

## Diplomacia digital y poder blando en contextos algorítmicos: plataformas, narrativas y disputas de influencia global

### *Digital diplomacy and soft power in algorithmic contexts: platforms, narratives, and global influence competition*

Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz<sup>1</sup> , Rodrigo Gutiérrez Rébora<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Derecho. Lima, Perú.

<sup>2</sup>Investigador independiente. Lima, Perú.

#### RESUMEN

Este artículo analiza la reconfiguración del poder blando estatal en un ecosistema digital regido por algoritmos y plataformas privadas. Se estudia el impacto de TikTok, Douyin y los creadores de contenido en la diplomacia pública contemporánea, evaluando su influencia en la proyección de narrativas nacionales y en la percepción global de los Estados. Se aplica una metodología cualitativa con enfoque comparativo, sustentada en análisis documental, revisión de literatura especializada y estudios de caso, complementada con tablas de datos empíricos sobre segmentación algorítmica, consumo digital y contenido distribuido. Los resultados evidencian una transformación estructural en la diplomacia cultural, en la que la visibilidad simbólica se encuentra mediada por infraestructuras tecnológicas que jerarquizan discursos según lógicas comerciales o ideológicas. La investigación concluye que los Estados deben desarrollar estrategias de diplomacia digital adaptadas a las reglas de gobernanza algorítmica, a fin de preservar su autonomía narrativa y disputar espacios de influencia en un entorno global competitivo.

**Palabras clave:** diplomacia digital; comunicación internacional; tecnologías de la información; redes sociales; influencia cultural; gobernanza del internet

#### ABSTRACT


This article analyses the reconfiguration of state soft power within a digital ecosystem governed by algorithms and private platforms. It examines the impact of TikTok, Douyin, and content creators on contemporary public diplomacy, focusing on their role in projecting national narratives and shaping global perceptions of states. A qualitative methodology is employed, using a comparative approach grounded in documentary analysis, specialised literature review, and case studies. These are complemented by empirical data tables addressing algorithmic segmentation, digital consumption, and content distribution. The findings reveal a structural transformation in cultural diplomacy, where symbolic visibility is mediated by technological infrastructures that prioritise discourse based on commercial or ideological criteria. The study concludes that states must design digital diplomacy strategies aligned with algorithmic governance frameworks in order to preserve narrative autonomy and compete effectively for influence in a globalised digital environment.

**Keywords:** digital diplomacy; international communication; information technologies; social networks; cultural influence; internet governance


#### Cómo citar/How to cite:


Sánchez Chumpitaz, D. S., & Gutiérrez Rébora, R. (2026). Diplomacia digital y poder blando en contextos algorítmicos: plataformas, narrativas y disputas de influencia global. *Revista científica en ciencias sociales*, 8, e8791. [10.53732/rccsociales/e8791](https://doi.org/10.53732/rccsociales/e8791)

#### Editor Responsable:

Chap Kau Kwan Chung   
Universidad del Pacífico. Dirección de Investigación. Asunción, Paraguay  
Email: [wendy.kwan@upacifico.edu.py](mailto:wendy.kwan@upacifico.edu.py)

#### Revisores:

Myrna Ruiz Díaz   
Universidad del Pacífico. Dirección de Investigación. Asunción, Paraguay  
Email: [myrna.ruizdiaz@upacifico.edu.py](mailto:myrna.ruizdiaz@upacifico.edu.py)

Paola Dos Santos González   
Universidad Iberoamericana. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas. Asunción, Paraguay  
Email: [dossantos.paola@gmail.com](mailto:dossantos.paola@gmail.com)

**Fecha de recepción:** 22/05/2025

**Fecha de revisión:** 15/06/2025

**Fecha de aceptación:** 19/12/2025

#### Autor correspondiente:

Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz  
E-mail: [diego.sanchezc@usil.pe](mailto:diego.sanchezc@usil.pe)

## INTRODUCCIÓN

El siglo XXI ha reconfigurado profundamente la diplomacia internacional, marcada por la digitalización y la centralidad de los algoritmos en la gestión del flujo informativo. La construcción del *poder blando*<sup>1</sup> ya no se limita a las estructuras estatales tradicionales: se despliega en un ecosistema digital donde plataformas como TikTok y su contraparte china Douyin (抖音) se posicionan como mediadores culturales globales. Estas plataformas no se limitan a amplificar narrativas, sino que actúan como filtros algorítmicos que jerarquizan contenidos, determinando qué visiones del mundo adquieren visibilidad internacional (Gao, 2023).

Douyin, bajo supervisión del Partido Comunista Chino (PCCh), funciona como una herramienta de consolidación ideológica, al garantizar que el contenido difundido sea coherente con los lineamientos del aparato estatal (Creemers, 2018). Esta segmentación algorítmica, lejos de limitarse a criterios técnicos, obedece a una lógica geopolítica orientada a reforzar dos conceptos fundamentales promovidos por el presidente Xi Jinping: *shùzì zhǔquán* (数字主权, soberanía digital)<sup>2</sup> y *wénhuà zìxìn* (文化自信, confianza cultural)<sup>3</sup>. El primero alude a la capacidad del Estado para ejercer control soberano sobre su entorno digital, mientras que el segundo implica la afirmación de una identidad cultural propia frente a valores externos. En este marco, Douyin asegura la estabilidad del discurso interno, mientras TikTok, operando bajo dinámicas de mercado internacionales, permite la expansión global de la presencia cultural de la República Popular China (RPC), incluso en contextos donde enfrenta restricciones por parte de gobiernos occidentales (Wu & Yang, 2017). Este modelo estratégico, centrado en el uso instrumental de plataformas digitales, encuentra un contrapunto en el caso de Corea del Sur, cuya política de diplomacia cultural digital se articula en torno al *Hallyu*<sup>4</sup>, entendido como la difusión internacional de su cultura popular mediante expresiones como la música, el cine y la televisión. Esta proyección, apoyada por el Estado, pero operada en gran medida desde el sector privado, ha convertido a figuras como BTS en actores informales de la diplomacia pública, legitimando una identidad nacional capaz de insertarse orgánicamente en el sistema internacional sin necesidad de supervisión gubernamental directa (Nguyen, 2021).

A diferencia de los modelos estructurados de Asia Oriental, América Latina evidencia una estrategia digital fragmentada y sin articulación institucional clara. Diversos creadores de contenido, como *videoblogueros* de viajes<sup>5</sup>, divulgadores gastronómicos y promotores culturales, han logrado posicionar narrativas sobre identidad y territorio en el espacio digital global. Sin embargo, su alcance sigue condicionado por la lógica de visibilidad impuesta por algoritmos diseñados fuera de la región, lo que limita su proyección sostenida y dificulta la construcción de una estrategia de poder blando regional coherente (Mozur et al., 2019). Esta dependencia tecnológica plantea interrogantes sobre la soberanía narrativa y los márgenes reales de actuación de los Estados latinoamericanos en un ecosistema informativo controlado

<sup>1</sup> El término *poder blando* (en inglés *soft power*), acuñado por Joseph Nye, es la capacidad de un Estado para influir en otros a través de la atracción cultural, los valores compartidos y la legitimidad política, sin recurrir a la coacción. Se basa en el reconocimiento y la adhesión generados en el ámbito internacional (Nye, 1990, 2004, 2011).

<sup>2</sup> *Shùzì zhǔquán* (数字主权) alude al control soberano que ejerce un Estado sobre su entorno digital, abarcando la infraestructura tecnológica, el acceso a datos y la regulación de plataformas.

<sup>3</sup> *Wénhuà zìxìn* (文化自信) hace referencia a la confianza en la propia identidad cultural, promoviendo valores y narrativas nacionales frente a influencias externas.

<sup>4</sup> El *Hallyu* es la difusión internacional de la cultura popular surcoreana, promovida por el Estado a través de la música, la televisión y el entretenimiento digital. Ha reforzado el poder blando de Corea del Sur mediante plataformas como YouTube y TikTok (Jin et al., 2021).

<sup>5</sup> Se entiende por *videobloguero de viajes* (del inglés *travel vlogger*) al creador de contenido digital que documenta, narra y difunde experiencias turísticas o culturales mediante plataformas como YouTube o TikTok. Su capacidad para generar tendencias, visibilidad territorial y recomendaciones de destino los ha convertido en actores informales con influencia creciente en los ámbitos de la promoción turística y la diplomacia cultural.

por plataformas privadas cuyas prioridades responden a intereses ajenos (Aguirre y Erlandsen, 2022).

Desde esta perspectiva, la viralización de un video puede superar en impacto comunicacional a campañas institucionales, redefiniendo el rol del Estado en la producción de imagen internacional (Barredo Arrieta et al., 2020). Este artículo examina la influencia de TikTok, Douyin y los creadores de contenido en la redefinición del poder blando contemporáneo. A partir de un estudio comparativo de los modelos chino, surcoreano y latinoamericano, se analizan las tensiones entre narrativas ciudadanas y estrategias estatales, proponiendo rutas posibles para fortalecer la diplomacia digital regional frente a las dinámicas de una era algorítmica.

## DESARROLLO

### Diplomacia Cultural y Poder Blando en la Era Digital

La transformación del poder blando en el siglo XXI ha estado profundamente influida por la expansión de las plataformas digitales, que han alterado los mecanismos tradicionales de diplomacia cultural y las estrategias de influencia global. La circulación de valores e identidades nacionales, antes gestionada mediante iniciativas estatales o acuerdos bilaterales, hoy está determinada por arquitecturas algorítmicas que amplifican ciertos discursos y reducen la visibilidad de otros. En este nuevo escenario, los Estados compiten con actores no estatales, como empresas tecnológicas y creadores de contenido, por la configuración de sus respectivas imágenes en el sistema internacional (Wang, 2006).

El modelo de la RPC representa un enfoque estructurado de diplomacia cultural digital, basado en una gobernanza tecnológica que permite proyectar una narrativa nacional coherente. El control estatal sobre las plataformas asegura que el discurso cultural sea funcional a los objetivos estratégicos de la RPC, mientras la expansión de su ecosistema digital refuerza su presencia en la competencia global por la influencia simbólica (Fitzgerald et al., 2022).

En contraste, la República de Corea ha posicionado el *Hallyu* como un eje central de su diplomacia pública. La internacionalización de su industria cultural, impulsada por la difusión masiva de productos audiovisuales, ha fortalecido la imagen del país y contribuido a la construcción de alianzas estratégicas. Figuras como la banda musical surcoreana BTS han participado en foros multilaterales, consolidando la percepción de Corea del Sur como potencia cultural. A diferencia del caso chino, este modelo ha promovido una apropiación orgánica por parte de audiencias internacionales mediante plataformas como YouTube, TikTok e Instagram, sin mecanismos de supervisión estatal directa (Nguyen, 2021).

En el caso latinoamericano, la diplomacia cultural digital carece de una planificación institucional estructurada. La mayor parte de los contenidos que circulan en el entorno digital han sido impulsados por iniciativas individuales de creadores, *videoblogueros* de viajes o promotores de identidad gastronómica. Sin embargo, su impacto sigue restringido por factores externos. Los algoritmos, diseñados fuera de la región, condicionan la visibilidad del contenido, y la ausencia de políticas públicas limita el alcance de una estrategia regional de poder blando (Sevin & Inghoff, 2018).

En los datos contenidos en la tabla 1 se sintetizan los principales modelos de diplomacia cultural digital, diferenciando las estrategias según el grado de intervención estatal, el peso de la industria cultural y el protagonismo de los actores independientes.

**Tabla 1.** Modelos de diplomacia cultural digital en el siglo XXI

País/Región	Estrategia de diplomacia cultural	Actores principales	Plataformas clave
República Popular China	Regulación estatal y control de plataformas	Gobierno, empresas tecnológicas	Douyin, WeChat, Weibo
República de Corea	Expansión del <i>Hallyu</i> mediante la industria cultural	Industria del entretenimiento, sector privado	YouTube, Instagram, TikTok
América Latina	Representación fragmentada a través de creadores de contenido	Travel vloggers, influencers gastronómicos	TikTok, YouTube, Instagram

Fuente: Elaboración propia con base en Fitzgerald et al. (2022); Nguyen (2021); Ingenhoff et al. (2021); Bi et al. (2021)

La tabla anterior permite observar que el modelo chino prioriza la regulación del contenido digital para proyectar una imagen nacional uniforme, evitando la circulación de discursos divergentes con sus intereses estratégicos. Corea del Sur ha optado por comercializar su producción cultural como recurso diplomático, facilitando la circulación global de su identidad nacional sin recurrir a controles estrictos. En contraposición, América Latina enfrenta dificultades para consolidar una estrategia regional coordinada en el ecosistema digital.

Los principales desafíos que enfrenta cada modelo, en función de la regulación estatal, las barreras de acceso y la sostenibilidad en el tiempo, se detallan en la tabla 2.

**Tabla 2.** Desafíos en la diplomacia cultural digital

País/Región	Regulación y control estatal	Barreras de acceso	Sostenibilidad a largo plazo
República Poluar China	Censura y control centralizado	Limitación de acceso a plataformas extranjeras	Expansión de su ecosistema digital
República de Corea	Dependencia de la industria cultural privada	Excesiva comercialización del contenido cultural	Creciente diversificación del <i>Hallyu</i>
América Latina	Falta de coordinación entre gobiernos y creadores de contenido	Algoritmos que limitan la difusión de contenido regional	Ausencia de políticas públicas en diplomacia digital

Fuente: Elaboración propia con base en Wang (2006); Sevin & Ingenhoff (2018); Jia & Li (2020)

El análisis de los datos presentados en la tabla 3 permite afirmar que la eficacia de las estrategias de diplomacia cultural digital no se encuentra determinada únicamente por el volumen de usuarios o la difusión viral de los contenidos, sino por la percepción que estos generan en las audiencias internacionales y su capacidad para incidir en la formulación de políticas públicas. Aunque la RPC alcanza el mayor número de visualizaciones anuales, su modelo de supervisión estatal ha condicionado negativamente la recepción del contenido en ciertos mercados. Corea del Sur, por su parte, ha consolidado una imagen favorable mediante la expansión del *Hallyu*, aceptado en diversos contextos culturales sin generar tensiones significativas. América Latina, pese a su crecimiento digital sostenido, continúa enfrentando limitaciones debido a la ausencia de una estrategia articulada que fortalezca su incidencia global.

**Tabla 3.** Impacto cuantitativo de la diplomacia cultural digital

País/Región	Alcance global (millones de vistas/año)	Percepción positiva (%)	Influencia en políticas públicas (%)
República Popular China	1 200 millones (TikTok, Douyin)	73	65
República de Corea	850 millones (YouTube, TikTok)	81	45
América Latina	450 millones (Instagram, TikTok)	62	35

Fuente: Elaboración propia con base en Nguyen (2021); Jia & Li (2020); Bi et al. (2021)

Los resultados obtenidos permiten observar que la eficacia de las estrategias de diplomacia cultural digital está vinculada a factores como la legitimidad percibida por las audiencias, la consistencia del discurso cultural proyectado y su alineación con los intereses de política exterior. La manera en que los Estados gestionan su narrativa pública y adaptan sus mensajes a los formatos digitales influye directamente en el posicionamiento simbólico alcanzado. Estas variables resultan determinantes para comprender el impacto de cada modelo en términos de reconocimiento internacional y capacidad de influencia (Nguyen, 2021; Jia & Li, 2020; Bi et al., 2021).

En este escenario, la sostenibilidad de las estrategias analizadas dependerá de la habilidad de los Estados para adaptarse a las reglas de gobernanza algorítmica y a los criterios de visibilidad establecidos por las plataformas digitales. Los modelos revisados evidencian lógicas diferenciadas, con fortalezas y desafíos propios que configuran sus posibilidades de consolidación en el entorno global. La competencia por la hegemonía simbólica en el ámbito internacional ya no se determina por la simple generación de contenido, sino por las condiciones que rigen su circulación, su recepción entre audiencias diversas y su potencial para influir en el comportamiento político y cultural de otros actores.

### TikTok y Douyin: estrategias de Poder Blando en disputa

La consolidación de plataformas como TikTok y Douyin ha transformado los canales tradicionales mediante los cuales los Estados proyectan su poder blando. La competencia por la influencia cultural se ha trasladado a un entorno digital donde la visibilidad de los contenidos depende de arquitecturas algorítmicas que jerarquizan la circulación informativa. En este contexto, ambas plataformas, desarrolladas por la empresa ByteDance (字节跳动, *Zìjié Tiàodòng*)<sup>6</sup>, configuran un modelo dual de diplomacia digital sustentado en la segmentación de audiencias y en el control de la narrativa pública. TikTok, en su versión internacional, opera como un instrumento de proyección cultural destinado a maximizar el alcance y la permanencia del usuario a través de contenidos recreativos. Douyin, en cambio, funciona bajo un esquema normativo supervisado por el Estado, alineado con los objetivos de cohesión ideológica promovidos por el PCCh (Gao, 2023; W. Wang et al., 2020).

Las diferencias entre ambas plataformas también se manifiestan en el volumen de usuarios y en los patrones de uso. Como se observa en la tabla 4, TikTok alcanza los 1 200 millones de usuarios activos mensuales y registra un promedio diario de uso de 95 minutos, lo que refleja su amplio alcance global y su capacidad de retención. Douyin, por su parte, cuenta con 750 millones de usuarios y un tiempo medio de uso diario de 52 minutos. Esta brecha no puede desvincularse del régimen de regulación que estructura el entorno digital chino, donde las restricciones normativas influyen sobre la intensidad del consumo y la circulación de contenidos.

**Tabla 4.** Comparación de usuarios y tiempo de uso

Plataforma	Usuarios activos mensuales (millones)	Tiempo promedio de uso diario (minutos)
<i>TikTok</i>	1 200	95
<i>Douyin</i>	750	52

Fuente: Elaboración propia con datos de Gao (2023), McQueenie et al. (2024) y Wang et al. (2020)

La comparación se amplía al analizar la distribución temática de los contenidos que dominan en cada plataforma. En la Tabla 5 se aprecia que TikTok privilegia el entretenimiento (65%) como eje central de su estrategia de difusión, seguido por contenido comercial (20%) y educativo (12%). La presencia de propaganda estatal es marginal (3%). Douyin, en contraste,

<sup>6</sup> *ByteDance* es una empresa tecnológica fundada en el año 2012 en Pekín, especializada en el desarrollo de plataformas basadas en inteligencia artificial. Es la compañía matriz de TikTok y Douyin, y una de las principales firmas globales en el sector de contenidos digitales, con presencia en más de 150 países y operaciones multilingües.

destina una mayor proporción al contenido educativo (25%) y al alineado con el discurso oficial (15%), reduciendo el peso del entretenimiento y la publicidad. Esta segmentación evidencia que cada plataforma responde a objetivos funcionales distintos: TikTok busca optimizar la atención mediante contenidos virales, mientras Douyin actúa como instrumento de cohesión social dentro del modelo comunicacional chino.

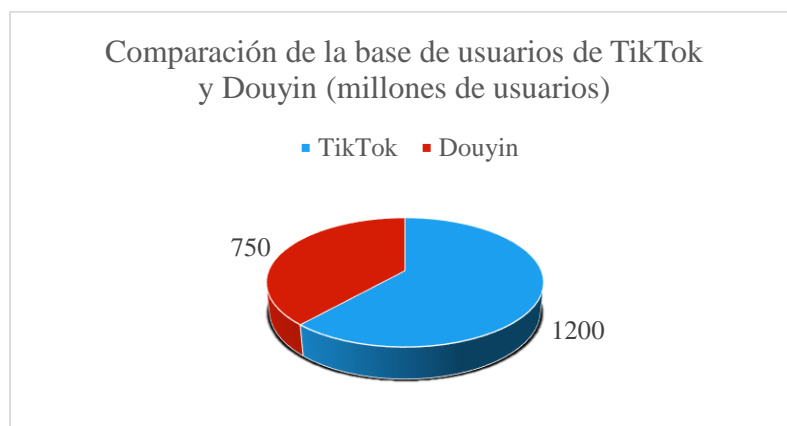
**Tabla 5.** Comparación del tipo de contenido en TikTok y Douyin

Plataforma	Videos educativos (%)	Videos de entretenimiento (%)	Videos con propaganda estatal (%)	Videos comerciales (%)
TikTok	12	65	3	20
Douyin	25	50	15	10

Fuente: Elaboración propia con datos de Gao (2023), McQueenie et al. (2024) y Wang et al. (2020).

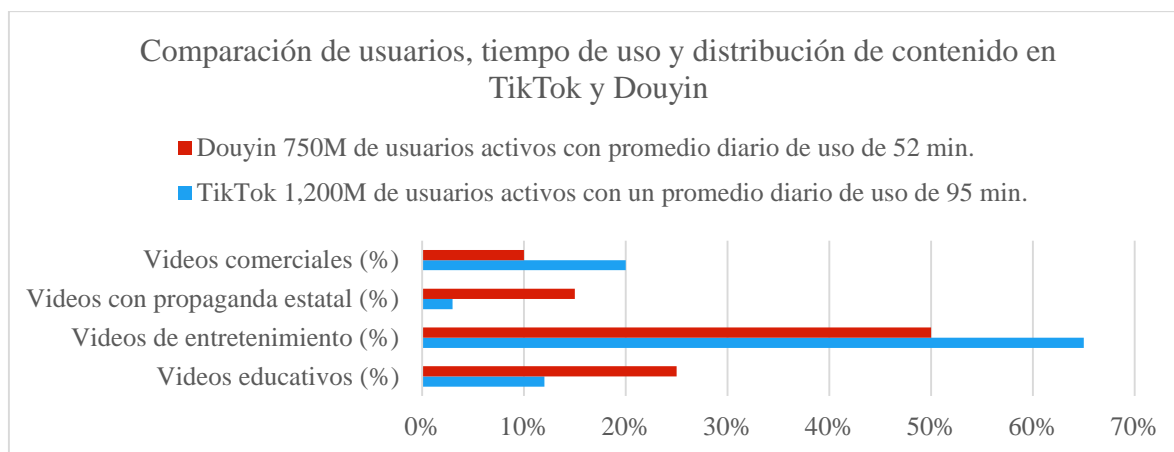
Las diferencias estructurales y funcionales entre TikTok y Douyin se hacen aún más evidentes al observar la proporción de usuarios y los patrones de uso representados en la Figura 1. Esta visualización permite comprender con mayor claridad cómo el diseño institucional de cada plataforma ha influido en su alcance y expansión. TikTok, al operar en un entorno de mercado global y con menos restricciones normativas, ha logrado consolidarse como una de las plataformas más utilizadas a nivel mundial, superando los 1 200 millones de usuarios activos mensuales. Douyin, en contraste, presenta una base de usuarios más restringida, con 750 millones, limitada por las condiciones de acceso, la regulación interna y los lineamientos de control estatal en la RPC. Esta diferencia no debe interpretarse únicamente como una cuestión cuantitativa, sino como un reflejo de las prioridades estratégicas y los marcos regulatorios que condicionan el desempeño de cada sistema digital.

**Figura 1.** Comparación de la base de usuarios de TikTok y Douyin (millones de usuarios)



Fuente: Elaboración propia con datos de Gao (2023); McQueenie et al. (2024); Wang et al. (2020).

La figura 2 complementa este análisis al mostrar cómo se distribuye el tiempo de uso y el tipo de contenido dominante en ambas plataformas. En TikTok, la duración promedio del uso diario y la preeminencia de contenidos recreativos indican una arquitectura algorítmica orientada a maximizar la permanencia del usuario y estimular el consumo continuo. El diseño técnico prioriza la viralización de contenidos breves, altamente atractivos y replicables, dirigidos a audiencias internacionales amplias. En Douyin, en cambio, la programación algorítmica responde a otros objetivos: equilibrar la recreación con la promoción de contenidos educativos y mensajes institucionales, en consonancia con una lógica de estabilidad social y cohesión cultural promovida por el PCCh. Esta configuración revela cómo las decisiones tecnológicas están alineadas con prioridades políticas más amplias, reflejando una gobernanza digital diferenciada.

**Figura 2.** Comparación de usuarios, tiempo de uso y distribución de contenido en TikTok y Douyin

Fuente: Elaboración propia con datos de Gao (2023); McQueenie et al. (2024); Wang et al. (2020)

El modelo de segmentación algorítmica que distingue a ambas plataformas pone en evidencia una arquitectura dual de gobernanza digital. En contextos occidentales, el debate sobre TikTok se ha centrado en los riesgos asociados a la seguridad de los datos personales, la opacidad de su algoritmo y su capacidad para alterar flujos de información en función de intereses ajenos a los valores democráticos. En la China de Xi Jinping, Douyin ha sido incorporado a un ecosistema regulado en el que la supervisión estatal garantiza que el contenido se mantenga dentro de los márgenes establecidos por los objetivos estratégicos del régimen. Esta diferenciación ha generado tensiones geopolíticas visibles en las iniciativas de los Estados Unidos de América y la Unión Europea para restringir el acceso de TikTok a ciertas esferas institucionales o gubernamentales (Manfredi et al., 2024).

En este contexto, TikTok ha adquirido un rol protagónico en la redefinición del poder blando digital. Su capacidad para posicionar narrativas y viralizar contenidos en tiempo real lo ha convertido en un actor central dentro de la diplomacia pública global. Este fenómeno marca un quiebre respecto a los modelos tradicionales de proyección cultural, en los que el Estado controlaba directamente los canales de difusión simbólica. Actualmente, son los algoritmos, las preferencias de los usuarios y la arquitectura de las plataformas quienes determinan qué discursos circulan con mayor fuerza, reduciendo el margen de acción directa de las diplomacias nacionales (Sevin & Ingenhoff, 2018).

Así, el poder simbólico en el entorno digital contemporáneo ya no se construye a partir de la inversión estatal exclusiva en medios o industrias creativas, sino a través de la capacidad para controlar los flujos de información y diseñar sistemas de recomendación que definan lo que se ve, se replica y se recuerda. TikTok y Douyin encarnan dos estrategias opuestas de gobernanza algorítmica con implicancias geopolíticas. La competencia entre la RPC y los países occidentales por regular estas infraestructuras tecnológicas ilustra una transformación profunda en los mecanismos mediante los cuales se ejerce la influencia cultural en el sistema internacional (Wang, 2006).

### **Creadores digitales como agentes emergentes en la proyección internacional de los Estados**

La transformación digital ha modificado de forma sustantiva la naturaleza de la diplomacia pública, al incorporar nuevos actores con capacidad de incidencia global. Entre ellos destacan los creadores de contenido, especialmente creadores de contenido de turismo, quienes han emergido como figuras clave en la construcción de la imagen internacional de los países. Su impacto va más allá de la promoción de destinos turísticos. En muchos casos, han intervenido en debates políticos, influido en la agenda pública o incluso generado tensiones diplomáticas al proyectar narrativas que reconfiguran la percepción exterior de los Estados (Jiménez-Ovando & Cadavid-Echeverri, 2022).

Este fenómeno puede observarse de manera estructurada en la Tabla 6, que recoge una selección de casos representativos. El análisis permite identificar patrones de actuación e impactos diferenciados, que incluyen desde la legitimación de discursos gubernamentales hasta el desencadenamiento de crisis diplomáticas. La diversidad de plataformas utilizadas, así como los efectos derivados de sus acciones, pone en evidencia el poder simbólico que han adquirido estos actores en el escenario internacional.

**Tabla 6.** *Impacto de los influencers en la diplomacia pública*

Influencer / Caso	País de origen	Plataforma principal	Tipo de impacto	Consecuencia diplomática
Luisito Comunica	México	YouTube, Instagram, Facebook, TikTok	Legitimación de discurso oficial	Controversia por apoyo a Bukele
Mauricio Isat	Perú	YouTube / Instagram	Promoción de la gastronomía peruana	Deportación en Afganistán por filmar en zona controlada
Alex Tienda	México	YouTube	Documentación en regímenes autoritarios	Acceso restringido a ciertas zonas en RPDC
Dennis Rodman	EE. UU.	Medios tradicionales, documentales	Enlace no oficial con Pyongyang	Generación de una imagen alternativa del líder norcoreano
Doualemn	Argelia/Francia	TikTok	Incitación a la violencia	Crisis diplomática entre Argelia y Francia
Michelo	Argentina	YouTube, TikTok	Apoyo a régimen de Nicolás Maduro	Controversia mediática y tensiones con opositores venezolanos
Johnny Somali	EE. UU.	TikTok, YouTube	Conductas ofensivas reiteradas en Asia oriental	Enjuiciamiento en Corea del Sur y medidas restrictivas en Japón

Elaboración propia con base en El Universal (2024); Peralta (2024); Rodríguez (2024); Cuevas-Calderón et al. (2024); Jiménez-Ovando & Cadavid-Echeverri (2022); Nguyen (2021); Bi et al. (2021); Báo Quốc Tế (2025); Reinoso (2025); y CNN Japan (2024).

Uno de los casos más emblemáticos es el de Luisito Comunica, quien, tras visitar el Centro de Confinamiento del Terrorismo (CECOT) en El Salvador, difundió un video en el que destacaba la infraestructura y la política de seguridad implementada por el gobierno de Nayib Bukele. Si bien recibió elogios por parte de sus seguidores, diversos analistas cuestionaron la ausencia de referencias a denuncias por violaciones de derechos humanos en dicho contexto. Este episodio ilustra cómo un creador de contenido puede reforzar narrativas oficiales sin que medie una coordinación formal con el aparato diplomático (El Universal, 2024; Peralta, 2024; Rodríguez, 2024).

En otro plano, Mauricio Isat, a través de su canal “*Pasaje en Mano*”, ha ejercido una forma de diplomacia cultural al presentar platos de la gastronomía peruana en regiones con alta complejidad geopolítica, como Afganistán o Sudán. La intención de visibilizar la cultura nacional en espacios no tradicionales se vio interrumpida cuando fue detenido y deportado en Afganistán por grabar en una zona controlada por el Talibán. Este hecho pone en evidencia las tensiones entre la circulación global de contenidos y los regímenes de vigilancia propios de contextos con limitaciones informativas (Cuevas-Calderón et al., 2024).

De manera similar, el caso de Alex Tienda evidencia cómo los *influencers* pueden actuar como mediadores informales al ofrecer representaciones alternativas sobre países con acceso restringido. Su viaje a la República Popular Democrática de Corea, donde logró filmar aspectos de la vida cotidiana, generó un contenido que fue interpretado como una forma de diplomacia no estatal, con implicancias en la manera en que se construyen las narrativas internacionales sobre regímenes autoritarios (Nguyen, 2021).

La figura de Dennis Rodman refuerza esta dinámica desde otra vertiente. Aunque su condición de exjugador de baloncesto no lo vincula al ámbito diplomático, sus visitas a Pyongyang y su relación con Kim Jong-un permitieron proyectar una imagen distinta del líder norcoreano. Su papel, pese a presentarse como personal, fue aprovechado por el gobierno anfitrión para moderar su perfil ante la comunidad internacional, lo que confirma el potencial comunicacional de las figuras públicas en la diplomacia contemporánea (Bi et al., 2021).

En el ámbito de los conflictos diplomáticos, el caso de Doualemn resultó especialmente revelador. Tras ser expulsado de Francia por incitación a la violencia en TikTok, Argelia rechazó su reingreso, lo que generó una disputa bilateral. El incidente tuvo repercusiones en las políticas migratorias y de cooperación entre ambos países, demostrando que los creadores de contenido pueden convertirse en elementos desestabilizadores de la relación interestatal (Báo Quốc Tế, 2025).

De modo paralelo, Michelo, creador argentino, ha sido señalado por su respaldo abierto al gobierno de Nicolás Maduro en Venezuela. Su contenido, que reproduce los principales argumentos del oficialismo, ha sido interpretado como una forma de propaganda digital, generando controversia en la comunidad internacional y entre sectores opositores. Aunque no representa a ninguna institución, su influencia ha sido suficiente para moldear discursos en torno al régimen chavista (Reinosa, 2025).

Finalmente, el caso de Johnny Somali representa una de las manifestaciones más evidentes de cómo la conducta individual de un creador puede generar repercusiones diplomáticas y legales de considerable envergadura. Sus acciones, caracterizadas por provocaciones deliberadas y expresiones racistas en espacios públicos de Japón, suscitaron una respuesta institucional que incluyó restricciones migratorias y condenas públicas. Posteriormente, tras su ingreso a Corea del Sur, fue detenido por alteración del orden público y otros delitos, y actualmente enfrenta un proceso judicial que podría conllevar una condena de hasta diez años de prisión. Esta situación pone de manifiesto que el comportamiento de los creadores de contenido en el extranjero puede derivar en sanciones penales y diplomáticas, afectando tanto la percepción internacional del país de origen como las relaciones con los Estados anfitriones (CNN Japan, 2024).

En conjunto, los casos analizados evidencian que la diplomacia pública digital ha rebasado los límites de la representación estatal tradicional. Los creadores de contenido se han consolidado como actores con capacidad real de incidir en la configuración del poder simbólico de los Estados, ya sea mediante la difusión de narrativas culturales, la legitimación de discursos políticos o la generación de tensiones internacionales. La complejidad y el alcance de este fenómeno obligan a los gobiernos a repensar sus estrategias de comunicación exterior, incorporando mecanismos que permitan analizar, anticipar y, cuando sea necesario, responder a la influencia de estos agentes en la construcción de su imagen ante la comunidad internacional.

### **Hallazgos: los algoritmos como determinantes de la visibilidad cultural y diplomática**

El estudio del funcionamiento algorítmico en el contexto de la diplomacia pública digital confirma que las plataformas tecnológicas han dejado de ser simples vehículos de comunicación para convertirse en actores estructurantes del poder simbólico a escala global. Los algoritmos no se limitan a amplificar contenidos. Al establecer jerarquías de visibilidad, definen qué narrativas adquieren protagonismo y cuáles quedan relegadas, conforme a criterios que combinan la lógica de la participación digital con objetivos estratégicos particulares (Allcott & Gentzkow, 2017; Kübler et al., 2025).

La tabla 7 resume los principales factores mediante los cuales los algoritmos inciden en la diplomacia digital. La segmentación de audiencias y la personalización de contenidos han dado lugar a entornos informativos fragmentados que favorecen la consolidación de discursos homogéneos. Esto ha generado una creciente polarización y ha dificultado el consenso en escenarios multilaterales. Asimismo, se observa un uso cada vez más extendido de mecanismos

de restricción como el *shadow banning*<sup>7</sup>, que permite limitar el alcance de determinadas publicaciones sin necesidad de recurrir a la censura directa.

Las plataformas más influyentes, como Facebook, TikTok, Twitter, Instagram y YouTube, presentan niveles distintos de incidencia en función del tipo de contenido priorizado, su alcance transnacional y su capacidad de adaptación a estrategias estatales de diplomacia cultural. Mientras algunas redes facilitan la movilización política, otras han sido utilizadas para reforzar discursos oficiales o restringir el acceso a perspectivas críticas. Esta lógica operativa ha redefinido los márgenes de actuación de los Estados en la proyección internacional de sus identidades culturales y políticas.

**Tabla 7.** Incidencia de los algoritmos en la diplomacia digital y la visibilidad cultural

Factor de análisis	Redes con mayor impacto	Efecto en la diplomacia digital	Consecuencias geopolíticas	Casos relevantes
Segmentación de audiencias	Facebook, TikTok, Twitter	Refuerzo de comunidades ideológicas homogéneas.	Fragmentación discursiva y obstáculos para el consenso internacional.	Incidencia en campañas políticas en Estados Unidos (Allcott & Gentzkow, 2017).
Manipulación algorítmica	TikTok, Instagram, YouTube	Priorización de contenidos emocionales con alto potencial de difusión.	Potenciación del poder simbólico de países con estrategias de diplomacia cultural.	Expansión del Hallyu y percepción de Corea del Sur (Bae et al., 2017; Jin et al., 2021).
Shadow banning y censura algorítmica	Twitter, YouTube, Douyin	Limitación de contenidos con potencial disruptivo.	Control narrativo estatal y reducción del alcance de voces opositoras.	Diferenciación entre Douyin y TikTok en la estrategia comunicacional china (Harris, 2013).
Movilización política	Facebook, Twitter, TikTok	Difusión masiva de discursos movilizadores.	Influencia en la estabilidad interna y en procesos electorales.	Uso de figuras mediáticas en campañas políticas en Alemania (Mutascu et al., 2025)
Personalización del contenido	Instagram, Facebook, TikTok	Creación de entornos informativos cerrados con escasa diversidad de perspectivas.	Aumento de la vulnerabilidad ante la desinformación y la radicalización ideológica.	Impacto en la radicalización digital de derechas extremas (Cuevas-Calderón et al., 2024).

Fuente: Elaboración propia en base a Allcott & Gentzkow (2017); Kübler et al. (2025); Feezell et al. (2021); Mutascu et al. (2025); van der Voort et al. (2019); Cuevas-Calderón et al. (2024); Weismueller et al. (2022); Doh et al. (2024); Jin et al. (2021); Harris (2013); Liu et al. (2017).

Los datos expuestos muestran que la dinámica algorítmica no se reduce a la amplificación de mensajes, sino que interviene directamente en la construcción de esferas discursivas y en la conformación de identidades políticas. La personalización de contenidos ha generado burbujas informativas que limitan el acceso a puntos de vista alternativos, reforzando la fragmentación social y afectando la deliberación pública. Esta arquitectura digital ha sido utilizada tanto por actores estatales como por actores privados con objetivos diversos, lo que plantea interrogantes sobre la transparencia y la gobernanza de estos sistemas (Weismueller et al., 2022).

La práctica del *shadow banning* así como la censura algorítmica selectiva, ha sido adoptada por plataformas y gobiernos para restringir contenidos sin recurrir a mecanismos visibles de

<sup>7</sup> *Shadow banning* es un mecanismo algorítmico utilizado por plataformas digitales para limitar la visibilidad del contenido de un usuario sin notificarlo explícitamente. Aunque la cuenta permanece activa, sus publicaciones dejan de aparecer en búsquedas, recomendaciones o *feeds* de otros usuarios, reduciendo su alcance de manera significativa. Esta práctica ha sido objeto de debate en el ámbito de la gobernanza digital y la libertad de expresión, pues permite moderar el discurso en redes sin recurrir a bloqueos directos o censura explícita (Van Dijk, 2021; Bennett, 2023).

represión. Un ejemplo paradigmático es la estrategia dual del Gobierno de Pekín, que distingue entre Douyin (diseñado para consumo interno bajo control estatal) y TikTok (orientado a públicos internacionales con un enfoque más permisivo). En paralelo, Corea del Sur ha aprovechado las lógicas algorítmicas para difundir su cultura popular mediante una estrategia coordinada entre el Estado y su industria del entretenimiento (Doh et al., 2024; Harris, 2013). La capacidad de movilización que ofrecen estas plataformas también ha sido aprovechada en contextos electorales. En Alemania, por ejemplo, la incorporación de creadores de contenido con amplio alcance digital en campañas políticas demuestra que los partidos han adaptado sus estrategias a las nuevas formas de interacción ciudadana. La diplomacia pública, en consecuencia, se ha convertido en un espacio donde conviven estructuras estatales y voces individuales con incidencia geopolítica (Mutascu et al., 2025).

El hallazgo central de esta sección reside en la constatación de que los algoritmos han reconfigurado las condiciones bajo las cuales se ejerce el poder simbólico a nivel internacional. Los Estados han perdido el monopolio sobre la diplomacia cultural, y deben disputar su narrativa en un ecosistema mediado por plataformas digitales privadas cuyas prioridades responden a intereses comerciales, ideológicos y geoestratégicos. Esta situación ha planteado nuevos desafíos para la seguridad informacional, la soberanía narrativa y la gobernanza global del entorno digital (Liu et al., 2017; Strauß et al., 2015; Van der Voort et al., 2019).

## CONCLUSIÓN

Nuevas configuraciones del entorno digital han modificado la manera en que se ejerce la diplomacia pública, desdibujando las fronteras entre lo estatal y lo informal en la proyección internacional de los Estados. Las plataformas digitales, al asumir un rol protagónico en la circulación de contenidos, han trasladado parte del control narrativo desde las instituciones gubernamentales hacia infraestructuras privadas regidas por lógicas comerciales y tecnológicas. Este desplazamiento ha generado desequilibrios en la capacidad de los países para gestionar su imagen, dependiendo en muchos casos de algoritmos que operan fuera de sus marcos normativos.

Importantes diferencias se han observado entre los Estados que han logrado adaptar sus estrategias comunicacionales a la lógica algorítmica y aquellos que mantienen modelos tradicionales de diplomacia. Países con planificación digital articulada han fortalecido su poder simbólico mediante el uso estratégico de plataformas y contenidos, mientras que otros enfrentan una pérdida progresiva de visibilidad en la esfera global. Esta divergencia ha intensificado las asimetrías en la proyección cultural y ha consolidado nuevas formas de influencia geopolítica estructuradas desde el ámbito tecnológico.

Creadores de contenido digital han adquirido una relevancia que obliga a repensar los esquemas clásicos de representación. Su capacidad para amplificar narrativas, incidir en la opinión pública internacional e influir en procesos políticos ha convertido sus acciones en variables que los Estados no pueden dejar de considerar. Algunos han contribuido a reforzar la legitimidad de determinadas políticas, mientras que otros han generado fricciones diplomáticas con repercusiones transfronterizas. Esta transformación ha reconfigurado el mapa de actores influyentes en la diplomacia cultural contemporánea.

Organizar la presencia internacional de un país en el entorno digital exige más que campañas aisladas de promoción. Requiere de una arquitectura estratégica que combine soberanía informativa, coordinación intersectorial y capacidad de adaptación tecnológica. Los Estados que dependen exclusivamente de los entornos creados por corporaciones privadas enfrentan limitaciones estructurales para ejercer una defensa eficaz de sus intereses simbólicos. En ese contexto, la ausencia de una infraestructura digital autónoma condiciona la proyección identitaria y expone a las naciones a dinámicas globales que no controlan.

La sostenibilidad de las estrategias de diplomacia digital dependerá de la voluntad política para integrar las herramientas tecnológicas con objetivos de mediano y largo plazo. Es indispensable promover marcos regulatorios que garanticen una participación equitativa en los espacios de visibilidad digital, sin renunciar a los principios de transparencia, pluralismo y respeto a la

diversidad cultural. El fortalecimiento de la presencia internacional requiere de inversiones continuas en formación, innovación y cooperación entre los sectores público, privado y académico.

La experiencia latinoamericana demuestra que, sin planificación coherente, los esfuerzos de proyección cultural tienden a fragmentarse, limitando su alcance e impacto. La región enfrenta el reto de construir una narrativa compartida capaz de competir en igualdad de condiciones en el ecosistema digital. Esto exige superar la brecha tecnológica, fomentar la colaboración entre creadores y Estados, y generar contenidos que representen con autenticidad las identidades locales dentro de los parámetros globales de circulación informativa.

Trazar una hoja de ruta para la diplomacia digital implica reconocer que la competencia por el poder simbólico ya no se libra exclusivamente entre gobiernos, sino también entre plataformas, comunidades digitales y emisores con legitimidad social. Los contenidos que logran viralizarse configuran representaciones colectivas que influyen en la forma en que los países son percibidos. En consecuencia, se vuelve urgente que las instituciones estatales desarrollen capacidades para intervenir activamente en estos espacios, sin perder de vista los riesgos asociados al control algorítmico y a la manipulación informativa.

Queda claro que el ejercicio del poder blando en la era digital requiere una transformación estructural en las formas de comunicar, representar y posicionar la identidad nacional. Las reglas del juego han cambiado, y quienes logren comprenderlas y adaptarse con agilidad estarán en mejor posición para incidir en la agenda global. El desafío no reside únicamente en amplificar mensajes, sino en generar relatos coherentes que resuenen en las audiencias y que fortalezcan los vínculos entre cultura, política y tecnología.

Más allá de los retos, el nuevo escenario ofrece oportunidades para que los Estados redefinan su papel en la diplomacia pública, desarrollen capacidades digitales y promuevan una presencia más autónoma y estratégica. La soberanía informativa, entendida como la posibilidad de decidir sobre los propios discursos, es hoy una dimensión central de la soberanía nacional. Asegurarla no sólo es posible, es necesario para construir una política exterior alineada con los valores y aspiraciones de cada sociedad.

**Declaración de los autores:** Los autores aprueban la versión final del artículo.

**Declaración de conflicto de interés:** Los autores declaran no tener conflicto de interés.

#### **Contribución de los autores:**

- Conceptualización: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Curación de datos: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Análisis formal: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Investigación: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Metodología: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Redacción – borrador original: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora
- Redacción – revisión y edición: Diego Sebastián Sánchez Chumpitaz, Rodrigo Gutiérrez Rébora

**Financiamiento:** Este estudio ha sido íntegramente autofinanciado como parte de una iniciativa académica independiente, orientada a contribuir al desarrollo del conocimiento en materia de seguridad internacional, gobernanza digital y proyección cultural en el entorno global.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Aguirre Azócar, D., y Erlandsen, M. (2022). La Diplomacia Pública Digital en América Latina: Desafíos y Oportunidades. *Revista Mexicana de Política Exterior*, 1(113), 119–139. <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/237>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

- Bae, E. s. O., Chang, M., Park, E. S., & Kim, D. C. (2017). The effect of Hallyu on tourism in Korea. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 3(4). <https://doi.org/10.1186/s40852-017-0075-y>
- Báo Quốc Tế. (2025). *Algeria, Pháp leo thang căng thẳng ngoại giao liên quan trục xuất một nhân vật có sức ảnh hưởng [Algeria and France escalate diplomatic tensions over the expulsion of an influencer]*. Vietnam.vn. <https://www.vietnam.vn/algeria-phap-leo-thang-cang-thang-ngoai-giao-lien-quan-truc-xuat-mot-nhan-vat-co-suc-anh-huong>
- Barredo Arrieta, A., Díaz-Rodríguez, N., Del Ser, J., Bennetot, A., Tabik, S., Barbado, A., Garcia, S., Gil-Lopez, S., Molina, D., Benjamins, R., Chatila, R., & Herrera, F. (2020). Explainable Artificial Intelligence (XAI): Concepts, taxonomies, opportunities and challenges toward responsible AI. *Information Fusion*, 58, 82–115. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2019.12.012>
- Bi, Y., Yin, J., & Kim, I. (2021). Fostering a young audience's media-induced travel intentions: The role of parasocial interactions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 398–407. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.04.011>
- CNN Japan. (2024). *迷惑系インフルエンサーの米国人、韓国で起訴 日本でも騒ぎ起こして 非難殺到 [U.S. disruptive influencer prosecuted in South Korea; also sparked controversy in Japan]*. CNN Japan. <https://www.cnn.co.jp/world/35226668.html>
- Creemers, R. (2018). China's Social Credit System: An Evolving Practice of Control. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3175792>
- Cuevas-Calderón, E., Yalán Dongo, E., Demuru, P., Anzelmo, A., & Kanashiro, L. (2024). Cultural War of the Radical Conservative Right on TikTok: A Comparative Study of Influencers in Peru, Brazil, France and Italy. *Letras (Peru)*, 95(141), 171–187. <https://doi.org/10.30920/letras.95.141.11>
- Doh, H., Kang, J., & Jo, S. (2024). Empathy in public relations practice of South Korea. *Public Relations Review*, 50 (5). <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102506>
- El Universal. (2024). Luisito Comunica visita megacárcel de El Salvador y genera polémica. *El Universal*. <https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/luisito-comunica-visita-megac%C3%A1rcel-salvador-135041329.html?>
- Feezell, J. T., Wagner, J. K., & Conroy, M. (2021). Exploring the effects of algorithm-driven news sources on political behavior and polarization. *Computers in Human Behavior*, 116. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106626>
- Fitzgerald, R., Sandel, T., & Wu, X. (2022). Chinese Social Media: Technology, Culture, and Creativity. *Discourse, Context and Media*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100610>
- Gao, X. (2023). The Impact of Douyin (Chinese TikTok) on the Socialization of Chinese Youth. *SHS Web of Conferences*, 155, 01013. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315501013>
- Goodwin, A., Joseff, K., Riedl, M. J., Lukito, J., & Woolley, S. (2023). Political relational influencers: The mobilization of social media influencers in the political arena. *International Journal of Communication*, 17, 1613–1633. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18987>
- Harris, B. (2013). Diplomacy 2.0: The Future of Social Media in Nation Branding. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 4. <https://surface.syr.edu/exchange/vol4/iss1/3>
- Ingenhoff, D., Calamai, G., & Sevin, E. (2021). Key Influencers in Public Diplomacy 2.0: A Country-Based Social Network Analysis. *Social Media and Society*, 7. <https://doi.org/10.1177/2056305120981053>
- Jia, R., & Li, W. (2020). Public diplomacy networks: China's public diplomacy communication practices in twitter during Two Sessions. *Public Relations Review*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101818>

- Jiménez-Ovando, A. G., y Cadavid-Echeverri, C. (2022). ¿Politización de los influencers durante la crisis política post electoral en Bolivia? *Política, Globalidad y Ciudadanía*, 8(16), 01–23. <https://doi.org/10.29105/pgc8.16-1>
- Jin, D. Y., Yoon, K., & Min, W. (2022). *Transnational Hallyu: The Globalization of Korean Digital and Popular Culture*. Rowman & Littlefield Publishers. <https://doi.org/https://doi.org/10.1163/22142312-bja10025>
- Kübler, R. V., Manke, K., & Pauwels, K. (2025). I like, I share, I vote: Mapping the dynamic system of political marketing. *Journal of Business Research*, 186. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115014>
- Liu, Y., Rui, J. R., & Cui, X. (2017). Are people willing to share their political opinions on Facebook? Exploring roles of self-presentational concern in spiral of silence. *Computers in Human Behavior*, 76, 294–302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.029>
- Manfredi, J. L., Arredondo, R., & Danzek, L. (2024). Social Media Influencers and Diplomacy's Evolution. *The Washington Quarterly*, 47(4), 79–95. <https://doi.org/10.1080/0163660X.2024.2434357>
- McQueenie, J., Foth, M., Cao, S., Hearn, G., Anastasiu, I., & Powell, W. (2024). Short videos on Douyin: An intermediary approach to connect Australian food producers with Chinese consumers. *Social Sciences and Humanities Open*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101148>
- Mozur, P., Kessel, J. M., & Chan, M. (2019). Made in China, Exported to the World: The Surveillance State. *The New York times*. <https://www.nytimes.com/2019/04/24/technology/ecuador-surveillance-cameras-police-government.html>
- Mutascu, M., Strango, C., & Turcu, C. (2025). Online social media and populism in Europe. *European Journal of Political Economy*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2024.102619>
- Nguyen, L. (2021). *BTS: From K-pop Idols to Diplomats: The Right Formula for Effective Public Diplomacy*. USC Center on Public Diplomacy. <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/bts-k-pop-idols-diplomats-right-formula-effective-public-diplomacy>
- Nye, J. S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. Basic Books.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs. <https://www.publicaffairsbooks.com/titles/joseph-s-nye-jr/soft-power/9781586483067/>
- Nye, J. S. (2011). *The Future of Power*. PublicAffairs. [https://www.project-syndicate.org/commentary/the-future-of-power?utm\\_term=&utm\\_campaign=&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=1220154768&hsa\\_cam=22015387909&hsa\\_grp=172252323815&hsa\\_ad=724983174187&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=dsa-1456167871416&hsa\\_kw=&hsa\\_mt=&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gad\\_source=1&gad\\_campaignid=22015387909&gbraid=0AAAAADSFwgJzADJH8CuqFLNRPoivyDiSr&gclid=Cj0KCQjwgvnCBhCqARIsADBLZoLV4fi8sh9T5JIRhYNHUpv4e-IT3K3qLGQNTs0VgqGFK8jtVChEq4gaAnibEALw\\_wcB](https://www.project-syndicate.org/commentary/the-future-of-power?utm_term=&utm_campaign=&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=1220154768&hsa_cam=22015387909&hsa_grp=172252323815&hsa_ad=724983174187&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa-1456167871416&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gad_campaignid=22015387909&gbraid=0AAAAADSFwgJzADJH8CuqFLNRPoivyDiSr&gclid=Cj0KCQjwgvnCBhCqARIsADBLZoLV4fi8sh9T5JIRhYNHUpv4e-IT3K3qLGQNTs0VgqGFK8jtVChEq4gaAnibEALw_wcB)
- Peralta, O. (2024). *Luisito Comunica y su video sobre la megacárcel de El Salvador que deshumaniza y justifica violaciones a DDHH*. Yahoo! News. <https://es-us.noticias.yahoo.com/luisito-comunica-y-su-video-sobre-la-megacarcel-de-el-salvador-que-deshumaniza-y-justifica-violaciones-a-ddhh-210130593.html>
- Reinosa, A. (2025). *Michelo, el 'influencer' argentino chavista que blanquea la dictadura de Maduro*. El Mundo. <https://www.elmundo.es/cronica/2025/02/07/679d0589fc6c83524e8b459e.html>
- Rodríguez, A. (2024). *Frivolizar el 'Alcatraz' de Bukele: la nueva polémica de Luisito Comunica*. El País. <https://elpais.com/mexico/2024-02-21/frivolizar-el-alcatraz-de-bukele-la-nueva-polemica-de-luisito-comunica.html>

- Sevin, E., & Ingenhoff, D. (2018). Public Diplomacy on Social Media: Analyzing Networks and Content. *Article in International Journal of Communication*. <https://www.researchgate.net/publication/327779241>
- Strauß, N., Kruikeimeier, S., van der Meulen, H., & van Noort, G. (2015). Digital diplomacy in GCC countries: Strategic communication of Western embassies on Twitter. *Government Information Quarterly*, 32(4), 369–379. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.08.001>
- Van der Voort, H. G., Klievink, A. J., Arnaboldi, M., & Meijer, A. J. (2019). Rationality and politics of algorithms. Will the promise of big data survive the dynamics of public decision making?. *Government Information Quarterly*, 36(1), 27–38. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.10.011>
- Wang, J. (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review*, 32(2), 91–96. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2005.12.001>
- Wang, W., Liang, Q., Mahto, R. V., Deng, W., & Zhang, S. X. (2020). Entrepreneurial entry: The role of social media. *Technological Forecasting and Social Change*, 161. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120337>
- Weismueller, J., Harrigan, P., Coussement, K., & Tessitore, T. (2022). What makes people share political content on social media? The role of emotion, authority and ideology. *Computers in Human Behavior*, 129. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107150>
- Wu, D., & Yang, A. (2017). China's public diplomatic networks on the Ebola issue in West Africa: Issues management in a network society. *Public Relations Review*, 43(2), 345–357. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.02.013>
- Xi, J. (2014). *Xi Jinping: The Governance of China*. <http://www.flp.com.cn>