

FUNDACIÓN
ANDRÉS BELLO
CENTRO DE INVESTIGACIÓN
CHINO LATINOAMERICANO

DIPLOMACIA DIGITAL 2022 – 2023-I

Evolución y fortalecimiento de la diplomacia digital de la República Popular China en América Latina y el Caribe.

MARÍA CATALINA MICOLTA PORTOCARRERO

Febrero 2024

Edición: Fundación Andrés Bello – Centro de Investigación Chino Latinoamérica



ACERCA DEL INFORME

Este informe analiza la diplomacia digital de la República Popular China (RPCh) en América Latina y el Caribe (ALC). A través de un examen en la actividad y uso de las cuentas de la plataforma X (antes Twitter) creadas por los representantes y las representaciones diplomáticas de la RPCh en ALC para el año 2022 y primer semestre de 2023, junto con un análisis comparativo frente a los principales hallazgos de los estudios previos publicados por la Fundación Andrés Bello: “2020, un año decisivo para la diplomacia digital de China diplomacia en América Latina y el Caribe” y “2021, Hacia un equilibrio de la diplomacia digital de China en América Latina y el Caribe”, se determinan los principales elementos y características en la configuración y desarrollo de la digitalización de su diplomacia publica a nivel regional.



ACERCA DE LA AUTORA

María Catalina Micolta es Directora de Proyectos de Investigación de la Fundación Andrés Bello. Es analista de política exterior y diplomacia pública con experiencia en investigación sobre el proceso de integración regional de la Unión Europea y Derecho Comunitario Europeo con énfasis en gobernanza, migración y seguridad. Igualmente ha desarrollado investigaciones sobre la Diplomacia Pública de la República Popular China en América Latina y el Caribe, así como sobre las inversiones de sus empresas estatales en la región. María Catalina es profesional en Ciencias Políticas con énfasis en Relaciones Internacionales y Magistra en Relaciones Internacionales de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia. Como directora de proyectos de investigación dirige, supervisa y participa en el proceso de diseño, gestión, desarrollo y divulgación de resultados de las investigaciones académicas de la Fundación.

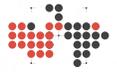
Las opiniones expresadas en este reporte son exclusivamente la responsabilidad de la autora. No reflejan necesariamente los puntos de vista de la Fundación Andrés Bello – Centro de Investigación Chino Latinoamericano. Una edición en línea de éste y otros reportes relacionados pueden encontrarse en nuestro página web, junto con información adicional sobre el tema.

©2024 por la Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano.

Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano.

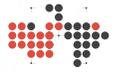
Carrera 9 #72-81, Oficina 301. Bogotá D.C., Colombia 110231

info@fundacionandresbello.org | www.fundacionandresbello.org



CONTENIDO

PRÓLOGO	4
I. Cuentas de X de los representantes y representaciones diplomáticas de la RPCh en ALC 2022 y 2023-I	7
II. Creación de cuentas	9
i. Cambios en las políticas de verificación X – Identificación de las cuentas	10
ii. Tipos de insignias de verificación	11
III. Grado de actividad de las cuentas	13
IV. Cuentas más activas: comparativa 2020 – 2023-I	17
V. Elementos distintivos de los seguidores y las cuentas seguidas	19
VI. Características de las cuentas seguidas y de las cuentas de los seguidores 2020 – 2023-I	23
VII. Interacciones y dinámicas de relacionamiento entre cuentas	25
i. Usuarios más retuiteados 2022 y 2023-I	25
ii. Tipo de usuarios con mayor número de respuestas 2022 y 2023-I	27
iii. Tipo de usuarios más mencionados 2022 y 2023-I	29
iv. Hashtags más usados 2022 y 2023-I	32
VIII. Conclusiones	35
REFERENCIAS	36



PRÓLOGO

Con el propósito de dar continuidad al análisis de la evolución de la digitalización de la diplomacia pública de la República Popular China (RPC) en América Latina y el Caribe (ALC), la Fundación Andrés Bello – Centro de Investigación Chino Latinoamericano presenta este nuevo estudio enfocado en las dinámicas de las cuentas de X (antes Twitter) de los representantes y las representaciones diplomáticas de China en la región para el año 2022 y el primer semestre del año 2023; ofreciendo, igualmente, apuntes comparativos respecto a los hallazgos en los estudios realizados para los años 2020¹ y 2021²

Al igual que en los estudios anteriores y para brindar una continuidad metodológica que permita el análisis comparado, en su desarrollo se usó una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Respecto a la parte cuantitativa, se utilizaron los aplicativos “Twitter Advanced Search” y “Twitonomy”³ para la recopilación de datos estadísticos de cada una de las cuentas. Respecto a la parte cualitativa, se realizó el correspondiente análisis de contenido de cada uno de los tuits de las cuentas para identificar las temáticas más relevantes y el enfoque discursivo

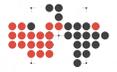
de estas. Ambos métodos han permitido hacer un análisis más completo de la información recolectada durante el año 2022 y primer semestre del año 2023 y su respectivo contraste con los años 2020 y 2021.

A junio de 2023, de las 26 representaciones diplomáticas de la RPC en América Latina y el Caribe⁴, 21 de ellas poseen cuentas en X⁵. Para el año 2022, el total de cuentas entre representaciones y representantes diplomáticos fue de 33, mientras que para junio del año 2023 fue de 34. Vale destacar que en ambos períodos tres de las cuentas no presentaron actividad alguna: la cuenta de la embajadora en Bahamas, Dai Qingli (@DQingli); la cuenta de la embajada en Surinam (@CHNEmbSuriname); y la primera cuenta creada a nombre del embajador en Venezuela, Li Baorong (@Li_Baorong), la cual fue suspendida en 2021 y posteriormente reactivada. De igual manera, para el primer semestre del año 2023 se encuentra que la cuenta del actual embajador en El Salvador, Zhang Yanhui (@ZhangYanh) no presentó actividad.

¹ Micolta, M. (2022, 3 de marzo). 2020: Un año decisivo para la diplomacia digital de la República Popular China en América Latina y el Caribe. Centro de Investigación Chino latinoamericano Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/investigacion/2020-un-ano-decisivo-para-la-diplomacia-digital-de-la-republica-popular-china-en-america-latina-y-el-caribe/>

² Micolta, M. (2022, 21 de junio). 2021: Hacia un equilibrio en la diplomacia digital de la República Popular China en América Latina y el Caribe. Centro de Investigación Chino latinoamericano Fundación Andrés Bello.

³ Debido a los cambios en las políticas en la red social X (antes Twitter), aplicativos como Twitonomy ya no pueden ofrecer sus servicios de recolección de data. Al respecto ver Twitonomy. (2023). Twitter #analytics and much more... Twitonomy. <https://www.twitonomy.com/>



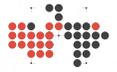
Así mismo, es de resaltar que entre enero de 2022 y junio de 2023 hubo un gran dinamismo en los cambios del personal diplomático de la RPCCh en varios países de la región como se aprecia en la siguiente tabla:

PAÍS	CAMBIOS Y NOMBRAMIENTOS
Brasil	 <p>En marzo de 2022 el embajador, Wanming Yang (@WanmingYang), deja el cargo. Asume como nuevo embajador Zhu Qingqiao, exembajador en México (no posee cuenta en X)</p>
El Salvador	 <p>En diciembre de 2022 la embajadora, Ou Jianhong (@oujianhong), deja el cargo. En enero de 2023 asume como nuevo embajador Zhang Yanhui (@ZhangYanh) pero su cuenta no tiene actividad.</p>
México	 <p>En mayo de 2023 asume como nuevo embajador Zhang Run (@EmbZhangRun) quien deja su cargo como embajador en República Dominicana.</p>
Nicaragua	 <p>En junio de 2022 asume como nuevo embajador Chen Xi (no posee cuenta en X).</p>
Perú	 <p>En septiembre de 2022 asume como nuevo embajador Song Yang (no posee cuenta en X).</p>
República Dominicana	 <p>En marzo de 2023 sale del cargo el embajador, Zhang Run (@EmbZhangRun). Asume como nuevo embajador Chen Luning (@EmbChenLuning) en abril de 2023.</p>
Venezuela	 <p>En marzo de 2023 sale del cargo el embajador, Li Baorong (@Li_Baorong y @EmbChinaVen). Asume como nuevo embajador en mayo de 2023, Lan Hu (no posee cuenta en X).</p>

Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano.

⁴ El 25 de marzo de 2023, la República de Honduras rompe relaciones diplomáticas con Taiwán y establece relaciones diplomáticas con la República Popular China. Fundación Andrés Bello. (2023). Honduras establece relaciones diplomáticas con China. Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/noticias/honduras-%f0%9f%87%ad%f0%9f%87%b3/honduras-establece-relaciones-diplomaticas-con-china/>

⁵ Para junio del año 2023 las representaciones diplomáticas en Costa Rica, Dominica, Guyana, Honduras y Nicaragua no poseen cuenta de X, al igual que sus representantes.



Finalmente, para dar continuidad con la línea de la presente investigación, en la construcción de las categorías de análisis utilizadas en el estudio se hizo una combinación de ambas metodologías. Adicionalmente, de acuerdo con la data recolectada para los años 2022 y el primer semestre de 2023, esa construcción de categorías tuvo modificaciones respecto a los estudios realizados previamente, por lo que estas nuevas categorías también fueron aplicadas a los resultados consolidados para los años anteriores permitiendo realizar el análisis comparativo.

Para conocer la metodología usada para el desarrollo del informe haciendo click a este [enlace](#) 

Para una explicación acerca de la diplomacia digital y cómo entenderla en el marco de la diplomacia pública, y a su vez brindar una contextualización del desarrollo y características de la diplomacia pública de la RPCh, por favor referirse al [estudio del primer semestre de 2020](#).

NOTAS

** Para los fines de este reporte, toda mención de 'China' debe entenderse como referencia a la 'República Popular China'. Asimismo, cualquier uso de términos como 'chino' o 'china' se refiere específicamente a aspectos, individuos o elementos asociados con dicho país.*

** A lo largo de este reporte, cualquier mención o referencia a 'las cuentas' se entenderá como referida a las cuentas de X (anteriormente Twitter) de los representantes diplomáticos (cónsules y embajadores) y las representaciones diplomáticas (consulados y embajadas) de la República Popular China en América Latina y el Caribe. Esta definición aplica a menos que se especifique que se está refiriendo a cuentas distintas.*

⁴ El 25 de marzo de 2023, la República de Honduras rompe relaciones diplomáticas con Taiwán y establece relaciones diplomáticas con la República Popular China. Fundación Andrés Bello. (2023). Honduras establece relaciones diplomáticas con China. Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/noticias/honduras-%f0%9f%87%ad%f0%9f%87%b3/honduras-establece-relaciones-diplomaticas-con-china/>

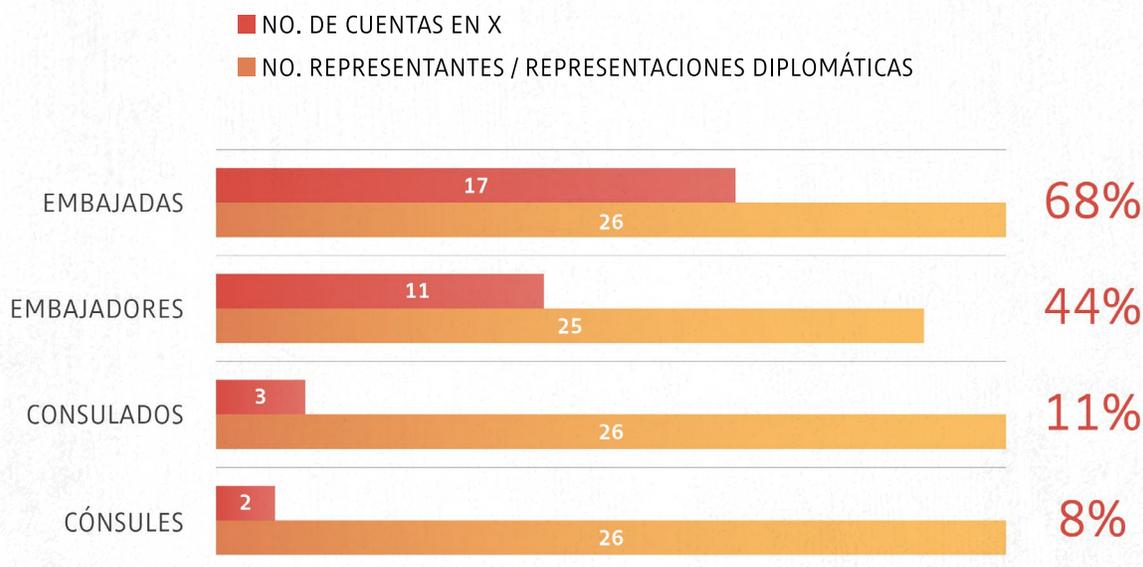
⁵ Para junio del año 2023 las representaciones diplomáticas en Costa Rica, Dominica, Guyana, Honduras y Nicaragua no poseen cuenta de X, al igual que sus representantes.



I. CUENTAS DE X DE LOS REPRESENTANTES Y REPRESENTACIONES DIPLOMÁTICAS DE LA RPCH EN ALC 2022 Y 2023-I

Para diciembre del año 2022, la RPCh contó con 25 embajadas y 26 consulados distribuidos entre los 33 países que conforman la Comunidad de Estados Latinoamericanos y del Caribe (CELAC). Durante el primer semestre del año 2023 la cantidad de representaciones diplomáticas es modificada por el establecimiento de relaciones entre la República de Honduras y China el 25 de marzo. Como se puede apreciar en la siguiente tabla, entre enero de 2022 y junio de 2023, tomando las representaciones diplomáticas, es decir embajadas y consulados, el 68% y el 11% poseen cuenta de X respectivamente. Así mismo, entre los representantes diplomáticos, siendo estos embajadores y cónsules, el 44% y el 8% tienen cuentas en X respectivamente.

Nº DE CUENTAS DE X DE LOS REPRESENTANTES Y LAS REPRESENTACIONES DIPLOMÁTICAS DE LA RPCH EN ALC A JUNIO DE 2023



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano.



Durante el año 2022 solo se creó la cuenta de la Embajada de China en Jamaica (@ChinaEmbJA) en el mes de junio, para un total de 33 cuentas activas para ese período. En el primer semestre de 2023 se crearon dos nuevas cuentas: @ZhangYang, cuenta del embajador en El Salvador, Zhang Yanhui, en el mes de enero; y @EmbChenLuning, cuenta del embajador en República Dominicana, Chen Luning, en el mes de marzo para un total de 34 cuentas para ese período.

De igual forma, también hay que mencionar las cuentas de X que ya no hacen parte del estudio dado que el representante ha dejado el cargo:

- **@WanmingYang:** Wanming Yang, Embajador de la RPCh en Brasil hasta marzo de 2022.
- **@oujianhong:** Ou Jianhong, Embajadora de la RPCh en El Salvador hasta diciembre de 2022.
- **@Li_Baorong y @EmbChinaVen:** Li Baorong, Embajador de la RPCh en Venezuela hasta marzo de 2023.

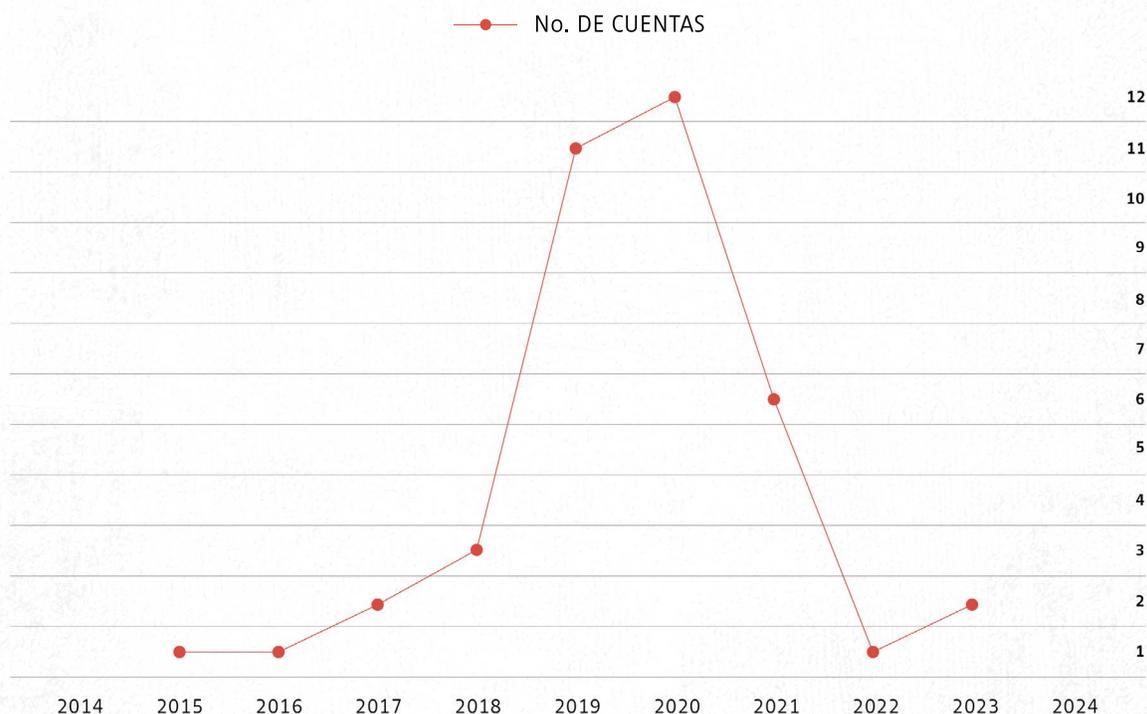


II.

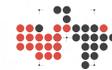
CREACIÓN DE CUENTAS

Como se muestra en la gráfica N° 1, la creación de cuentas de X por parte de las representaciones y los representantes diplomáticos chinos muestra una tendencia creciente entre los años 2019 y 2020 con un total de 23 cuentas creadas. Esta tendencia, como se evidenció en el estudio realizado para el año 2020, es un reflejo del marcado interés por parte de China en ampliar y fortalecer la digitalización de su diplomacia pública, así como de extender su alcance.

GRÁFICO NO. 1. NÚMERO DE CUENTAS CREADAS ENTRE LOS AÑOS 2020 A 2023 - I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de creación de las cuentas suministrados por Twitter Advanced Search.

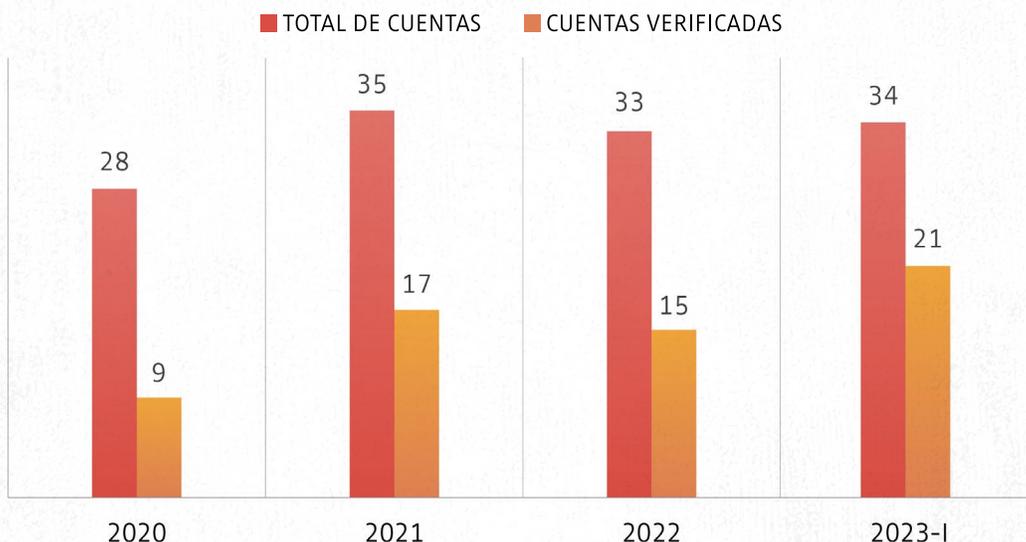


A partir del año 2021 empieza a disminuir el ritmo de creación de cuentas, con un total de 6 cuentas nuevas. Para los años 2022 y 2023-I (primer semestre), continúa la tendencia a la baja con un total de 3 cuentas nuevas para ambos períodos. Debe tenerse en cuenta que la urgencia manifiesta en el mejoramiento y protección de la imagen de China a nivel internacional, la cual se vio afectada negativamente por la pandemia de Covid-19, dejó de ser una prioridad. No obstante, si bien hay una disminución en el número de cuentas creadas, al ponerlo en contexto y compararlo con el total de cuentas activas para el final del período de estudio, se observa que la tendencia hacia un fortalecimiento de su diplomacia digital sigue vigente.

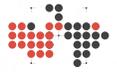
CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS DE VERIFICACIÓN X – IDENTIFICACIÓN DE LAS CUENTAS

Anteriormente la verificación de una cuenta de X, a través de la clásica insignia azul, permitía la confirmación de la autenticidad de esta y estaba supeditada solo a aquellas cuentas que fuesen de interés público y eran asignadas solo a solicitud del usuario de la cuenta. A partir del 9 de noviembre de 2022, la nueva red social X dejó de aceptar solicitudes de verificación según los criterios anteriores. No obstante, las cuentas que ya contaban con la insignia de verificación bajo estos estándares podrían conservarla. Ahora, de acuerdo con los nuevos criterios de verificación, las cuentas que deseen la verificación lo pueden hacer de forma paga al suscribirse al servicio XBlue⁶.

GRÁFICO NO. 2. CUENTAS VERIFICADAS



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de verificación de las cuentas suministrados por las nuevas políticas de verificación de X.



Como se puede apreciar en la gráfica anterior, entre el año 2020 y el primer semestre del año 2023, hay un aumento significativo en el número de cuentas verificadas. En el año 2020, de un total de 28 cuentas solo 9 están verificadas, representando un 33%. Para el año 2021 el incremento es importante porque se eleva el número de cuentas creadas, pasando de 28 a 35 y reportando en un 49% el total de cuentas verificadas. La tendencia se mantiene para el año 2022 con un 45% de cuentas verificadas. Y, culminando el período objeto de estudio tenemos el año 2023 con el dato más relevante para su primer semestre, pues del total de las 34 cuentas 21 de ellas, es decir el 62%, cuentan con la insignia azul.

Sin embargo, tres de las cuentas que poseían insignia de verificación bajo los antiguos estándares de Twitter, la han perdido para el primer semestre del 2023. Estas cuentas son: **@YXiucheng, del Embajador de la RPCh en Barbados, Yan Xiucheng; @WeiHongtian, del Embajador de la RPCh en Granada, Wei Hongtian; y, @ConsulChinaRJ, del Consulado General de la RPCh en Rio de Janeiro.** En ninguno de estos tres casos es claro el motivo por el cual la insignia de verificación les fue retirada.

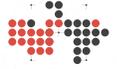
TIPOS DE INSIGNIAS DE VERIFICACIÓN

La plataforma X ha desarrollado un nuevo modelo para clasificar las verificaciones de las cuentas de acuerdo con tres colores. En primer lugar, las insignias de color azul que, como se explicó en el apartado anterior, las seguirán luciendo las cuentas verificadas bajo los parámetros previos a los cambios de noviembre 2022 o por la compra de esta mediante la suscripción al servicio XBlue. En segundo lugar, la insignia de color dorado, la cual, como se observa en sus directrices, indica que se trata de una cuenta comercial oficial en organizaciones verificadas por la plataforma de X. Finalmente, la insignia de verificación de color gris que identifica cuentas que pertenecen a entidades de gobierno o entidades multilaterales, así como sus funcionarios adscritos a estas⁷. De esta manera la antigua etiqueta gubernamental⁸ es retirada y reemplazada de alguna manera por la insignia de color gris.

GRÁFICO NO. 3. TIPO DE INSIGNIA DE LAS CUENTAS SEGÚN EL COLOR DE LA INSIGNIA A 2023 - I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de verificación de las cuentas suministrados por las nuevas políticas de verificación de X.



Como muestra la gráfica No. 3 tenemos que, de las 21 cuentas verificadas, 18 de estas, es decir el 86%, poseen la insignia de verificación gris; y 3 cuentas, el 14%, poseen insignia de color azul. Entre estas últimas destacamos que las cuentas con insignia de color azul dos pertenecen a representantes diplomáticos (@MahuiChina, Ma Hui, embajador de la RPCh en Cuba y @ZhangRun, Zhang Run, exembajador de la RPCh en República Dominicana y actual embajador en México); y una a la representación diplomática del Consulado General de la RPCh en São Paulo @CGChinaSP. Respecto a las cuentas con la insignia gris, encontramos que, de las 18 en total 16 de ellas pertenecen a representaciones diplomáticas de la RPCh en ALC y solo 2 a representantes diplomáticos, tal es el caso de la cuenta @embajadorcn_uy perteneciente a Wang Gang, embajador de la RPCh en Uruguay; y, la cuenta @EmbChinaVen perteneciente a Li Baorong, exembajador de la RPCh en Venezuela.

⁶ Al respecto ver Twitter. (2023). Cómo obtener la marca de verificación azul en X. Twitter. <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/about-x-verified-accounts>

⁷ Al respecto ver Twitter. (2023). Acerca de las etiquetas del perfil y las marcas de verificación en X. Twitter. <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/profile-labels>

⁸ Anteriormente, de acuerdo con las políticas de transparencia de la red social Twitter, el uso de la etiqueta gubernamental permitía brindar contexto sobre aquellas cuentas controladas por los gobiernos, medios con filiación estatal y las personas vinculadas con estas entidades. Fuente: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/state-affiliated-china>

⁹ El exembajador Li Baorong deja el cargo en Venezuela en marzo de 2023.

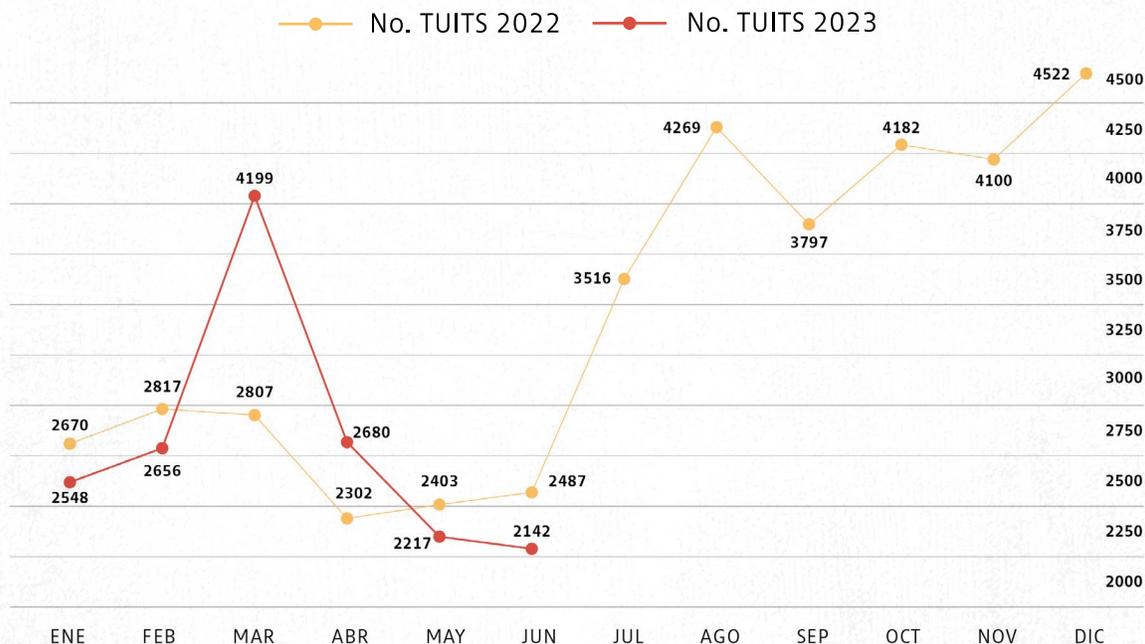


III.

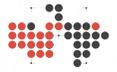
GRADO DE ACTIVIDAD DE LAS CUENTAS

Durante los primeros meses del año 2022 se observa que la actividad de las cuentas sigue una tendencia estable en comparación con el año anterior. Entre los meses de febrero y marzo se identifica un aumento en la actividad, la cual se sostiene entre ambos meses, correspondiendo a la inauguración de los **Juegos Olímpicos y Paraolímpicos de Beijing 2022**. Durante este tiempo, el contenido de las cuentas estuvo centrado en la promoción de China en materia de desarrollo, el fortalecimiento del multilateralismo a nivel internacional y el desarrollo de actividades y eventos deportivos. Adicionalmente, en febrero de 2022, la invasión de Rusia a Ucrania comienza a formar parte de las principales temáticas de las cuentas¹⁰. A partir del mes de junio, hay un repunte importante en la actividad de las cuentas enfocado en las actividades preliminares a la celebración de la cumbre del G20 a mediados del mes de noviembre en Bali, Indonesia¹¹.

GRÁFICO N° 4. ACTIVIDAD DE LAS CUENTAS ENTRE 2022 Y 2023 - I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.



Ahora bien, en el mes de agosto se da un pico en la actividad de las cuentas. Como indica la gráfica hay un total de 4269 tuits, los cuales casi en su totalidad versaron sobre el rechazo por parte del gobierno chino a la visita de la entonces presidenta de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos, Nancy Pelosi¹², a Taiwán el día 2 de agosto, declarándolo un acto provocador por la violación de la soberanía y la integridad territorial del país¹³. En los días previos en que se tuvo conocimiento de la intención de visita por parte de Pelosi, así como del momento en que llega a territorio taiwanés, todas las cuentas, al unísono y de manera reactiva, enfilaron todas sus interacciones en aras de condenar este hecho. Como se verá más adelante, en la descripción de las diferentes interacciones de las cuentas, este tema pondrá de manifiesto todas las características de la diplomacia pública china.

Durante los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2022 se observa un leve descenso en la actividad de las cuentas, pero esta se sigue manteniendo en un nivel alto. El mes de septiembre inicia con las reacciones por parte del gobierno chino frente al informe presentado por la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en el que expresa preocupación sobre los resultados en la evaluación de situaciones en materia de Derechos Humanos en la Región Autónoma de Xinjiang¹⁴. Como se observará más adelante, la dinámica de las cuentas seguirá siendo reactiva por la naturaleza de este tema. Durante este mes, aunque en menor proporción, y ya en una dinámica más proactiva, un tema que tendrá

relevancia hace referencia a las condolencias enviadas por el gobierno chino a la familia de la monarca y al pueblo del Reino Unido por el fallecimiento de la reina Isabel II. Para el mes de octubre el tema central será la celebración del XX Congreso del Partido Comunista Chino (PCCh) entre los días 16 a 22¹⁵. La tendencia en la actividad de las cuentas será bastante proactiva destacando los logros del PCCh, las enmiendas a los estatutos del partido y la confirmación de un tercer mandato para el presidente Xi Jinping. Finalmente, para el mes de noviembre, la actividad de las cuentas está relacionada con la promoción de quinta versión de la China International Import Expo – CIIE¹⁶ en Shanghái entre los días 5 y 10 de ese mes.

Para el mes de diciembre se observa de nuevo un repunte en la actividad de las cuentas. Varios temas inciden en la actividad de este período, como son la XV Cumbre Empresarial China – LAC desarrollada en Ecuador¹⁷; la Copa Mundial de Fútbol celebrada en Qatar, que aunque China no logró clasificar, varias de las representaciones y los representantes diplomáticos dieron alusión a este evento deportivo como otros espacios de carácter multilateral para generar lazos de solidaridad entre los países; la adopción del Marco Global para la Biodiversidad Biológica¹⁸ adoptado en la 15ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre Diversidad Biológica; y, el anuncio de relajación de la política “Cero Covid” en China¹⁹.

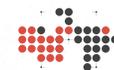
Para el año 2023, la actividad de las cuentas se mantuvo estable en comparación con los mismos meses del año anterior, remarcando para los meses de enero y febrero los avances frente a la reapertura

¹⁰ Hankin, L. y Chacón, R. (2023, 24 de febrero). Guerra en Ucrania en gráficos: cómo ha cambiado el conflicto desde el inicio de la invasión rusa hace un año. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-64681811>

¹¹ Group of 20 [G20]. (2022). G20 BALI LEADERS DECLARATION Bali, Indonesia, 15-16 November 2022. Group of 20 [G20]. https://www.g20.org/content/dam/gtwenty/gtwenty_new/about_g20/previous-summit-documents/2022-bali/G20%20Bali%20Leaders%27%20Declaration,%2015-16%20November%202022.pdf

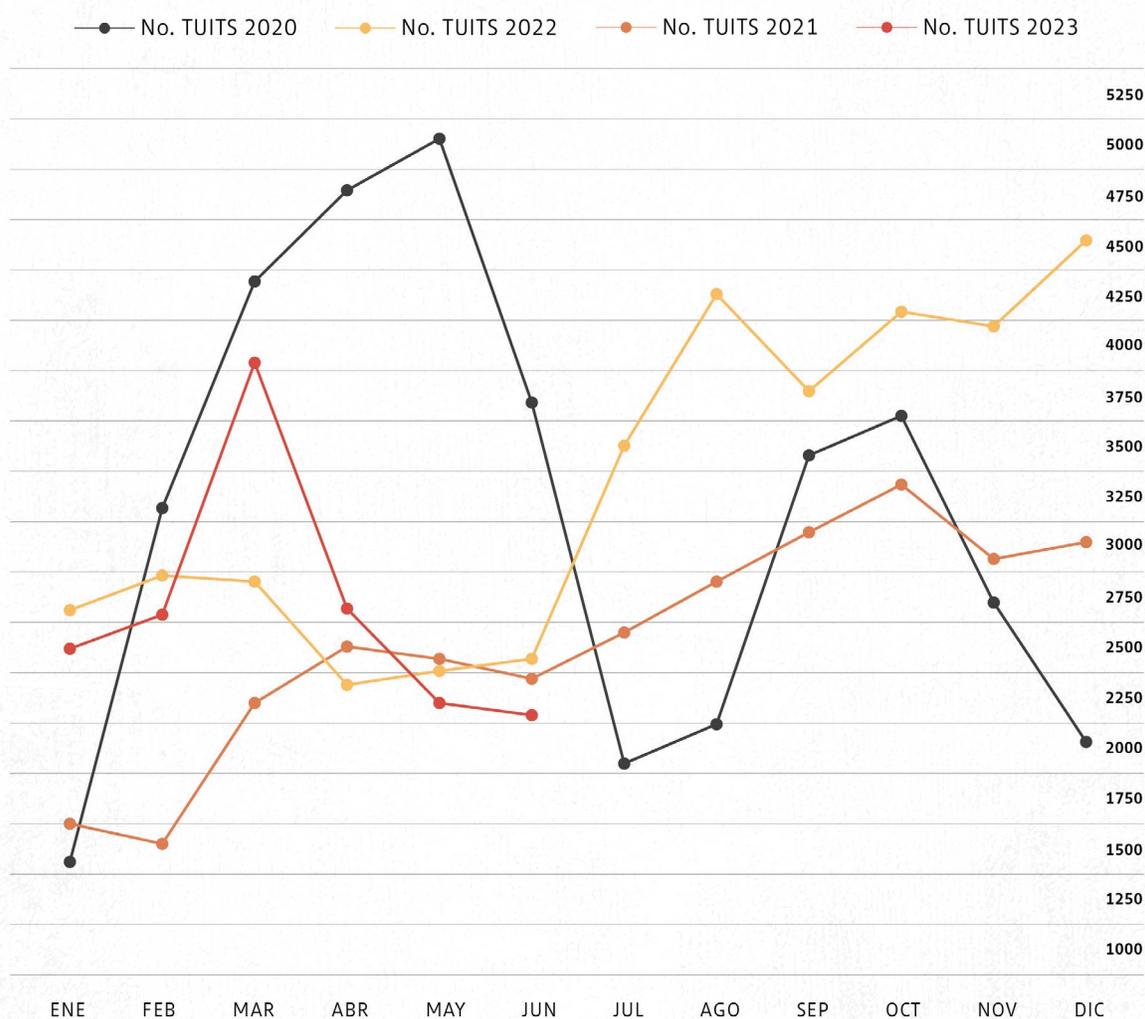
¹² Nancy Pelosi deja el cargo como presidenta de la Cámara de representantes de los Estados Unidos en octubre de 2023.

¹³ Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. (2022). Declaración del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. https://www.fmprc.gov.cn/esp/wjdt/gongbao/202208/t20220802_10732323.html

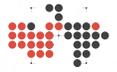


de fronteras en China, la reactivación de vuelos internacionales, así como la flexibilización de las políticas sanitarias frente a los contagios por Covid-19. Sin embargo, como se muestra en la gráfica N° 4, en el mes de marzo se da un pico en la actividad de todas las cuentas con un total de 4.199 tuits. La razón, el rompimiento de las relaciones diplomáticas con Taiwán por parte de la República de Honduras en pro de establecer relaciones oficiales con la RPCh. Tras el anuncio realizado el 25 de marzo por la Cancillería de Honduras²⁰, bajo instrucciones de la presidenta Xiomara Castro, todas las representaciones y los representantes diplomáticos chinas en la región se pronunciaron sobre el particular celebrando la decisión del país centroamericano.

GRÁFICO NO. 5. COMPARATIVA EN LA ACTIVIDAD DE LAS CUENTAS ENTRE LOS AÑOS 2020 Y 2023 - I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.



Como se observa en la gráfica N° 5, al examinar de manera comparada la actividad de las cuentas, se puede identificar el año 2020 como el año con el mayor y más extenso pico de actividad, sostenido entre los meses de enero y junio, debido al impacto generado por la emergencia sanitaria mundial por el virus Covid - 19 y la posterior declaratoria de pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud. Para este año el enfoque discursivo de las cuentas fue en su mayoría de carácter reactivo en virtud de la defensa frente a las diversas acusaciones en contra del gobierno chino por el origen y manejo del virus. En el año 2021, la actividad de las cuentas muestra un comportamiento más estable y equilibrado gracias a los avances en la contención de la pandemia, siendo el enfoque proactivo el predominante en el contenido de las cuentas, propiciando un mayor fortalecimiento de su diplomacia pública a través de la promoción del país a nivel internacional como un socio fuerte, cooperativo y solidario. Para el año 2022 y el primer semestre del 2023, la actividad de las cuentas sigue manteniendo esta tendencia en fortalecer su diplomacia pública de manera equilibrada, en la que se evidencia una mayor presencia del enfoque proactivo a lo largo del tiempo y la aparición del enfoque reactivo cuando las circunstancias así lo ameriten.

¹⁴ United Nations. (2022). OHCHR Assessment of human rights concerns in the Xinjiang Uyghur Autonomous Region, People 's Republic of China. United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. <https://www.ohchr.org/en/documents/country-reports/ohchr-assessment-human-rights-concerns-xinjiang-uyghur-autonomous-region>

¹⁵ Xinhua. (2022, 25 de octubre). Texto íntegro de informe al XX Congreso Nacional del Partido Comunista de China. Spanish.news.cn. <https://spanish.news.cn/20221025/7d0809b9796646939ad783414a4cee25/c.html>

¹⁶ China.org.cn. (2022). 5th China International Import Expo (CIEE). china.org.cn. http://www.china.org.cn/business/node_8033011.html

¹⁷ XV Cumbre Empresarial China-LAC. Xinhua. (2022, 15 de diciembre). Inauguran en Ecuador XV Cumbre Empresarial China-LAC 2022. Foro China-CELAC. http://www.chinacelacforum.org/esp/lttdt_2/202212/t20221215_10990795.html

¹⁸ Marco Global Biodiversidad Biológica Kunming – Montreal. United Nations Environment Programme. (2022, december 18). Convention on Biological Diversity [Conference]. Conference of the parties to the convention on biological diversity, Montreal, Canada. <https://www.cbd.int/doc/c/e6d3/cd1d/daf663719a03902a9b116c34/cop-15-1-25-en.pdf>

¹⁹ State Council of the People's Republic of China. (2022). China optimizes COVID-19 policies. English.gov.cn. https://english.www.gov.cn/statecouncil/ministries/202212/07/content_WS63909eb2c6d0a757729e4112.html

²⁰ Secretaría de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional – Gobierno de la República de Honduras. (23 de marzo, 2023). Comunicado: Honduras anuncia ruptura de relaciones diplomáticas con Taiwán. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://sreci.gob.hn/sites/default/files/COMUNICADO%252025%2520de%2520marzo%2520de%25202023.pdf>



IV.

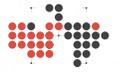
CUENTAS MÁS ACTIVAS: COMPARATIVA 2020 – 2023-I

Las cuentas más activas en el período de estudio son las correspondientes a los representantes diplomáticos. No obstante, como se explicó en el [informe para el año 2021](#), la notable excepción es el caso de la embajada en Brasil, @EmbaixadaChina, la cual tuvo una actividad de 3.702 tuits en 2020 mereciéndole el tercer lugar para ese año. Así mismo, para el 2022 y primer semestre del 2023 se encuentran en el quinto lugar las cuentas de las representaciones diplomáticas en Granada (@ChinaEmbGrenada) y en Jamaica (@ChinaEmbJA). Ambos casos obedecen a una tendencia creciente en la actividad de las cuentas de las embajadas más que a temas puntuales como lo fue el caso de la embajada en Brasil en el año 2020.

GRÁFICO NO. 6. TOP 5 DE LAS CUENTAS MÁS ACTIVAS 2020 – 2023-I

2020	NO. DE TUIITS	2021	NO. DE TUIITS
1 Li Baorong Embajador de la RPCh en Venezuela @Li_Baorong	9383	1 Wei Qiang Embajador de la RPCh en Panamá @weiasecas	3769
2 Wei Qiang Embajador de la RPCh en Panamá @weiasecas	7301	2 Yan Xiusheng Embajador de la RPCh en Barbados @Yxiusheng	3302
3 Embajada de la RPCh en Brasil @EmbaixadaChina	3702	3 Ma Hui Embajador de la RPCh en Cuba @MahuiChina	2429
4 Liu Quan Embajador de la RPCh en Surinam @AmbLiuQuan	3655	4 Zhang Run Embajador de la RPCh en República Dominicana @EmbZhangRun	1790
5 Zhang Run Embajador de la RPCh en República Dominicana @EmbZhangRun	2873	5 Wang Gang Embajador de la RPCh en Uruguay @embajadorcn_uy	1536
2022	NO. DE TUIITS	2023 - I	NO. DE TUIITS
1 Ma Hui Embajador de la RPCh en Cuba @MahuiChina	15598	1 Yan Xiusheng Embajador de la RPCh en Barbados @Yxiusheng	2020
2 Yan Xiusheng Embajador de la RPCh en Barbados @Yxiusheng	2325	2 Ma Hui Embajador de la RPCh en Cuba @MahuiChina	1781
3 Wei Qiang Embajador de la RPCh en Panamá @weiasecas	2216	3 Wang Jialei Consul de la RPCh en Bolivia @WangJialei4	1552
4 Wang Jialei Consul de la RPCh en Bolivia @WangJialei4	2059	4 Wei Qiang Embajador de la RPCh en Panamá @weiasecas	1044
5 Embajada de la RPCh en Granada @ChinaEmbGrenada	1482	5 Embajada de la RPCh en Jamaica @ChinaEmbJA	966

Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano.



Sobre la gran actividad de las cuentas de los representantes diplomáticos, cabe mencionar que, la personalidad del personal diplomático incide mucho en el tono en que se manejan sus cuentas. Es claro que en el contenido de los tuits de las cuentas de los embajadores puede identificarse de manera explícita las tendencias tanto proactiva como reactiva, de acuerdo con las temáticas que se estén abordando -lo que puede ser un poco más implícito en el caso de las representaciones diplomáticas-, pero la vehemencia y el tono más o menos combativo y/o provocador con la que se expongan dependerá mucho del talante del diplomático en cuestión.



V.

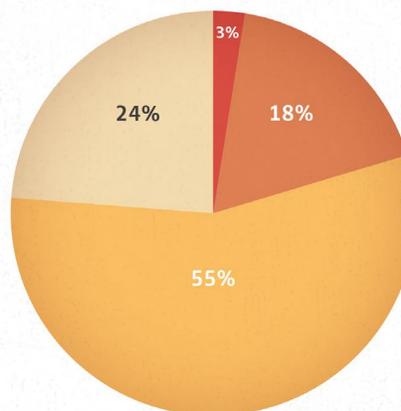
ELEMENTOS DISTINTIVOS DE LOS SEGUIDORES Y LAS CUENTAS SEGUIDAS ²¹

Como se aprecia en las siguientes gráficas, para el año 2022, 18 de las 33 cuentas (55%), tenían un rango de entre 1.001 y 10.000 seguidores. Esta cifra aumenta para el primer semestre de 2023 con un total de 21 de las 34 cuentas (62%). Igualmente sucede con el número de cuentas que poseen un rango de más de 10.000 seguidores; en el 2022 tenemos un total de 8 cuentas (24%) y en el 2023 – I un total de 7 cuentas (20%).

GRÁFICOS NO. 7 Y 8. RANGO EN EL NÚMERO DE SEGUIDORES 2022 Y 2023-I

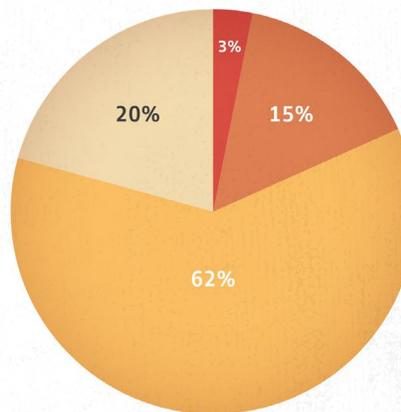
RANGO DE SEGUIDORES 2022

- 1 – 100: 1
- 101 – 1.000: 6
- 1.001 – 10.000: 18
- 10.001 – 100.000: 8

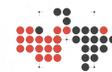


RANGO DE SEGUIDORES 2023-I

- 1 – 100: 1
- 101 – 1.000: 5
- 1.001 – 10.000: 21
- 10.001 – 100.000: 7

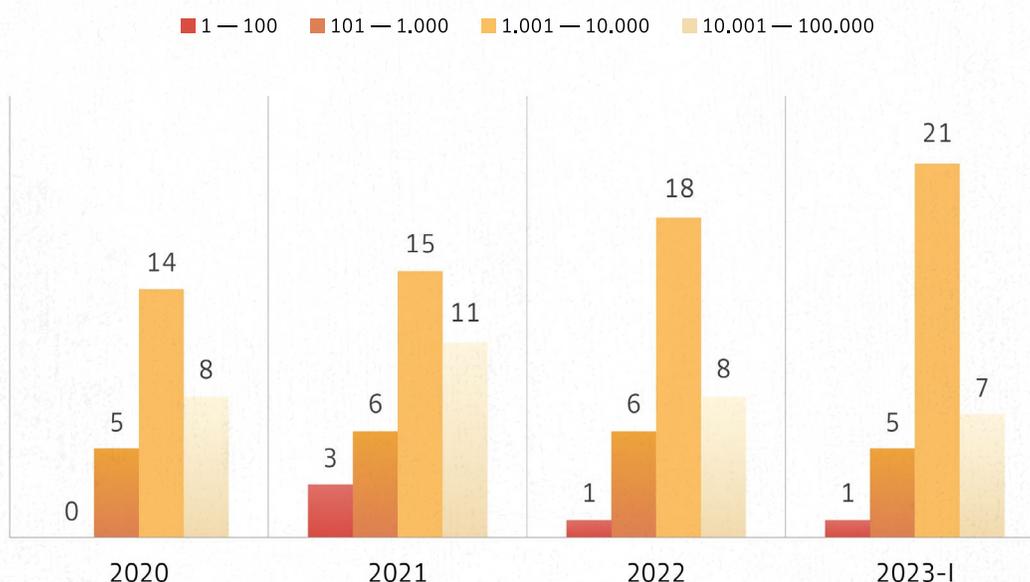


Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.



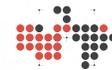
Al poner en contexto y comparar estas cifras respecto a los períodos anteriores, se evidencia un aumento sustancial en el número de seguidores de las cuentas. Como se muestra en la siguiente gráfica, el aumento del número de seguidores se acelera con el tiempo, una consecuencia de la creación de cuentas y el aumento de actividad de estas. De igual forma, responde al aumento en el carácter bidireccional de la comunicación entre muchas de las cuentas y el público extranjero, particularmente a través de las interacciones vía respuesta o mención de otros usuarios. Todo ello es un indicador del paulatino fortalecimiento de la diplomacia digital de la RPCh en la región. La tendencia se observa tanto en las cuentas de representaciones como de representantes diplomáticos.

GRÁFICO NO. 9. COMPARATIVA: RANGO EN EL NÚMERO DE SEGUIDORES DE LAS CUENTAS 2020 Y 2023-I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.

²¹ Las definiciones de las categorías aplicadas para la clasificación de los seguidores y las cuentas seguidas por los representantes y las representaciones diplomáticas de la RPCh en ALC, las cuales son las mismas para clasificar el tipo de cuentas con las que se presentan interacciones (retuits, respuestas y menciones) están disponibles en el apartado metodológico. Ver anexo Metodología.

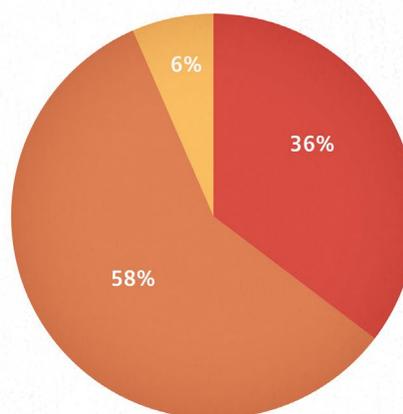


Respecto al número de cuentas seguidas, el volumen no es muy alto. Como se aprecia en las siguientes gráficas, para el año 2022, 31 de las 33 cuentas (94%) tenían un máximo de hasta 1.000 cuentas seguidas; y, en el primer semestre del año 2023, 32 de las 34 cuentas (94%) tenían un máximo de hasta 1.000 cuentas seguidas. Solo 2 cuentas en ambos períodos tienen más de 1.000 cuentas seguidas, representando en ambos casos el 6% del total.

GRÁFICOS NO. 10 Y 11. RANGO EN EL NÚMERO DE CUENTAS SEGUIDAS 2022 Y 2023 - I

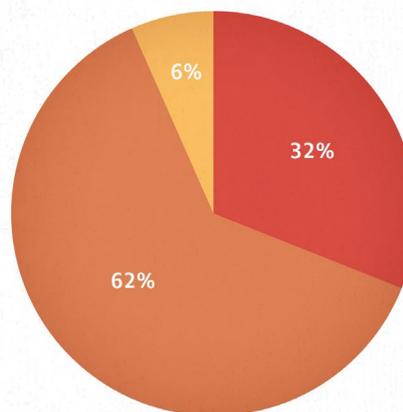
CUENTAS SEGUIDAS 2022

- 1 — 100: 12
- 101 — 1.000: 19
- 1.001 — 10.000: 2
- 10.001 — 100.000: 0



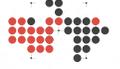
CUENTAS SEGUIDAS 2023-I

- 1 — 100: 11
- 101 — 1.000: 21
- 1.001 — 10.000: 2
- 10.001 — 100.000: 0

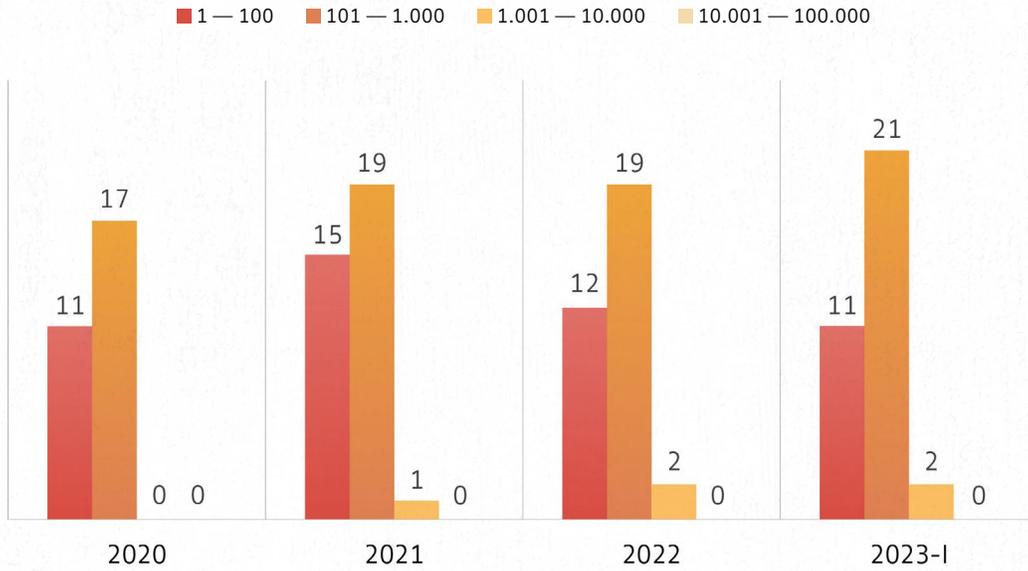


Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.

Como se evidencia en la siguiente gráfica, la dinámica ha sido estable en los cuatro períodos objeto de estudio, manteniendo el número de cuentas seguidas en los rangos descritos anteriormente.



GRÁFICOS NO. 12. COMPARATIVA: RANGO EN EL NÚMERO DE CUENTAS SEGUIDAS 2020 Y 2023-I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy hasta marzo 2023 y recolección manual.



VI.

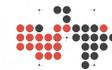
CARACTERÍSTICAS DE LAS CUENTAS SEGUIDAS Y DE LAS CUENTAS DE LOS SEGUIDORES 2020 – 2023-I

Las principales características de las cuentas seguidas por los representantes y las representaciones diplomáticas chinas concuerdan con las observadas en el estudio comparativo realizado para los años 2020 y 2021. En primer lugar, el mayor número de cuentas seguidas corresponden a las categorías de usuario “Gobierno RPCh” y “Medios de Comunicación y Sites de Promoción RPCh”²², lo que evidencia uno de los principales elementos de su política exterior: la guía estricta y precisa por parte del gobierno chino respecto al manejo y salvaguarda de su imagen a nivel internacional. En segundo lugar, se encuentra la categoría de “Gobiernos y Entidades Territoriales de ALC”. Ello indica la priorización de la comunicación con los gobiernos y oficiales de la región. En la tercera posición, encontramos la categoría “Organismos, Foros y Espacios Multilaterales”, como evidencia del fortalecimiento y defensa del multilateralismo. Finalmente, pero no menos importante, se encuentra la categoría “Medios de Comunicación Extranjeros”, bajo la cual se indica la importancia de conocer cuáles son los tipos de narrativas existentes sobre China a nivel internacional.

Para el caso de las cuentas de los seguidores, también se observan las mismas características del estudio comparativo 2020-2021. En primer lugar, el mayor número de seguidores corresponde a la categoría “Ciudadanos”, la cual hace referencia al público extranjero, principal objetivo de la diplomacia pública. Esto evidencia, no solo el interés en China del público local, sino que refuerza la condiciones para que esa comunicación sea fluida y fortalecida. En segundo lugar, siguen encontrándose tres tipos de categorías de usuario que son bastante particulares: “Ciudadano RPCh o Taiwán”, “Amplificador de Contenido” y “Bot”. Se requiere de una mayor investigación para poder determinar que estas cuentas hacen parte, no solo de dinámicas de *astroturfing*²³ – técnica de relaciones públicas basada en proyectar una imagen falsa de naturalidad y espontaneidad con el fin de ganar apoyo y ampliar difusión - como las documentadas dentro de China²⁴; sino también, que están relacionadas con una nueva tendencia denominada “Spamouflage”²⁵, la cual hace referencia a la identificación de una red de propaganda favorable a China que opera en diferentes redes sociales, entre ellas X²⁶.

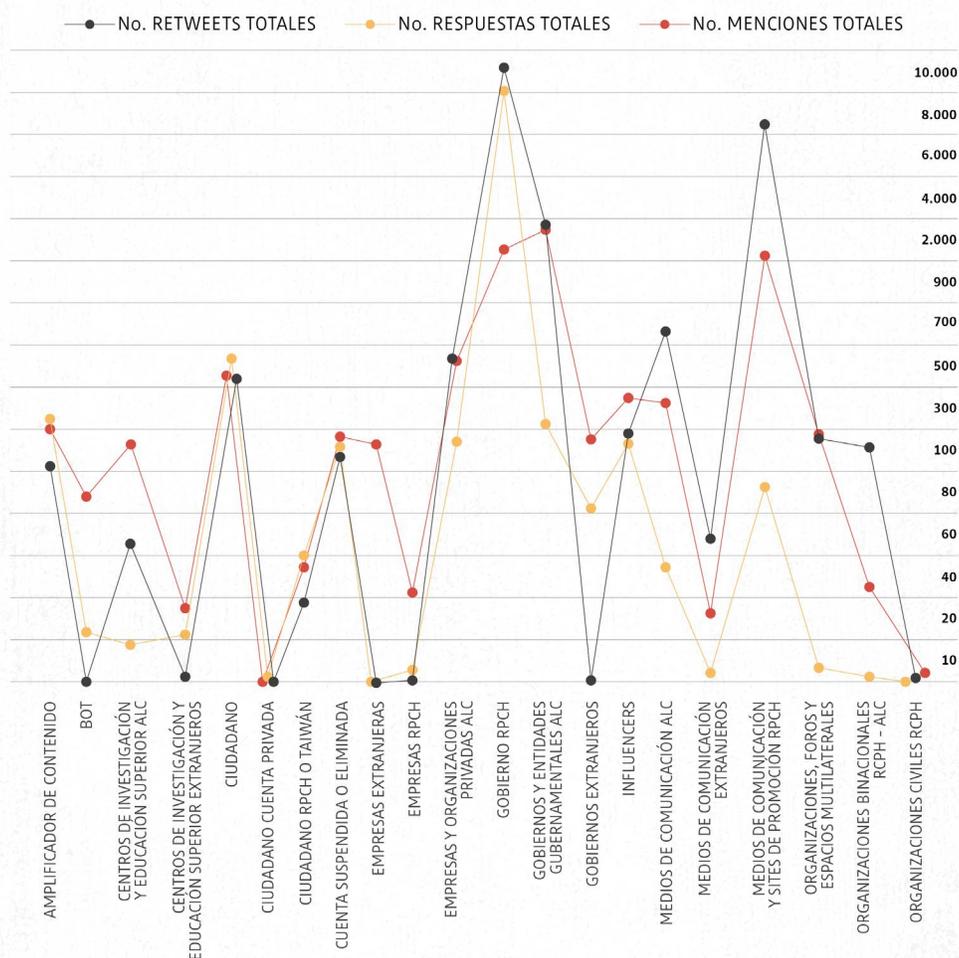
²² Recordemos que los medios de comunicación de la RPCh más importantes a nivel nacional e internacional son de propiedad estatal. China Global Televisión Network (CGTN) es propiedad de China Central Televisión (CCTV) empresa que depende directamente del Consejo de Estado de la República Popular de China. Xinhua es la agencia oficial de noticias del gobierno chino y depende directamente del Consejo de Estado de la República Popular de China. China Daily es el principal periódico de habla inglesa, es propiedad del Partido Comunista de China. China News Service es la segunda agencia de noticias más importante de China y propiedad del Partido Comunista Chino. Global Times News, es un periódico con una línea editorial un poco más laxa en relación con los lineamientos del gobierno de China y es propiedad del China Daily. (Micolta, 2022a)

²³ Ver: Jerry Zhang, Darrell Carpenter and Myung Ko. (2013). Online Astroturfing: A Theoretical Perspective. Proceedings of the Nineteenth Americas Conference of Information Systems. Chicago, Illinois. https://www.researchgate.net/profile/DarrellCarpenter/publication/286729041_Online_astroturfing_A_theoretical_perspective/links/56df195908ae979addef5103/Online-astroturfing-A-theoretical-perspective.pdf



Como se observa en el gráfico a continuación, existe una correlación entre las características de las cuentas de los seguidores y las cuentas seguidas por los representantes y las representaciones diplomáticas chinas. De igual forma, se pueden observar dinámicas de relacionamiento entre estas, ya sea a través de los retuits, respuestas y/o menciones, como se observará en los apartados siguientes.

GRÁFICOS NO. 13. INTERACCIONES DE LAS CUENTAS SEGÚN TIPO DE USUARIO 2020 – 2023-1



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

²⁴ Ver: Gary King, Jennifer Pan, and Margaret E. Roberts. (2017). How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument. *American Political Science Review*, 111(3), 484-501 y Han, Rongbin. (2015). Manufacturing Consent in Cyberspace: China's 'Fifty-Cent Army'. *Journal of Current Chinese Affairs*, 44(2), 105-34, entre otros.

²⁵ El término "Spamouflage" ha sido acuñado en los estudios realizados por la empresa Graphika, la cual mediante el empleo de IA realiza estudios sobre marketing digital y desinformación. Para mayor información visitar www.graphika.com

²⁶ Nimmo, B. et al. (2020). Return of the (Spamouflage) Dragon. Pro-Chinese Spam Network Tries Again. Graphika Information Operations. https://public-assets.graphika.com/reports/Graphika_Report_Spamouflage_Returns.pdf y - Nimmo, B. et al. (2021). Chinese Spam Network Finally Starts to Gain Some Traction. Graphika Spamouflage Breakout. https://public-assets.graphika.com/reports/graphika_report_spamouflage_breakout.pdf



VII.

INTERACCIONES Y DINÁMICAS DE RELACIONAMIENTO ENTRE CUENTAS ²⁷

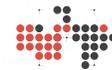
USUARIOS MÁS RETUITEADOS 2022 Y 2023-I

La principal categoría de usuarios con mayor número de retuits para el año 2022 es “Gobierno y entidades Gubernamentales ALC”, haciendo énfasis en la celebración de la instauración de relaciones diplomáticas con Honduras y Nicaragua. Dentro de las categorías de usuarios con mayor número de retuits le siguen “Gobierno RPCh” y “Medios de Comunicación y Sites de Promoción RPCh” – siendo estas categorías las principales en el primer semestre de 2023, manteniendo la tendencia de años anteriores.

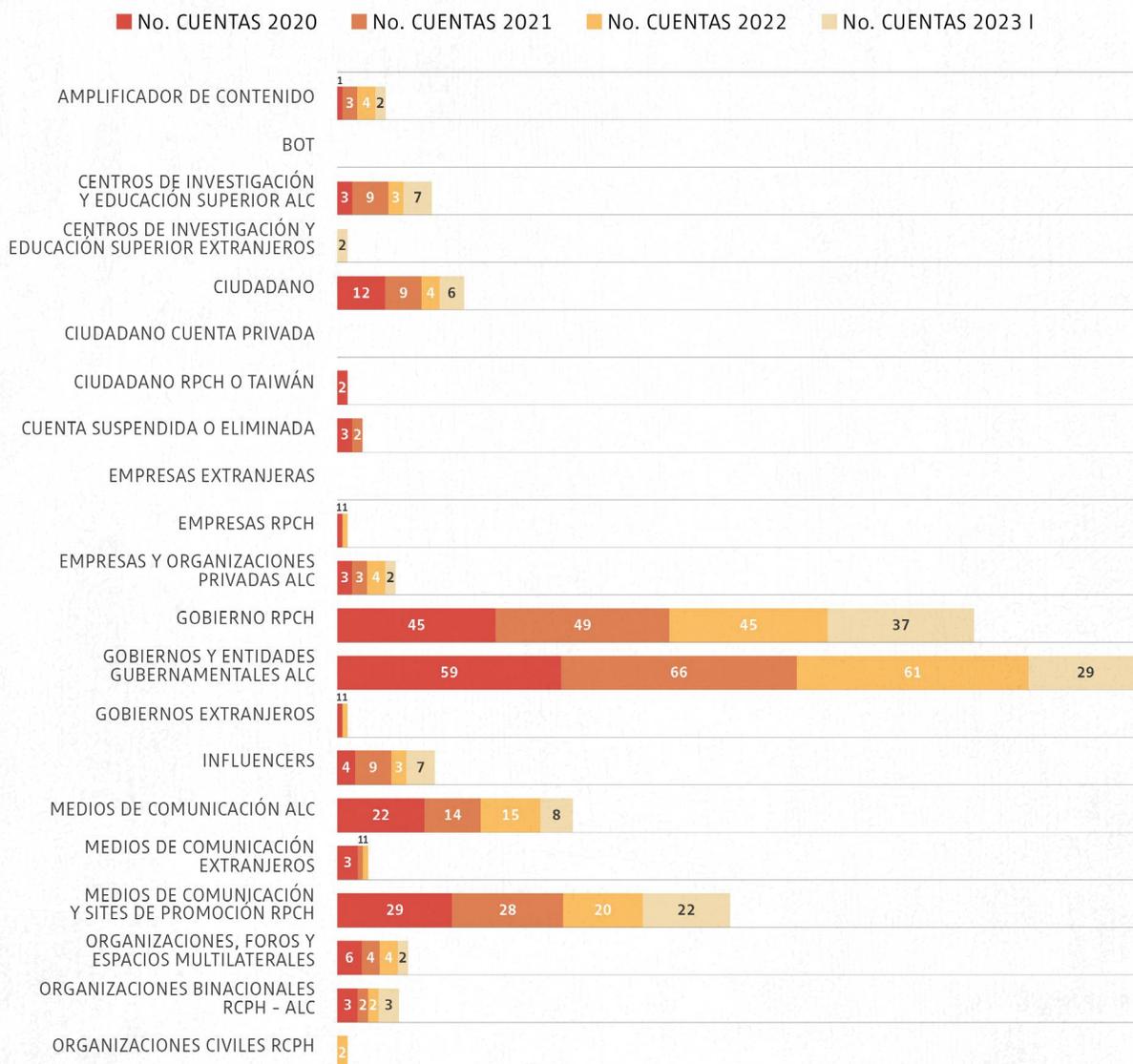
GRÁFICO NO. 14. NO. DE CUENTAS MÁS RETUITEADAS SEGÚN CATEGORÍA 2022 Y 2023-I

CATEGORÍA DE USUARIOS	No. CUENTAS 2022	No. CUENTAS 2023 I
AMPLIFICADOR DE CONTENIDO	4	2
BOT	0	0
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR ALC	3	7
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR EXTRANJEROS	0	2
CIUDADANO	4	6
CIUDADANO CUENTA PRIVADA	0	0
CIUDADANO RPCH O TAIWÁN	0	0
CUENTA SUSPENDIDA O ELIMINADA	0	0
EMPRESAS EXTRANJERAS	0	0
EMPRESAS RPCH	1	0
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PRIVADAS ALC	4	2
GOBIERNO RPCH	45	37
GOBIERNOS Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES ALC	61	29
GOBIERNOS EXTRANJEROS	1	0
INFLUENCERS	3	7
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALC	15	8
MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTRANJEROS	1	0
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SITES DE PROMOCIÓN RPCH	20	22
ORGANIZACIONES, FOROS Y ESPACIOS MULTILATERALES	4	2
ORGANIZACIONES BINACIONALES RCPH – ALC	2	3
ORGANIZACIONES CIVILES RCPH	2	0

Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

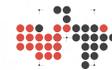


GRÁFICOS NO. 15. COMPARATIVA NO. DE CUENTAS MÁS RETUITEADAS SEGÚN CATEGORÍA 2020 – 2023-I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

²⁷ La creación de cuentas en redes sociales, las publicaciones y un número significativo de seguidores, no son elementos suficientes para una efectiva construcción de comunicación en red, y X no es la excepción. Es indispensable el uso de las diferentes opciones de interacción comunicativa con otras cuentas de usuarios. Actualmente, X conserva las interacciones que se manejaban en Twitter. Estas interacciones son: los retuits (RT), a través de los cuales se comparte una publicación original o tuit, y se usan para ampliar la difusión del mensaje original y en la mayoría de los casos mostrar respaldo. Las menciones (@nombredeusuario), las cuales permiten un "contacto directo" con otro usuario; y las etiquetas o hashtags (#palabras o frases), mediante los cuales se crea una red de comunicación sobre un tema determinado (Micolta, 2022a).



De manera comparada con los años anteriores, es claro que el mayor número de interacciones de las cuentas son los retuits, muy por encima del uso de otro tipo de interacciones como son las respuestas y las menciones. Así mismo, destaca que las principales categorías de usuarios con las que se interactúa son: “Gobierno RPC”; “Gobiernos y Entidades Gubernamentales ALC”; “Medios de Comunicación y Sites de Promoción RPCh”; y “Medios De Comunicación ALC”, lo que evidencia, como ya se ha mencionado, una constante amplificación de contenido.

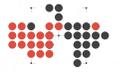
Es de destacar que para el año 2022 y primer semestre de 2023 se suman unas nuevas categorías de usuarios, estas son: “Centros de Investigación y Educación Superior Extranjeros”²⁸ y “Organizaciones Civiles RPCh”²⁹. Como se verá más adelante, estas categorías tienden a una mayor relevancia en los casos de menciones y respuestas.

TIPO DE USUARIOS CON MAYOR NÚMERO DE RESPUESTAS 2022 Y 2023-I

Para el año 2022, la categoría de usuario que se lleva el primer lugar es la “Ciudadano”. Como se puede ver en la siguiente gráfica, esto marca un punto de inflexión frente a los años anteriores, ya que la actividad comienza a darse de manera bidireccional en lugar de un dominio discursivo a través de “monólogos” entre las mismas fuentes oficiales. Sin embargo, sigue siendo evidente esta concentración discursiva al ocupar el segundo lugar con mayor número de respuestas la categoría de usuarios “Gobierno RPCh”.

GRÁFICO NO. 16. NO. DE CUENTAS CON MAYOR CANTIDAD DE RESPUESTAS SEGÚN CATEGORÍA 2022 - 2023-I

CATEGORÍA DE USUARIOS	No. CUENTAS 2022	No. CUENTAS 2023 I
AMPLIFICADOR DE CONTENIDO	16	3
BOT	0	0
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR ALC	2	2
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR EXTRANJEROS	2	0
CIUDADANO	59	22
CIUDADANO CUENTA PRIVADA	0	1
CIUDADANO RPCH O TAIWÁN	2	10
CUENTA SUSPENDIDA O ELIMINADA	0	0
EMPRESAS EXTRANJERAS	0	0
EMPRESAS RPCH	1	0



EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PRIVADAS ALC	4	2
GOBIERNO RPCH	35	32
GOBIERNOS Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES ALC	35	16
GOBIERNOS EXTRANJEROS	2	1
INFLUENCERS	5	4
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALC	3	2
MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTRANJEROS	0	0
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SITIOS DE PROMOCIÓN RPCH	7	4
ORGANIZACIONES, FOROS Y ESPACIOS MULTILATERALES	3	0
ORGANIZACIONES BINACIONALES RCPH - ALC	0	1
ORGANIZACIONES CIVILES RCPH	0	0

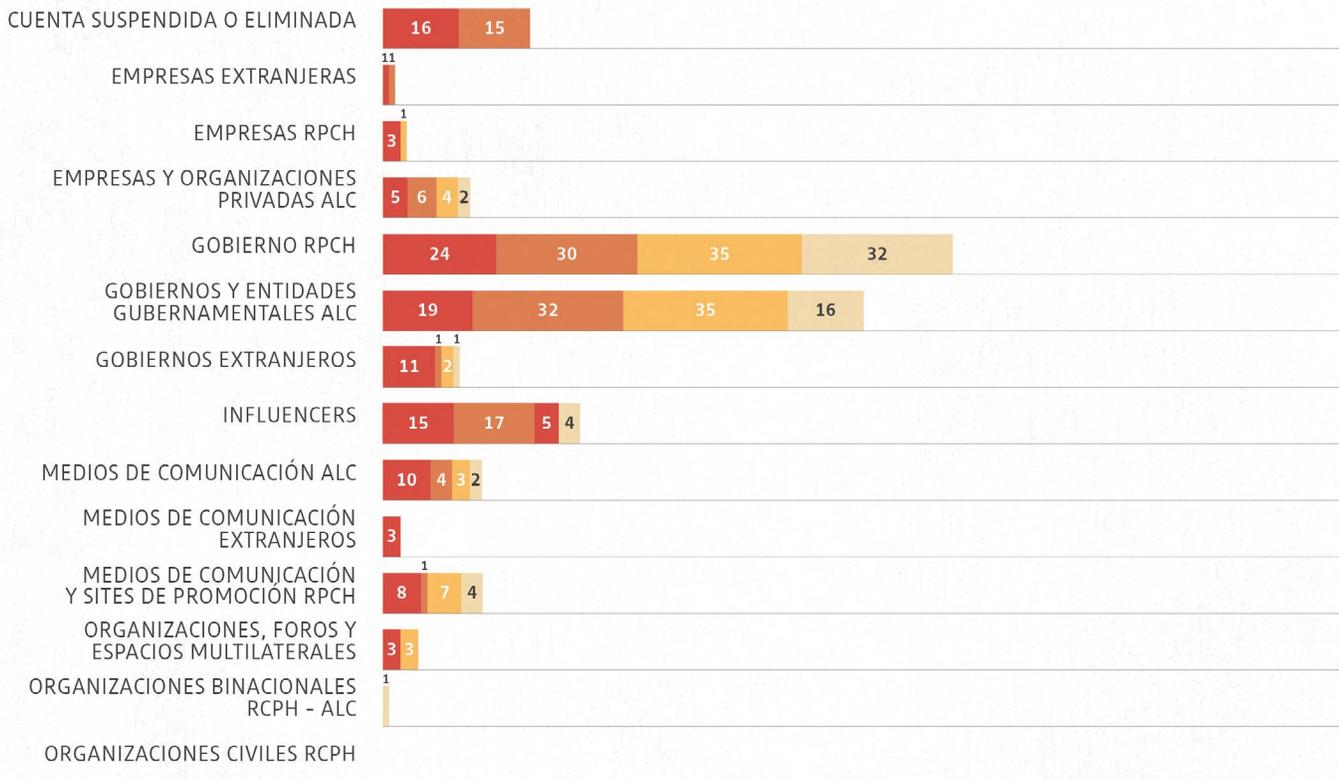
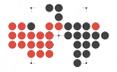
Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

GRÁFICOS NO. 17. NO. DE CUENTAS CON MAYOR CANTIDAD DE RESPUESTAS SEGÚN CATEGORÍA 2020 – 2023-I



²⁸ Corresponden a las cuentas de la aplicación X (antes Twitter) de los centros de investigación de carácter multidisciplinar y sin ánimo de lucro que promueven la investigación y el debate académico sobre diferentes temáticas, creados en diferentes países a los de América Latina y el Caribe, así como las de sus miembros y representantes. De igual manera se incorporan las cuentas de la aplicación X (antes Twitter) de los centros de educación superior, públicos y privados, de países diferentes a los de América Latina y el Caribe, así como las cuentas de sus miembros y representantes.

²⁹ Corresponden a las cuentas de la aplicación X (antes Twitter) de organizaciones creadas por miembros de la comunidad china de ultramar, conocida también como diáspora china, en los países de América Latina y el Caribe; así como las cuentas de sus representantes.

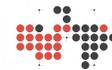


Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

Al examinar en conjunto los cuatro períodos de estudio, como se ilustra en la gráfica anterior, se observa un cambio significativo en la dinámica de comunicación. Mientras que en los años 2020 y 2021 predomina una comunicación unidireccional, a partir de 2022, la categoría de ‘Ciudadano’ gana mayor relevancia. Esto indica un aumento en el nivel de interacción con el público extranjero.

TIPO DE USUARIOS MÁS MENCIONADOS 2022 Y 2023-I

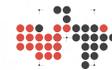
Destacando que el objetivo de las menciones es el involucrar a uno o varios usuarios dentro de una misma conversación sobre un tema específico y así amplificar su alcance, no es casualidad que la categoría de usuarios “Gobiernos y Entidades Gubernamentales ALC”, sea la que abandera el primer lugar, seguido por las categorías “Medios de Comunicación y Sites de Promoción RPCh” y “Gobierno RPCh”. Ello evidencia el continuo énfasis en la promoción de la imagen de China como un socio pacífico y confiable frente a las entidades oficiales de la región.



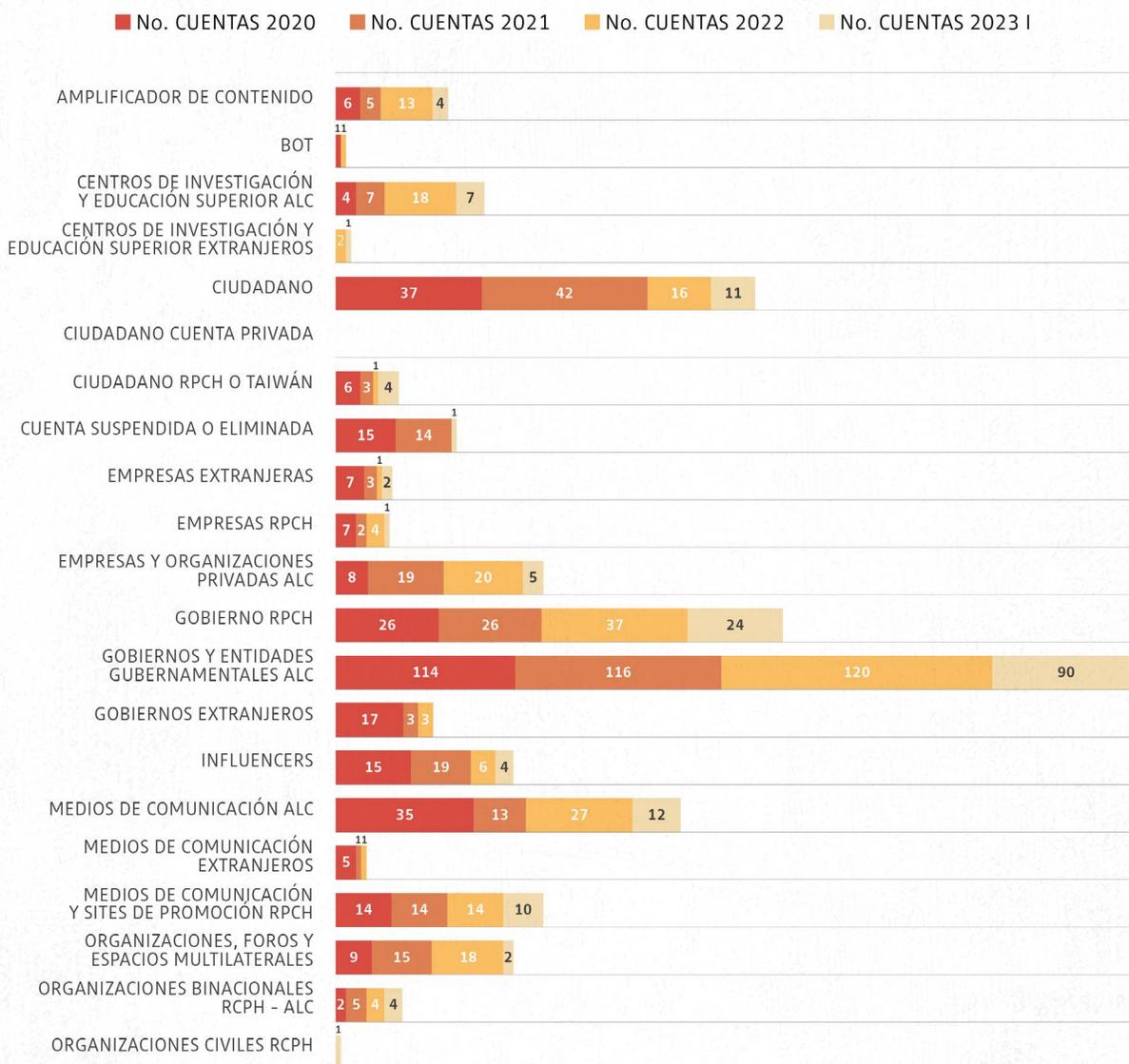
GRÁFICOS NO. 18. NO. DE CUENTAS CON MAYOR CANTIDAD DE MENCIONES SEGÚN CATEGORÍA 2022 - 2023-I

CATEGORÍA DE USUARIOS	No. CUENTAS 2022	No. CUENTAS 2023 I
AMPLIFICADOR DE CONTENIDO	13	4
BOT	1	0
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR ALC	18	7
CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR EXTRANJEROS	2	1
CIUDADANO	16	11
CIUDADANO CUENTA PRIVADA	0	0
CIUDADANO RPCH O TAIWÁN	1	4
CUENTA SUSPENDIDA O ELIMINADA	0	1
EMPRESAS EXTRANJERAS	1	2
EMPRESAS RPCH	4	1
EMPRESAS Y ORGANIZACIONES PRIVADAS ALC	20	5
GOBIERNO RPCH	37	24
GOBIERNOS Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES ALC	120	90
GOBIERNOS EXTRANJEROS	3	0
INFLUENCERS	6	4
MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALC	27	12
MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTRANJEROS	1	0
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SITIOS DE PROMOCIÓN RPCH	14	10
ORGANIZACIONES, FOROS Y ESPACIOS MULTILATERALES	18	2
ORGANIZACIONES BINACIONALES RCPH - ALC	4	4
ORGANIZACIONES CIVILES RCPH	0	1

Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.



GRÁFICOS NO. 19. NO. DE CUENTAS CON MAYOR CANTIDAD DE MENCIONES SEGÚN CATEGORÍA 2022 - 2023-I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

Para ver una descripción de las categorías de las cuentas de X analizadas, haga click en [este enlace](#).



HASHTAGS MÁS USADOS 2022 Y 2023-I

Teniendo presente que el objetivo de las etiquetas o hashtags es el de resaltar y amplificar el alcance de un tema determinado dentro de las interacciones en la plataforma, estas guardarán una estrecha relación con respecto a las tendencias observadas en el apartado de actividad de las cuentas.

Como se observa en la siguiente gráfica, las dos principales categorías en el uso de hashtags son “Gobierno RPCh” y “Promoción RPC”. La primera, aborda temas como la defensa del principio de una sola China tras la visita de la presidenta de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos, Nancy Pelosi en agosto de 2022; el 10º aniversario de la Iniciativa de la Franja y la Ruta en 2023; las celebraciones en ambos años de la Asamblea Popular Nacional y la Conferencia Consultiva Política del Pueblo Chino, conocidas ambas como las “Dos Sesiones”; el lanzamiento de la Iniciativa de Seguridad Global³⁰, en febrero de 2023, la cual propende por una gobernanza de la seguridad apoyada en las Naciones Unidas y con el propósito de prevenir la guerra, entre otros temas como las respectivas celebraciones del aniversario del Partido Comunista Chino (PCCh). Respecto a la segunda categoría, el grueso del tema fue la celebración de los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos de Beijing en 2022.

En igual orden le sigue la categoría “Relaciones Binacionales RPCh – ALC” en la que se mencionan, más que todo, las celebraciones del aniversario de las relaciones diplomáticas de China con varios países de la región. Así mismo, la categoría “Organismos Foros

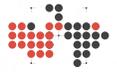
y Espacios Multilaterales” aluden el fortalecimiento e impulso de los BRICS y el desarrollo de deportivos como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Fútbol celebrada en Qatar, como renovados espacios para el fortalecimiento del multilateralismo.

A estas le siguen las categorías “Avances Tecnológicos RPC”, con la promoción de las misiones espaciales Shenzhou y la promoción de la tecnología G5; y “Solidaridad Internacional y Cooperación Sur – Sur”, en la que la guerra en Ucrania ha tenido un papel preponderante. Se destaca en esta última categoría el acuerdo entre la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – FLACSO y la República Popular China³¹ para la cooperación académica y diplomacia del conocimiento, así como la admisión del país asiático como Estado Observador.

Finalmente, tenemos la categoría “EE.UU.”, en la que se aborda de nuevo el tema de la visita de Nancy Pelosi a Taiwán y se agrega la temática del Fentanilo por las acusaciones de los Estados Unidos contra China respecto a su responsabilidad frente a su producción. Le sigue la categoría “Medio Ambiente y Biodiversidad” en la que se aborda la celebración de la Conferencia de la ONU sobre Biodiversidad y la adopción del Marco Global para la Biodiversidad Biológica. La categoría “Covid – 19” pasa a un último lugar, aunque sigue abordando temas relacionados con investigaciones recientes sobre el virus, así como las experiencias positivas tras la superación de la pandemia.

³⁰ MFA News. (2023, february 21). The Global Security Initiative Concept Paper. Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China. https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjbxw/202302/t20230221_11028348.html#:~:text=Chinese%20President%20Xi%20Jinping%20has,with%20a%20win%20Dwin%20mindset

³¹ China-FLACSO. (2023). People's Republic of China as FLACSO's Observer State. FLACSO General Secretariat. <http://cu.china-embassy.gov.cn/yw/zgyw/202302/P020230227818912557957.pdf>



GRÁFICOS NO. 20. CATEGORÍAS DE HASHTAGS MÁS USADOS 2022 – 2023-I

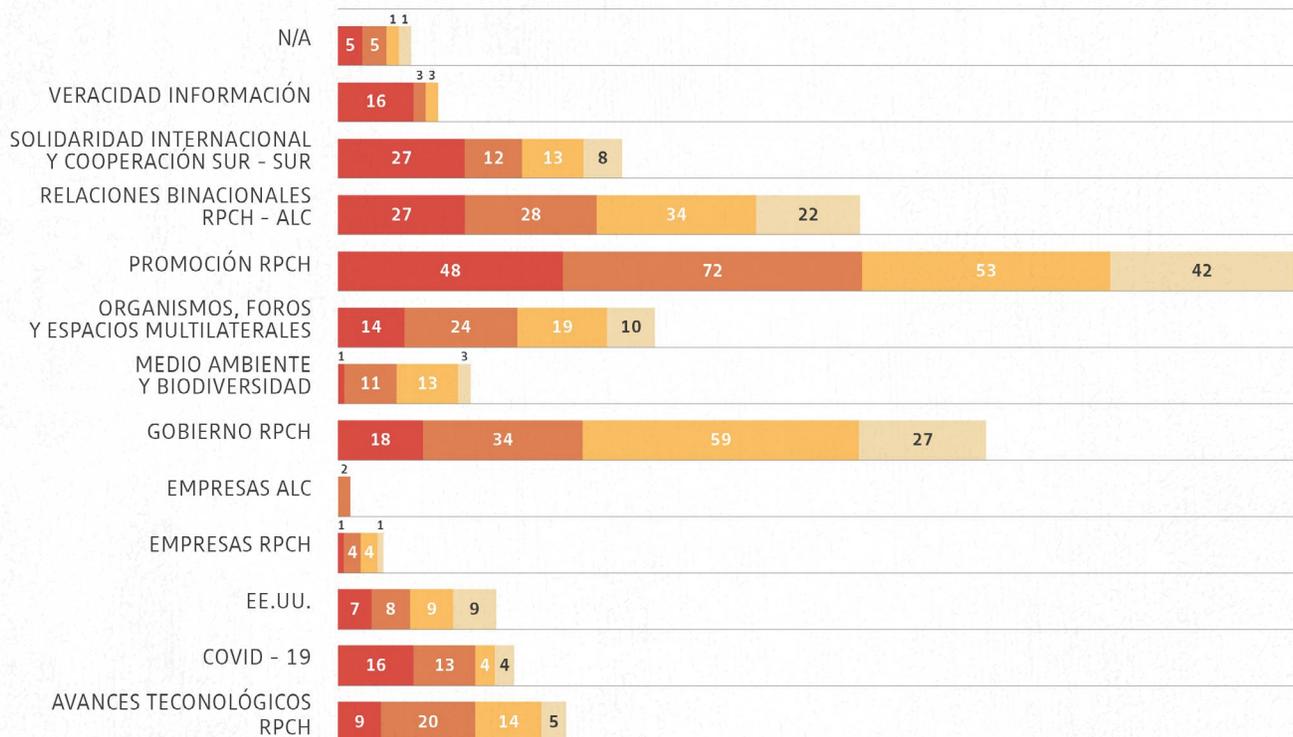
HASHTAGS POR CATEGORÍA	USO 2022	USO 2023 I
N/A	1	1
VERACIDAD INFORMACIÓN	3	3
SOLIDARIDAD INTERNACIONAL Y COOPERACIÓN SUR - SUR	13	8
RELACIONES BINACIONALES RPCH - ALC	34	22
PROMOCIÓN RPCH	53	42
ORGANISMOS, FOROS Y ESPACIOS MULTILATERALES	19	10
MEDIO AMBIENTE Y BIODIVERSIDAD	13	3
GOBIERNO RPCH	59	27
EMPRESAS ALC	0	0
EMPRESAS RPCH	4	1
EE.UU.	9	9
COVID - 19	4	4
AVANCES TECNOLÓGICOS RPCH	14	5

Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

Al examinar en contexto y comparar en los diferentes períodos de estudio respecto a las categorías de los hashtags usados (gráfica N° 20), la categoría “Covid – 19” es la que más cambia durante los cuatro períodos, pasando del primer lugar en el año 2020 al último lugar para el primer semestre 2023. Al igual que las temáticas de las categorías “Gobierno RPCh” y “EE.UU.”, el tema del Covid compartió por igual una mayor tendencia hacia la reactividad en el discurso por parte de las cuentas, orientada a la protección y defensa de la imagen de China tanto a nivel doméstico como internacional. Por su parte, las categorías “Promoción RPCh”, “Organismos Foros y Espacios Multilaterales”, “Solidaridad internacional y Cooperación Sur – Sur”; “Medio Ambiente y Biodiversidad”, y “Relaciones Binacionales RPCh – ALC” estuvieron marcadas por una tendencia proactiva, orientada a reforzar el papel de China como un socio cooperativo, pacífico y confiable.



GRÁFICOS NO. 21. CATEGORÍAS DE HASHTAGS MÁS USADOS 2020 – 2023-I



Fuente: Fundación Andrés Bello - Centro de Investigación Chino Latinoamericano con datos de actividad de las cuentas suministrados por Twitonomy y recolección manual hasta junio 2023.

Para ver una descripción de las categorías de las cuentas de X analizadas, haga click en [este enlace](#).



VIII.

CONCLUSIONES

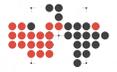
El análisis comparativo del contenido de las cuentas entre el año 2020 y el primer semestre del año 2023 evidencia el fortalecimiento de la digitalización de la diplomacia pública china frente a ALC. De igual manera se hace extensiva la confirmación de la hipótesis inicial del estudio sobre la incidencia de la pandemia por Covid – 19 en dicho fortalecimiento.

Así mismo, a través del análisis de la actividad de las cuentas y su contenido discursivo, se pudieron constatar los dos elementos característicos de la diplomacia pública de la RPCh y que enmarcan los principales lineamientos de su política exterior: (1) la tendencia reactiva en estrecha correlación con los picos de actividad, orientada a la protección y defensa de la imagen de China tanto a nivel doméstico como internacional, y (2) la tendencia proactiva, identificada como la más sostenida en el tiempo orientada a reforzar el papel de China como un socio solidario, cooperativo, pacífico y confiable a nivel global.

Sobre lo anterior, cabe resaltar también lo que ha quedado en evidencia, tanto en este estudio como en los anteriores, que el principal lineamiento de la diplomacia pública china es la protección, defensa e impulso de su imagen a nivel internacional. Así mismo, el análisis de contenido de cada una de las cuentas y las dinámicas halladas en el tipo de interacciones a través de retuits, respuestas y menciones, muestran el seguimiento de esa guía precisa por parte del gobierno chino respecto a la proyección de su imagen enfocada en el principio de contar bien las historias de China.

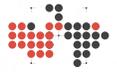
En cuanto a la comunicación con el público extranjero, principal objetivo de la diplomacia pública, se pudo observar cómo a través del tiempo fue cambiando la dinámica por parte de las cuentas de los representantes y las representaciones diplomáticas. En un inicio, para los años 2020 y 2021, se privilegiaba el mantenimiento del control discursivo sobre la imagen de China a nivel internacional marcando un carácter unidireccional en la comunicación. No obstante, para los años 2022 y primer semestre 2023, empieza a evidenciarse una mayor comunicación a través del diálogo con el público extranjero. De igual manera se evidencia el fortalecimiento de la diplomacia digital a través de un mayor y mejor uso de las tecnologías digitales en favor de su diplomacia pública.

Es importante resaltar que el nivel de participación de las cuentas de X de la RPCh en ALC sigue siendo minúsculo en comparación con el de otros países extrarregionales, especialmente Estados Unidos. A modo de comparación, a enero de 2024, las cuentas de X de la Embajada de Estados Unidos en Colombia y Brasil



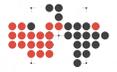
tienen 285,4 mil y 111,9 mil seguidores, respectivamente. Este informe debe leerse como una guía de las narrativas e intereses oficiales de la República Popular China en América Latina y el Caribe, no como una medida de influencia.

Finalmente, es importante dar continuidad al análisis de la diplomacia digital de la RPCh en ALC a través del desarrollo de trabajos empíricos que profundicen cada vez más en las dinámicas comunicacionales entre ambos. Ello permitirá, no solo una mayor comprensión de los intereses y las características de la política exterior china expresadas a través de su diplomacia pública, sino, también, observar y comprender las dinámicas relacionales que caracterizan los vínculos de China con cada uno de los países de la región.

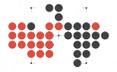


REFERENCIAS

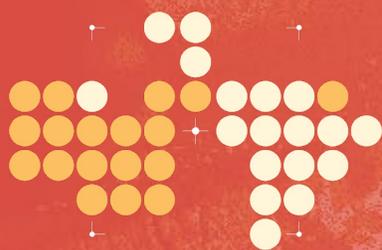
- China.org.cn. (2022). 5th China International Import Expo (CIIE). China.org.cn. http://www.china.org.cn/business/node_8033011.html
- China-FLACSO. (2023). People's Republic of China as FLACSO's Observer State. FLACSO General Secretariat. <http://cu.china-embassy.gov.cn/yw/zgyw/202302/P020230227818912557957.pdf>
- Fundación Andrés Bello. (2023). Honduras establece relaciones diplomáticas con China. Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/noticias/honduras-%f0%9f%87%ad%f0%9f%87%b3/honduras-establece-relaciones-diplomaticas-con-china/>
- Gary King, Jennifer Pan, and Margaret E. Roberts. (2017). How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument. *American Political Science Review*, 111(3), 484-501
- Group of 20 [G20]. (2022). G20 BALI LEADERS DECLARATION Bali, Indonesia, 15-16 November 2022. Group of 20 [G20]. https://www.g20.org/content/dam/gtwenty/gtwenty_new/about_g20/previous-summit-documents/2022-bali/G20%20Bali%20Leaders%27%20Declaration,%2015-16%20November%202022.pdf
- Han, Rongbin. (2015). Manufacturing Consent in Cyberspace: China's 'Fifty-Cent Army'. *Journal of Current Chinese Affairs*, 44(2), 105–34.
- Hankin, L. y Chacón, R. (2023, 24 de febrero). Guerra en Ucrania en gráficos: cómo ha cambiado el conflicto desde el inicio de la invasión rusa hace un año. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-64681811>
- Jerry Zhang, Darrell Carpenter and Myung Ko. (2013). Online Astroturfing: A Theoretical Perspective. *Proceedings of the Nineteenth Americas Conference of Information Systems*. Chicago, Illinois. https://www.researchgate.net/profile/DarrellCarpenter/publication/286729041_Online_astroturfing_A_theoretical_perspective/links/56df195908ae979addef5103/Online-astroturfing-A-theoretical-perspective.pdf



- MFA News. (2023, february 21). The Global Security Initiative Concept Paper. Ministry of Foreign Affairs of the People’s Republic of China. https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/wjbxw/202302/t20230221_11028348.html#:~:text=Chinese%20President%20Xi%20Jinping%20has,with%20a%20win%2Dwin%20mindset
- Micolta, M. (2022, 3 de marzo). 2020: Un año decisivo para la diplomacia digital de la República Popular China en América Latina y el Caribe. Centro de Investigación Chino latinoamericano Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/investigacion/2020-un-ano-decisivo-para-la-diplomacia-digital-de-la-republica-popular-china-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Micolta, M. (2022, 21 de junio). 2021: Hacia un equilibrio en la diplomacia digital de la República Popular China en América Latina y el Caribe. Centro de Investigación Chino latinoamericano Fundación Andrés Bello. <https://fundacionandresbello.org/investigacion/2021-hacia-un-equilibrio-en-la-diplomacia-digital-de-la-republica-popular-china-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. (2022). Declaración del Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China. https://www.fmprc.gov.cn/esp/wjdt/gongbao/202208/t20220802_10732323.html
- Nimmo, B. et al. (2020). Return of the (Spamouflage) Dragon. Pro-Chinese Spam Network Tries Again. Graphika Information Operations. https://public-assets.graphika.com/reports/Graphika_Report_Spamouflage>Returns.pdf
- Nimmo, B. et al. (2021). Chinese Spam Network Finally Starts to Gain Some Traction. Graphika Spamouflage Breakout. https://public-assets.graphika.com/reports/graphika_report_spamouflage_breakout.pdf
- Secretaría de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional – Gobierno de la República de Honduras. (23 de marzo, 2023). Comunicado: Honduras anuncia ruptura de relaciones diplomáticas con Taiwán. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://sreci.gob.hn/sites/default/files/COMUNICADO%252025%2520de%2520marzo%2520de%25202023.pdf>
- State Council of the People’s Republic of China. (2022). China optimizes COVID-19 policies. English.gov.cn. https://english.www.gov.cn/statecouncil/ministries/202212/07/content_WS63909eb2c6d0a757729e4112.html



- Twitter. (2023a). Cómo obtener la marca de verificación azul en X. Twitter. <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/about-x-verified-accounts>
- Twitter. (2023b). Acerca de las etiquetas del perfil y las marcas de verificación en X. Twitter. <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/profile-labels>
- Twitonomy. (2023). Twitter #analytics and much more... Twitonomy. <https://www.twitonomy.com/>
- Xinhua. (2022, 25 de octubre). Texto íntegro de informe al XX Congreso Nacional del Partido Comunista de China. Spanish.news.cn. <https://spanish.news.cn/20221025/7d0809b9796646939ad783414a4cee25/c.html>
- Xinhua. (2022, 15 de diciembre). Inauguran en Ecuador XV Cumbre Empresarial China-LAC 2022. Foro China-CELAC. http://www.chinacelacforum.org/esp/!tdt_2/202212/t20221215_10990795.htm
- United Nations. (2022). OHCHR Assessment of human rights concerns in the Xinjiang Uyghur Autonomous Region, People 's Republic of China. United Nations Human Rights Office of the High Commissioner. <https://www.ohchr.org/en/documents/country-reports/ohchr-assessment-human-rights-concerns-xinjiang-uyghur-autonomous-region>
- United Nations Environment Programme. (2022, december 18). Convention on Biological Diversity [Conference]. Conference of the parties to the convention on biological diversity, Montreal, Canada. <https://www.cbd.int/doc/c/e6d3/cd1d/daf663719a03902a9b116c34/cop-15-1-25-en.pdf>



**FUNDACIÓN
ANDRÉS BELLO**
CENTRO DE INVESTIGACIÓN
CHINO LATINOAMERICANO