa en un “desarrollo pacífico”, y sus defensores argumentan que éste busca la creación de un mundo más justo al elevar la voz de las naciones del Sur Global frente a la hegemonía occidental.

Por otro lado, hay voces que son excesivamente críticas con el ascenso económico y político chino, viéndolo como “un terrible dragón comunista” que supone una amenaza al orden internacional. Hay incluso voces que advierten de la enorme posibilidad de un conflicto bélico ante las diferencias políticas de China con Estados Unidos e incluso acusan al país asiático de buscar la creación de un orden internacional injusto debido a su negativa a condenar y sancionar a gobiernos como el de Corea del Norte³.

6. Impacto en la formación de percepciones internacionales

La consolidación de las plataformas digitales como espacio dominante en la formación de la opinión pública ha transformado los mecanismos de construcción de la percepción internacional de los Estados. En el caso de China, esta transformación se ve amplificada por la confluencia de dos dinámicas que se refuerzan mutuamente: su ascenso como actor geopolítico central y la intensificación de la rivalidad estratégica con las potencias occidentales. El resultado es un entorno en el que, para millones de personas, la imagen de China se forma

² Raúl Magallón y Eva Campos, “Redes sociales y polarización. Cuando el algoritmo amplifica las emociones humanas”, *Dossieres EsF*, no. 42 (2021): 29.

³ Mario Esteban, “China: ¿oso panda o dragón?”, en *Seguridad global y potencias emergentes en un mundo multipolar*, ed. por Ministerio de Defensa de España, 115-126, Madrid: Ediciones Ministerio de Defensa, 2012.

mediante contenidos breves, fragmentados y con frecuencia emocionalmente cargados que circulan en redes sociales.

Las plataformas digitales han acortado la distancia entre los acontecimientos internacionales y la opinión pública. Uno de los aspectos más relevantes es la multiplicación de actores que intervienen en el debate público. Cada uno opera con criterios distintos de selección, jerarquización e interpretación. El resultado es un entorno donde conviven la reacción inmediata, la simplificación ideológica y los intentos de análisis más pausado.

Las redes sociales operan así como espacios donde se disputa el significado de los hechos. Un mismo acontecimiento relacionado con China puede activar interpretaciones muy diferentes según las coordenadas culturales y políticas desde las que se observe.

A ello se suma el papel de los algoritmos, cuyo efecto no debe entenderse de forma monolítica. Es cierto que tienden a favorecer contenidos capaces de generar reacciones emocionales intensas, lo que facilita la reducción de cuestiones complejas a oposiciones simplificadas. Sin embargo, también permiten que análisis especializados encuentren audiencias amplias cuando conectan con comunidades interesadas y sostenidas en el tiempo. Ambos tipos de contenido coexisten, aunque con pesos distintos según la plataforma, el formato y el contexto político. El riesgo principal para la comprensión de China no es la existencia de debate, sino la sobrerrepresentación de los mensajes más polarizantes.

Estas percepciones públicas, moldeadas en parte por el entorno digital, condicionan cada vez más decisiones en ámbitos como el comercio, la inversión, la cooperación tecnológica, la seguridad o la diplomacia. En este escenario, China no es un mero objeto pasivo de narrativas ajenas. Como cualquier gran potencia, participa activamente en la construcción de su imagen exterior subrayando su compromiso con el desarrollo compartido, la soberanía nacional y la estabilidad global.

7. Narrativas contrapuestas sobre China

En amplios sectores del debate occidental, especialmente en Estados Unidos y en determinados círculos europeos, se ha consolidado una narrativa que interpreta a China como una amenaza sistémica. Dentro de este marco, el crecimiento chino se presenta como un desafío al orden liberal internacional y se enfatizan cuestiones como la seguridad nacional, los derechos humanos, la vigilancia, la competencia tecnológica, la política industrial o los conflictos territoriales. Esta lectura tiende a convertir la diferencia de modelos políticos en un problema de seguridad y, en ocasiones, reduce la complejidad de la relación con China a una lógica de confrontación y competición.

Frente a esta narrativa existe otra interpretación, más pragmática, que entiende el ascenso chino como una historia de modernización acelerada, desarrollo económico,

reducción masiva de la pobreza y ampliación de las alternativas internacionales. Esta lectura, frecuente en actores del Sur Global, sectores académicos menos alineados con la lógica de bloques y comunidades empresariales transnacionales, subraya el impacto del comercio y las inversiones chinas, de la transferencia tecnológica, y de las infraestructuras. Para estos actores, China no representa necesariamente una amenaza, sino una oportunidad para diversificar alianzas y corregir asimetrías históricas.

Las redes sociales reflejan esta tensión narrativa con casos como el de la deportista Eileen Gu. Mientras que determinados sectores occidentales la calificaron como “traidora” por competir para China, otros interpretaron su decisión como expresión de identidad multicultural, movilidad global y capacidad china para atraer talento internacional. La controversia reveló menos sobre la deportista que sobre los marcos desde los que se interpreta la realidad de China.

Diferencias regionales en la percepción de China

La percepción internacional de China dista de ser uniforme y varía significativamente en función de las trayectorias históricas, las posiciones geopolíticas y los intereses estratégicos de cada región. Las redes sociales amplifican estas diferencias, generando ecosistemas narrativos marcadamente distintos.

En Occidente, y muy especialmente en Estados Unidos, tal y como se señala en el apartado anterior, la percepción ha virado del optimismo integrador de las décadas anteriores hacia una óptica de rivalidad. La movilización de emociones de amenaza y reproducción de marcos propios de la Guerra Fría se han consolidado en estas geografías. Esta mirada, sin embargo, no es universal ni representa la experiencia del resto del mundo.

Europa presenta una posición más ambivalente. Si bien las preocupaciones por dependencias estratégicas, especialmente respecto a las asimetrías comerciales, han ganado terreno, el debate digital europeo suele combinar elementos de competencia con una conciencia pragmática de la interdependencia. La percepción china varía entre los Estados Miembros en función de su estructura económica, su exposición comercial e inversora a China, o la orientación de sus gobiernos, conviviendo así discursos críticos con los que defienden la necesidad de un relacionamiento estable y mutuamente beneficioso.

Es en el Sur Global donde se registra una visión más favorable y menos confrontacional. En América Latina, África y extensas zonas de Asia, China aparece crecientemente asociada a la inversión en infraestructuras, la conectividad, el comercio y las oportunidades de desarrollo. Numerosos debates digitales en estas regiones interpretan el ascenso chino como una posibilidad de diversificar relaciones exteriores y de superar dependencias históricas. Los elementos de tensión, como los asociados a la deuda, suelen ser contextualizados dentro de un balance más amplio de beneficios tangibles.

Según la Global Survey on Impression and Understanding of China 2025, elaborada por el Global Times Institute a partir de más de 51.000 encuestas en 46 países (1.164 en España), la imagen general de China mejora de forma consistente en prácticamente todas las regiones del mundo. No se trata únicamente de una percepción económica, es también una evaluación política del papel que China desempeña en un contexto internacional marcado por la confrontación y la incertidumbre. En 2025, el 69 % de los encuestados declara tener una opinión favorable de China, seis puntos más que el año anterior. Aún más significativo es que el 39 % afirma tener una opinión más favorable de China que de Estados Unidos, frente a sólo un 26 % que se inclina por Washington. Se está produciendo una inversión simbólica del relato que ha dominado durante décadas.

Asia ofrece el cuadro más complejo. Países como Japón, India o Filipinas combinan estrechos vínculos económicos con preocupaciones estratégicas relacionadas con la proximidad geográfica y las disputas territoriales. En otros países predominan visiones más alineadas con China, o al menos pragmáticas, evitando alinearse en bloques rígidos. En conjunto, la región muestra una inclinación hacia la distensión y el equilibrio, consciente de que la estabilidad regional depende de la capacidad de desarrollar con China esquemas de cooperación.

8. Plataformas visuales y contenido breve

Para poder entender que clase de información sobre China nos encontraremos en una red social lo primero es entender la orientación de dicha plataforma.

Redes sociales tales como Instagram y, en ocasiones, TikTok están mucho más enfocadas por su formato (vídeos de corta duración denominados reels o imágenes a las que dar un me gusta) en ofrecer una imagen más visual que cautive al espectador que en un debate serio sobre temas mucho más complejos de índole política o social. Por tanto, son frecuentes las cuentas que presentan aspectos culturales del país asiático, como su gastronomía, los paisajes o las costumbres de sus habitantes.

Cabe destacar la presencia de individuos de origen chino que hablan acerca de las diferencias culturales entre chinos y occidentales y dan a conocer el punto de vista de los chinos. También las escuelas y aplicaciones de aprendizaje de chino tienen cuentas que comentan curiosidades sobre el idioma, como refranes o expresiones. Por otra parte, en TikTok hemos asistido en los últimos meses a un curioso fenómeno en Estados Unidos conocido como el ChineseMakking o el BeChinese, en el que individuos que admiran el modo de vida chino y de su cultura realizan reels en los que se les muestra vistiendo ropa tradicional china o realizando costumbres

típicas como bebiendo agua caliente, todo ello con el objetivo de “sentirse o ser chinos”⁴.

8.1. Plataformas de debate político: el caso de X

Dentro del ecosistema digital contemporáneo, X se ha consolidado como uno de los espacios donde la conversación política sobre China se desarrolla con mayor inmediatez y visibilidad. Su relevancia se debe tanto al volumen total de usuarios como a la diversidad de perfiles que participan activamente: periodistas, investigadores, diplomáticos, políticos, *think tanks*, creadores de contenido y comunidades muy ideologizadas que convierten la plataforma en un termómetro de los debates estratégicos en curso.

La arquitectura de X favorece un estilo de comunicación basado en la rapidez, la fragmentación y la confrontación discursiva, lo que permite que los acontecimientos relacionados con China sean comentados e interpretados prácticamente en tiempo real. Sin embargo, esta misma arquitectura no determina de forma unívoca el tipo de contenido que circula: conviven desde reacciones impulsivas y polarizantes hasta hilos analíticos extensos y debates especializados. La diferencia con otras plataformas no radica tanto en la imposibilidad del análisis como en la presión que ejercen la velocidad y la competencia por la atención sobre los mensajes más complejos.

Uno de los rasgos más relevantes de X es la yuxtaposición de posiciones divergentes respecto a China. En la plataforma coexisten discursos muy críticos, posiciones pragmáticas centradas en los intereses comerciales o diplomáticos, análisis estratégicos que buscan el equilibrio y visiones favorables al ascenso de China. Esta diversidad convierte a X en un espacio donde distintos actores compiten por establecer los términos del debate, aunque la visibilidad de cada posición no depende solo de su solidez argumental, sino también de las dinámicas de interacción y amplificación propias de la plataforma.

La conversación sobre China en X suele articularse alrededor de varios ejes temáticos recurrentes: la relación sino-estadounidense y sino-europea; los vínculos de China con Rusia, Irán o Corea del Norte; la cuestión de Taiwán; las disputas territoriales; los derechos humanos; la competencia tecnológica; las interdependencias en sectores estratégicos; las políticas industriales, comerciales y de inversión; y las iniciativas de desarrollo como la Franja y la Ruta. Sobre cada uno de estos temas se superponen interpretaciones contrapuestas que reflejan tradiciones intelectuales, intereses nacionales y culturas políticas diferentes.

La relación entre China y la Unión Europea constituye un ejemplo particularmente ilustrativo de disputa narrativa en X. Buena parte del debate gira alrededor de las

⁴ Hebe Hancock, “Explaining the ‘becoming Chinese’ trend, that has gone viral on TikTok”, *The Tab*, 13-01-2026, <https://thetab.com/2026/01/13/explaining-the-becoming-chinese-trend-that-has-gone-viral-on-tiktok>

dependencias estratégicas, los desequilibrios comerciales y la política industrial china, a menudo leídos en clave de riesgo para la autonomía europea. Frente a esta interpretación, otros actores sostienen que muchas de las dificultades industriales europeas responden más a limitaciones estructurales internas de la política europea que a una supuesta competencia desleal. De forma paralela, el debate sobre Ucrania y la relación entre China y Rusia enfrenta narrativas que presentan a China como apoyo indirecto de Moscú con otras que enfatizan una asociación estratégica basada en los principios de no alianza, no confrontación y no dirección contra terceros. X permite observar cómo estos marcos interpretativos compiten, se solapan y, en ocasiones, se desplazan mutuamente en función de los acontecimientos.

Desde el punto de vista metodológico, las listas de X ofrecen una herramienta útil para cartografiar estas comunidades discursivas. Permiten clasificar actores por ámbitos, políticos, medios, analistas independientes y think tanks, divulgadores, y construir mapas razonablemente precisos del ecosistema de debate. La utilidad de estas listas depende menos de la cantidad de cuentas que de la calidad de la selección y de la capacidad de identificar tradiciones argumentales coherentes, más allá de su orientación.

X constituye así un espacio relevante para participar en el debate sobre China, y para identificar qué actores participan en él, desde qué marcos interpretativos operan y qué narrativas logran mayor capacidad de circulación.

8.2. Plataformas de análisis especializado: el caso de Substack

Frente a la lógica de inmediatez que predomina en X, plataformas como Substack representan un modelo distinto de discusión sobre China. Substack se ha consolidado como un espacio de análisis especializado en política internacional, economía y geopolítica, donde investigadores, periodistas y analistas publican textos extensos dirigidos a audiencias que buscan un desarrollo argumental más detenido.

La relevancia de Substack en el debate sobre China reside en que permite un tipo de producción intelectual menos condicionado por las dinámicas de viralización inmediata. En lugar de mensajes breves o reacciones instantáneas, predominan ensayos, *newsletters* y análisis detallados sobre dimensiones políticas, económicas y culturales del ascenso chino.

Uno de los fenómenos más significativos dentro de Substack es la presencia de proyectos que facilitan un acceso más directo a debates internos chinos. Un ejemplo destacado es *Pekingology*, de Zichen Wang, que se ha convertido en referencia para investigadores y analistas al traducir y contextualizar discursos, artículos académicos y documentos del ecosistema político y académico chino. Su aportación principal consiste en hacer accesibles fuera del ámbito sinohablante debates sobre gobernanza, economía, política industrial o relaciones internacionales que de otro modo quedarían fuera del alcance de la mayoría de los observadores internacionales.

En una línea similar se sitúa *The East is Read*, así como proyectos de autores no chinos como *Sinification*, de Thomas des Garets Geddes, también dedicados a la traducción y contextualización de fuentes primarias.

Este tipo de iniciativas responde a una limitación estructural del debate sobre China en espacios no sinohablantes: la dificultad para acceder de manera directa a fuentes primarias. Substack ha permitido que analistas independientes asuman una función que tradicionalmente estaba concentrada en universidades, *think tanks* o grandes medios especializados, contribuyendo a diversificar los canales de intermediación intelectual.

Otro ejemplo relevante es el entorno construido alrededor de Kaiser Kuo y el podcast *Sinica*, uno de los espacios de discusión sobre China más influyentes en inglés. A través de Substack, Kuo, desde su perspectiva sinoestadounidense, complementa entrevistas y debates con análisis más extensos sobre actualidad china, relaciones internacionales y transformaciones culturales.

La plataforma alberga además corrientes ideológicas y analíticas muy diferentes, con enfoques centrados en la confrontación, en el desarrollo de la competición con China, en la cooperación en retos comunes, y en el conocimiento de las dinámicas internas e internacionales de China.

Precisamente por ello Substack funciona como una suerte de laboratorio intelectual: muchas de las ideas, marcos y conceptos que después circulan de forma simplificada en medios de comunicación o redes sociales se elaboran primero en estos espacios. Su principal limitación, una audiencia reducida y especializada, es al mismo tiempo la condición que hace posible ese trabajo: un ambiente menos presionado por la inmediatez favorece un desarrollo más calmado de los planteamientos. En definitiva, Substack se ha consolidado como una herramienta fundamental para comprender cómo se construyen las interpretaciones más influyentes sobre China dentro del ecosistema occidental de expertos y formadores de opinión.

8.3. Plataformas chinas con proyección internacional: el caso de Xiaohongshu

El ascenso de plataformas digitales chinas con alcance internacional constituye uno de los fenómenos más relevantes de la transformación del ecosistema digital global. Más allá de su dimensión tecnológica o comercial, estas plataformas reflejan la creciente capacidad de China para proyectar modelos digitales, dinámicas culturales y formas de interacción social en espacios hasta hace poco dominados por empresas occidentales.

Aunque TikTok es el caso más visible, otras plataformas chinas han comenzado a adquirir proyección internacional. Uno de los ejemplos más interesantes es Xiaohongshu (小红书), conocida también como RedNote. Concebida originalmente como un espacio para compartir recomendaciones de consumo y experiencias de viaje, Xiaohongshu ha evolucionado hacia un modelo híbrido que integra red social,

contenido visual, cultura influencer y comercio electrónico. En el ecosistema digital chino ocupa una posición influyente en ámbitos como moda, cosmética, estilo de vida y consumo cultural. Buena parte de su funcionamiento gira alrededor del concepto de 种草 (zhòngcǎo) —literalmente “plantar hierba”—, que describe la capacidad de ciertos contenidos para generar deseo de consumo e influir en decisiones de compra. La plataforma combina elementos propios de Instagram, Pinterest y TikTok dentro de dinámicas específicas del entorno digital chino.

El interés internacional por Xiaohongshu aumentó de forma notable a comienzos de 2025 con el fenómeno de los llamados “TikTok refugees”. Ante la posibilidad de restricciones sobre TikTok en Estados Unidos, numerosos usuarios y creadores descargaron Xiaohongshu como alternativa. Durante varios días, la plataforma experimentó una llegada masiva de usuarios occidentales, generando una migración digital desde Occidente hacia una plataforma china, un fenómeno poco habitual dada la relativa separación entre ambos ecosistemas.

Este episodio propició interacciones directas entre comunidades digitales chinas y occidentales: intercambios culturales, malentendidos, debates sobre diferencias políticas y sociales, y advertencias de usuarios chinos sobre temas considerados sensibles dentro de su entorno digital. Se puso de manifiesto, además, una cuestión relevante: para muchos usuarios, la calidad del producto, la experiencia de usuario y el funcionamiento algorítmico pueden pesar más que el origen nacional de la plataforma. Esto matiza la idea de que los ecosistemas digitales se encuentran completamente segmentados en bloques geopolíticos estancos.

Al mismo tiempo, la internacionalización acelerada reveló las dificultades de adaptación rápida a audiencias globales. La empresa introdujo modificaciones improvisadas en traducción automática, interfaces en inglés y estrategias de comunicación, evidenciando que su diseño seguía orientado principalmente al mercado chino. En términos más amplios, la proyección internacional de plataformas como Xiaohongshu ilustra la dimensión global de la industria tecnológica china y su potencial para competir culturalmente en el espacio digital internacional, exportando no solo tecnología o entretenimiento, sino también formas específicas de interacción social, modelos de consumo y dinámicas culturales propias del ecosistema chino contemporáneo.

9. Viralidad y circulación de contenidos descontextualizados

Un gran problema que tiene nuestra sociedad a la hora de abordar el contenido en las redes sociales es que al circular los datos entre una gran cantidad de usuarios diferentes es habitual que el mensaje que recibimos sea muy diferente de lo que comenta la fuente original. En ocasiones, además, recibimos un fragmento descontextualizado, lo que lleva a malinterpretar los eventos siendo muy distintos en realidad de lo que se nos muestra. Sin embargo, muchas veces, debido al fenómeno de los algoritmos mencionado anteriormente, sólo nos llega información

que confirma nuestras ideas preconcebidas sobre el mundo, por lo que tendemos a considerarlo cierto de inmediato e incluso a compartirlo, lo cual se describe como “misinformación”. Es decir; cuando un individuo comparte información falsa sin saber que esta lo es pensando que resultará de ayuda⁵.

Un ejemplo muy paradigmático referente a China tiene que ver con su posición ante la guerra actualmente en curso en Ucrania. En las semanas posteriores a la invasión rusa del 24 de febrero de 2022, diversos medios se hicieron eco de que, durante la reunión que ambos presidentes mantuvieron en Beijing pocas semanas antes de la invasión, Vladimir Putin le había informado a Xi Jinping sobre su intención de atacar el país vecino ante lo que el dirigente chino le pidió que se contuviese hasta la finalización de los Juegos de Invierno que se estaban celebrando en la capital china aquellos días⁶. Consultando algunas noticias al respecto⁷, se menciona como fuente original un artículo publicado por el diario estadounidense New York Times citando a fuentes de inteligencia.

Pero una vez abordado el artículo nos encontramos con algo muy distinto de lo que han dicho los medios. Se menciona citando a “fuentes de inteligencia de un país europeo”, sin especificar qué servicio de inteligencia fue, que “algunos oficiales rusos compartieron a inicios de febrero de 2022 los planes militares del ejército ruso con homólogos chinos”, sin aclarar tampoco que personalidades de ambos países fueron. Por otra parte, y llevando la contraria a lo coreado en varios medios, sobre la posibilidad de que Putin le informase a Xi en la reunión sobre la posterior escalada militar es mucho más contundente: “No existe constancia de que ambos lo hablasen”⁸.

9.1. Noticias falsas y narrativas estratégicas

Un término que ha ganado cada vez mayor relevancia es el de las noticias falsas, catalogado por la Real Academia de la Lengua Española como: “noticia falsa propagada con algún fin”. Muy en relación con este término está el de “posverdad” definido por la RAE como “distorsión deliberada de una realidad, que manipula

⁵ “Guía práctica de First Draft para comprender el desorden informativo”, *First Draft*, enero de 2020, 10.

⁶ Por ejemplo; Infobae, disponible en <https://www.infobae.com/america/mundo/2022/03/03/china-sabia-que-rusia-invadiria-ucrania-solo-pidio-posponer-el-ataque-por-los-juegos-olimpicos-de-invierno/>

⁷ La Voz de América, disponible en <https://www.vozdeamerica.com/a/sabia-china-putin-invadiria-ucrania/6469986.html>

⁸ Edward Wong y Julian E. Barnes, “China asked Russia to delay Ukraine War until after Olympics, U.S. officials say”, *The New York Times*, consultado el 08 – 04 – 2026.

<https://www.nytimes.com/2022/03/02/us/politics/russia-ukraine-china.html>

creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”.

Los bulos y la manipulación han existido siempre. No obstante, en la actualidad la popularización de las redes sociales y el desarrollo tecnológico ha traído consigo nuevas formas de desinformación fruto de la capacidad de que un único mensaje pueda llegar a millones de usuarios en un instante. Según First Draft, antiguo portal dedicado a combatir la desinformación, existen siete tipos:

- Sátira parodia: no es empleada para engañar pero tiene potencial para que se malinterpreten algunos hechos.
- Conexión falsa: cuando los titulares o elementos visuales de una noticia no se corresponden con el contenido.
- Contenido engañoso
- Contenido fabricado: material totalmente inventado con el objetivo de engañar o perjudicar.
- Contenido manipulado: información que es tergiversada.
- Contenido impostor: se afirma falsamente que procede de una fuente real.
- Contexto falso: contenido real con una información de contexto no verídica⁹.

Una de las técnicas de manipulación de información más empleadas es el astroturfing, consistente en la creación de perfiles falsos -en forma de bots, troles y medios ficticios- para difundir un mensaje determinado dando la sensación de espontaneidad. Ello se crea con el objetivo de que se conozca al verdadero responsable detrás de la campaña¹⁰. La anteriormente mencionada existencia de subterfugios digitales fruto de los algoritmos que gestionan las plataformas favorece la difusión de estos mensajes engañosos, además de que al ser los usuarios creadores de contenido estos pueden crear falsos rumores al igual que difundirlos.

En muchas ocasiones, las noticias e informaciones que recibimos están al servicio de las narrativas de otras naciones. Tal y como afirmó el general Valery Gerasimov, actual jefe del Estado Mayor del ejército ruso, en un artículo de 2013: “Las reglas de la guerra han cambiado. El papel de los medios no militares para obtener objetivos políticos y estratégicos ha crecido y, en muchos casos, ha superado el poder de las armas en cuanto a efectividad”, señalando a continuación la guerra en el espacio de la información como uno de estos efectivos “nuevos medios no militares”¹¹, cuyo país es un ejemplo paradigmático de un estado que emplea la desinformación para desestabilizar internamente a otras naciones e influir en sus procesos electorales.

⁹ “Guía práctica de First Draft para comprender el desorden informativo”, First Draft, enero de 2020, 12-13.

¹⁰ Bot Ruso, *Confesiones de un bot ruso* (Barcelona: Debate, 2022), 35-36.

¹¹ Valery Gerasimov, “The value of science is in the foresight. New challenges demand rethinking the forms and methods of carrying out combat operations”, *Military Review*, (2016): 24-25

Pese a que China no busca interferir en procesos políticos externos, en los últimos años ha dado pasos para dar a conocer su visión de los asuntos globales y para presentarse de manera favorable ante la comunidad internacional con el fin de mantener sus vínculos económicos y evitar que los discursos críticos con China dominen el debate público.

Xi Jinping, en un discurso de 2021, enfatizó que “contar la historia de China, difundir su voz y mostrar la realidad del país son tareas importantes para fortalecer la capacidad de comunicación internacional del país”, felicitando públicamente a medios como China Daily o CGTN por difundir la voz china en todo el mundo¹². Busca ser vista como un polo de estabilidad y un socio confiable ante la cada vez mayor inestabilidad geopolítica, algo que refleja el propio Libro Blanco de Defensa chino publicado en 2025, donde se afirma que la región Asia-Pacífico “es un motor fundamental de prosperidad económica global” y que “ha mantenido la paz general durante medio siglo sin el estallido de ningún conflicto armado”, afirmando que “Promover la paz, la estabilidad y el desarrollo son las orientaciones estratégicas y demandas comunes de la mayoría de los países asiáticos, y resolver diferencias y disputas mediante el diálogo y la consulta es la principal orientación política de los países de la región”¹³.

No obstante, en ocasiones el discurso proveniente desde China ha sido más asertivo mediante la denominada “diplomacia del lobo guerrero” en la que algunos diplomáticos chinos, considerando que su país estaba siendo atacado por otras naciones, han empleado las redes sociales para salir en defensa de China, además de realizar duras declaraciones e incluso ataques verbales contra otros diplomáticos y políticos que se mostraban con China. Según el corresponsal Peter Martin, esta actitud surge debido a la presencia en el imaginario colectivo chino del Siglo de Humillación en el que el país fue sometido a unas duras condiciones por parte de los países occidentales, temiendo que las críticas y sermones que vienen en la actualidad de Estados Unidos y Europa busquen debilitar a China, así como de la relativa poca presencia de medios chinos a nivel global, un escenario que todavía es dominado por los medios occidentales, concibiendo ésta particular forma de diplomacia como una postura defensiva¹⁴.

¹² Gao Tianding y Chao Xiaofan, “Xí jìnpíng: Jiǎng hǎo zhōngguó gùshì, chuánbò hǎo zhōngguó shēngyīn”. *Qiushi*, 02-06-2021, https://www.qstheory.cn/zhuanku/2021-06/02/c_1127522386.htm

¹³ The State Council Information Office of the People’s Republic of China, “Xīn shídài de zhōngguó guójiā ānquán”. *Xinhua*, 12-05-2025, http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps_2279/202505/t20250512_894771.html

¹⁴ Joanna Nawrotkiewicz, “Understanding Chinese “Wolf Warrior Diplomacy”. Interview with Peter Martin”, *The National Bureau of Asian Research*, 22-10-2021, <https://www.nbr.org/publication/understanding-chinese-wolf-warrior-diplomacy/>

10. Regulación del entorno digital: enfoque de la Unión Europea y enfoque de China

La centralidad adquirida por las plataformas digitales en la circulación de información y en la formación de la opinión pública ha impulsado el desarrollo de marcos regulatorios complejos tanto en la Unión Europea como en China. Ambos ordenamientos comparten el punto de partida: las plataformas generan riesgos que justifican la intervención normativa. Las diferencias se sitúan, sin embargo, en los bienes jurídicos que cada ordenamiento sitúa como prioritarios, en la técnica regulatoria empleada y en la articulación de las obligaciones de diligencia y control.

10.1. El modelo europeo: el Reglamento (UE) 2022/2065 (DSA)

En la Unión Europea, la regulación del entorno digital se articula principalmente a través del Reglamento (UE) 2022/2065, conocido como Digital Services Act (DSA), plenamente aplicable desde el 17 de febrero de 2024. La DSA no establece un sistema de control directo de los contenidos por parte de los poderes públicos, sino que sigue la técnica normativa de la imposición de obligaciones de diligencia debida a los prestadores de servicios intermediarios.

Las obligaciones de moderación se configuran como deberes de evaluación y mitigación de riesgos sistémicos, no como una obligación de resultado. El artículo 34 DSA establece la obligación de evaluar periódicamente los riesgos sistémicos asociados al diseño o al funcionamiento de los servicios, y el artículo 35 DSA la obligación de adoptar medidas de mitigación razonables, proporcionadas y efectivas. La transparencia algorítmica es un eje central y el artículo 27 DSA impone obligaciones de transparencia sobre los sistemas de recomendación, exigiendo que las plataformas indiquen los parámetros principales utilizados y las opciones de modificación disponibles para los usuarios. En el caso de las plataformas de muy gran tamaño (VLOPs) y los motores de búsqueda de gran tamaño (VLOSEs), el artículo 38 DSA refuerza estas obligaciones, y el artículo 40 DSA establece un mecanismo de acceso a los datos por parte de investigadores y autoridades, sujeto a requisitos de seguridad y protección de datos personales.

El régimen sancionador previsto en el artículo 74 DSA prevé multas de hasta el 6 % del volumen de negocios mundial anual del ejercicio anterior, lo que refleja la importancia que el legislador europeo atribuye al cumplimiento de estas obligaciones.

10.2. El modelo chino: obligaciones activas de supervisión

En China, la regulación del entorno digital se apoya en un entramado de leyes y reglamentos administrativos que configuran un sistema de obligaciones positivas para los proveedores de servicios de internet.

La Ley de Ciberseguridad, vigente desde el 1 de junio de 2017, constituye el pilar fundamental, y declara como finalidades garantizar la seguridad de las redes,

salvaguardar la soberanía del ciberespacio y la seguridad nacional, proteger los derechos e intereses legítimos de ciudadanos y organizaciones, y promover el desarrollo saludable de la informatización económica y social (artículo 1), bajo el liderazgo del Partido Comunista de China (artículo 3). La Ley de Seguridad de los Datos, en vigor desde el 1 de septiembre de 2021, establece el principio de clasificación y protección jerarquizada de los datos (artículo 21), y ordena a las autoridades competentes la elaboración de catálogos de datos importantes para cada sector. La Ley también establece un sistema de control administrativo sobre las transferencias internacionales de datos (artículos 36). La Ley de Protección de la Información Personal, vigente desde el 1 de noviembre de 2021, es la primera ley integral de protección de datos personales en China. Su artículo 13 enumera las bases jurídicas del tratamiento, que incluyen el consentimiento, la necesidad para la ejecución de un contrato y el cumplimiento de obligaciones legales. El artículo 24 regula las decisiones automatizadas, exigiendo transparencia y equidad en los sistemas de recomendación, y prohibiendo la imposición de tratos diferenciados irrazonables basados en datos personales.

En el ámbito específico de la moderación de contenidos, la norma de referencia es el Reglamento sobre la Gobernanza Ecológica de los Contenidos de la Información en la Red, aprobado por la Administración del Ciberespacio de China (CAC) y en vigor desde el 1 de marzo de 2020. Este reglamento no se limita a establecer obligaciones de diligencia debida, sino que define las categorías de contenidos prohibidos y de contenidos no deseables. El artículo 6 enumera once categorías de informaciones ilegales que los proveedores de servicios deben impedir que sean producidas, copiadas o publicadas, incluyendo aquellas que vulneren los principios fundamentales establecidos en la Constitución, las que pongan en peligro la seguridad nacional o las que difundan rumores que perturben el orden económico y social. El artículo 7, por su parte, enumera nueve categorías de informaciones no deseables que los proveedores deben adoptar medidas para prevenir, como los contenidos con títulos sensacionalistas que no se corresponden con el contenido real, o aquellos que promuevan la discriminación por razón de origen o lugar de residencia. El artículo 9 impone a los proveedores de servicios la obligación de establecer mecanismos de revisión de la información publicada, de los comentarios de los usuarios, de gestión de cuentas y de inspección en tiempo real.

En materia de moderación de sistemas de recomendación, el Reglamento sobre la Gestión de las Recomendaciones Algorítmicas en los Servicios de Información en Internet, aprobado por la CAC y en vigor desde el 1 de marzo de 2022, impone a los proveedores la obligación de registrar determinados algoritmos ante las autoridades (artículo 24), de establecer mecanismos de revisión de los servicios de recomendación de algoritmos (artículo 7), y de abstenerse de utilizar algoritmos que induzcan a la adicción o al consumo excesivo (artículo 8). El artículo 11 obliga a los proveedores a establecer mecanismos que permitan a los usuarios elegir si desean recibir recomendaciones algorítmicas y, en caso afirmativo, personalizarlas.

10.3. Diferencias de enfoque

La DSA se estructura en torno a la responsabilidad del prestador de servicios, basada en la diligencia debida, y mantiene la prohibición de la vigilancia general. El modelo chino, en cambio, se basa en obligaciones activas de supervisión de los contenidos desde el momento de su publicación, lo que se traduce en sistemas de revisión previa, inspección en tiempo real y retirada inmediata de los contenidos que infrinjan los catálogos legalmente establecidos. Esta diferencia refleja concepciones distintas del papel del proveedor de servicios: un intermediario sometido a deberes de diligencia en el modelo europeo, frente a un operador corresponsable de la conformidad de los contenidos con las normas aplicables en el modelo chino.

11. Conclusión: Redes sociales como puerta de entrada al conocimiento sobre China

Las redes sociales se han convertido para millones de personas en una de las principales puertas de entrada al conocimiento sobre China, transformando el acceso a debates sobre política, economía, sociedad o cultura que antes se producían exclusivamente a través de libros o medios tradicionales. Esta digitalización implica ventajas que las generaciones pasadas no tenían, permitiendo una democratización de la información al poner al alcance de todos un país que durante siglos fue lejano y desconocido.

Las plataformas ofrecen la posibilidad inédita de acceder directamente a investigadores, periodistas especializados, traducciones de fuentes primarias o análisis sectoriales que antes quedaban restringidos a circuitos cerrados. Con la reemergencia de China en el área global, el creciente interés por comprender al "País del Centro" se refleja en un entorno virtual donde, con solo introducir el nombre del país en un buscador, se encuentran miles de datos con distintas informaciones. No obstante, esta abundancia también exige desarrollar criterios de selección rigurosos, ya que plantea riesgos evidentes de simplificación y polarización.

En estas redes circula mucha información que no es veraz y que se emplea para manejar a la opinión pública; al no existir límites en la creación de contenido, cualquiera puede proclamarse experto aunque su discurso tenga poco que ver con la realidad. La influencia de los algoritmos favorece la existencia de comunidades cerradas o "burbujas" donde solo circula información parcial o falaz que confirma nuestros intereses y sesgos previos. Asimismo, la búsqueda de viralidad suele evitar los grandes debates, presentando visiones muy dicotómicas de realidades complejas. Para que las redes funcionen como herramientas de aprendizaje sofisticado y no de superficialidad, el usuario debe evitar una exposición completamente mediada por los algoritmos mediante la construcción activa de un ecosistema propio de información. Una estrategia útil consiste en seguir a creadores o analistas (KOL - Key Opinion Leaders) cuya aproximación sea rigurosa, observando sus referencias para descubrir comunidades discursivas coherentes.

Herramientas como las listas de X permiten organizar perfiles por ámbitos políticos, académicos o divulgadores para diseñar "cajones" de información propios y construir itinerarios de lectura deliberativos en lugar de consumir solo lo que la plataforma prioriza.

En definitiva, informarse sobre China requiere distinguir entre análisis y reacción emocional, combinando perfiles con perspectivas diferentes para evitar una comprensión empobrecida. Es necesario un doble esfuerzo, tanto individual como colectivo: la clase política debe educar en el uso de estas plataformas, mientras que cada persona debe realizar un ejercicio de responsabilidad personal, alejándose de su zona de confort para escuchar opiniones distintas y evitar el círculo vicioso de la información maliciosa. La utilidad de la fuente digital depende, finalmente, de la forma en que cada usuario construye su relación con ella.

Bibliografía:

Bot Ruso. *Confesiones de un bot ruso*. Barcelona: Debate, 2022.

“Guía práctica de First Draft para comprender el desorden informativo”, *First Draft*, enero de 2020.

Esteban, Mario. “China: ¿oso panda o dragón?”, en *Seguridad global y potencias emergentes en un mundo multipolar*, ed. por Ministerio de Defensa de España, 115-126, Madrid: Ediciones Ministerio de Defensa, 2012.

Esteban, Mario. “Covid-19 y la imagen de China en España”. *Real Instituto Elcano*. 23 de abril de 2020. <https://www.realinstitutoelcano.org/comentarios/covid-19-y-la-imagen-de-china-en-espana/>

Gao, Tianding y Chao Xiaofan. “Xí jìnpíng: Jiǎng hǎo zhōngguó gùshì, chuánbò hǎo zhōngguó shēngyīn”. *Qiushi*. 02-06-2021. https://www.qstheory.cn/zhuanku/2021-06/02/c_1127522386.htm

Gerasimov, Valery. “The value of science is in the foresight. New challenges demand rethinking the forms and methods of carrying out combat operations”, *Military Review*, (2016): 23-30.

Hancock, Hebe. “Explaining the ‘becoming Chinese’ trend, that has gone viral on TikTok”. *The Tab*. 13-01-2026. <https://thetab.com/2026/01/13/explaining-the-becoming-chinese-trend-that-has-gone-viral-on-tiktok>

Magallón, Raúl y Eva Campos. “Redes sociales y polarización. Cuando el algoritmo amplifica las emociones humanas”, *Dossieres EsF*, no. 42 (2021): 27-31.

Nawrotkiewicz, Joanna. “Understanding Chinese “Wolf Warrior Diplomacy”. Interview with Peter Martin”. *The National Bureau of Asian Research*, 22-10-2021, <https://www.nbr.org/publication/understanding-chinese-wolf-warrior-diplomacy/>

Sierra, Aurken, Roncesvalles Labiano, María F. Novoa Jaso, y Alfonso Vara. “Informe España 2025”. *Digital News Report*. Consultado el 20-04-2026. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025/espana>

The State Council Information Office of the People’s Republic of China. “Xīn shídài de zhōngguó guójiā ānquán”. *Xinhua*. 12-05-2025, http://www.scio.gov.cn/zfbps/zfbps_2279/202505/t20250512_894771.html

Valenzuela, Sebastián. Cuando los algoritmos son editores. “Cómo las redes sociales, la IA y la desinformación alteran el consumo de noticias”. *Revista Comunicación y Medios*, no. 49 (2024): 186-191.

Wong, Edward y Barnes, Julian E. “China asked Russia to delay Ukraine War until after Olympics, U.S. officials say”. *The New York Times*, consultado el 08 – 04 – 2026. <https://www.nytimes.com/2022/03/02/us/politics/russia-ukraine-china.html>

