

# La impronta mediática de China en el mundo

Respuestas democráticas para la expansión  
de influencia autoritaria

por Sarah Cook



## LA SERIE PODER INCISIVO Y RESILIENCIA DEMOCRÁTICA

Con el afianzamiento de la integración entre democracias y autocracias generado por la globalización, en sectores fundamentales de las sociedades abiertas se han hecho más aparentes los efectos comprometedores del poder incisivo que afecta la libertad de expresión, neutraliza las instituciones independientes y desvirtúa el ámbito político. La serie Poder incisivo y resiliencia democrática procura realizar un análisis sistemático de los mecanismos utilizados por los regímenes autoritarios para manipular el ecosistema político y censurar la expresión independiente en entornos democráticos, además de poner de relieve las posibles respuestas de la sociedad civil.

Esta iniciativa examina cuestiones que surgen de cuatro ámbitos cruciales relativos a la integridad y al dinamismo de los sistemas democráticos.

- Desafíos a la libertad de expresión y a la integridad del espacio mediático e informativo.
- Amenazas a la indagación intelectual.
- Impugnación de los principios rectores de la tecnología.
- Aprovechamiento del capital del Estado con fines políticos y usualmente corrosivos.

El actual resurgimiento del autoritarismo se suscita en el marco de una prolongada regresión democrática mundial que ha deteriorado la confianza de las democracias. Los principales actores autoritarios ponen a prueba a la democracia en el plano de las ideas, de los principios y de los estándares, aunque solamente una de las partes parece estar compitiendo seriamente en la contienda.

La interdependencia del mundo ha presentado complicaciones diferentes de las de la época de la Guerra Fría, en la que los regímenes autoritarios no contaban con tantas oportunidades de acción en el seno de las democracias. En el ámbito interno, Beijing, Moscú y otros regímenes han utilizado instrumentos y tácticas del siglo XXI para afianzar la censura y manipular a los medios y a otras instituciones independientes. Más allá de sus fronteras recurren a emprendimientos educativos y culturales, medios de comunicación, laboratorios de ideas (think tanks), iniciativas en el sector privado, así como a otros canales de participación destinados a ejercer su influencia en la esfera pública para conseguir sus propios fines, al tiempo que perfeccionan sus técnicas. Cada vez más dichas acciones moldean la indagación intelectual y la integridad del espacio mediático, además de afectar las tecnologías emergentes y la formulación de normas. Entretanto los autócratas recurren a sus sistemas de capitalismo de estado, mayormente híbridos, a fin de insertarse en los mercados y en las economías de las democracias en formas que antes resultaban prácticamente inconcebibles.

El nuevo entorno exige ir más allá de los instrumentos necesarios (aunque insuficientes) de la legislación, la normativa y las demás soluciones gubernamentales. Las democracias cuentan con una ventaja esencial que no poseen los sistemas autoritarios: la creatividad y la solidaridad de sociedades vibrantes que pueden coadyuvar a la protección de las instituciones y fortalecer los valores democráticos. Es así que los trabajos de esta serie procuran contextualizar la naturaleza del poder incisivo, catalogar las principales medidas y esferas autoritarias, y proporcionar ideas para la consecución de acciones no gubernamentales esenciales para la consolidación de la resiliencia democrática.



### LA AUTORA

**Sarah Cook** se desempeña como directora de investigaciones para China, Hong Kong y Taiwán en *Freedom House*. Dirige el *China Media Bulletin*, un compendio mensual de noticias y análisis de cuestiones de libertad de prensa en dicho país que se publica en inglés y en chino. Es autora de varios informes de países asiáticos que forman parte de las publicaciones anuales de *Freedom House*, así como de cuatro informes especiales sobre China: *Beijing's Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017* (2020), *The Battle for China's Spirit* (2017), *The Politburo's Predicament* (2015) y *The Long Shadow of Chinese Censorship* (2013). Sus comentarios y trabajos se han presentado en CNN, en el *Wall Street Journal*, en el *Taipei Times*, en *Foreign Policy* y en la Comisión Ejecutiva sobre China del Congreso de los Estados Unidos.

### AGRADECIMIENTOS

El *International Forum for Democratic Studies* (Foro Internacional de Estudios Democráticos) desea agradecer a Julia Bergin y a Herman Wasserman por su valiosa revisión por homólogos, a Tyler Roylance por su excelente apoyo editorial, y a Daniel Giglio por su excepcional traducción. Agradece asimismo los aportes de Christopher Walker, Shanthi Kalathil, Jessica Ludwig, Kevin Sheives, John Engelken, Rachelle Faust y de los demás colaboradores de la *National Endowment for Democracy* (Fundación Nacional para la Democracia). Nuestro agradecimiento a la Fundación Smith Richardson por el esencial apoyo financiero que proporcionó a esta iniciativa.

***Las opiniones que se expresan en el presente trabajo representan los puntos de vista y el análisis de la autora y no necesariamente reflejan los de la National Endowment for Democracy ni los de su personal.***

***Este reporte es una traducción de "China's Global Media Footprint: Democratic Responses to Expanding Authoritarian Influence," originalmente publicado en febrero de 2021.***

## RESUMEN EJECUTIVO

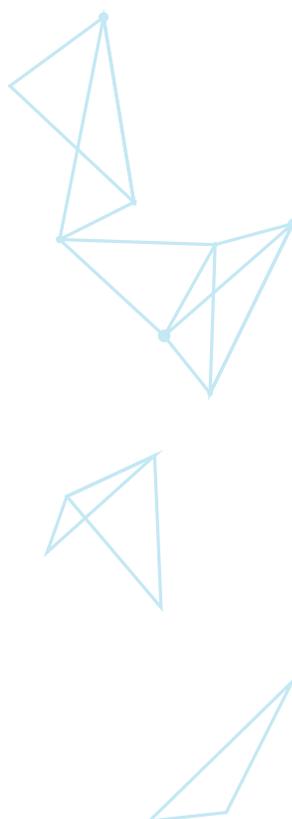
En la última década el Partido Comunista de China (PCC) ha fiscalizado una enorme ampliación de las acciones dirigidas a moldear los contenidos mediáticos en todo el mundo, lo cual ha afectado a todas las regiones y a varios idiomas. Al recurrir a la propaganda, a la desinformación, a la censura y a la injerencia en nodos clave del flujo informativo dichas acciones van más allá de simplemente una “presentación de la perspectiva china.” Su aspecto más incisivo suele menoscabar las normas democráticas, erosionar la soberanía nacional, debilitar la sostenibilidad de los medios independientes y vulnerar la legislación local. Ningún país es inmune a ellas: van dirigidas por igual a los estados pobres e institucionalmente frágiles y a las ricas potencias democráticas.

Beijín ha recurrido a mecanismos sutiles para insinuar su contenido, poder económico e influencia en los mercados mediáticos extranjeros: por ejemplo, mediante acuerdos de intercambio de información y alianzas de medios que hacen que gran cantidad de contenidos mediáticos chinos dominen segmentos de las noticias o que se produzca un sofocamiento del periodismo independiente crítico de la República Popular China (RPC). No obstante, el éxito del PCC se ha visto favorecido por fragilidades de los países democráticos y semidemocráticos. Se ha producido un aumento de las principales acciones chinas vinculadas al Estado y dirigidas a manipular entornos informativos extranjeros de forma tal que cientos de millones de consumidores de noticias en el mundo sistemáticamente ven, leen o escuchan información generada o influenciada por el PCC, en general sin conocimiento de sus orígenes.

Es necesaria una respuesta más coordinada e integral, dado que la dirigencia RPC perfecciona su estrategia e irradia su influencia mediática a otros países. El presente trabajo documenta los mecanismos utilizados por actores no estatales que han contribuido a una acumulación cada vez mayor de actividades dirigidas a contrarrestar la influencia de Beijín en los medios y a proteger la institucionalidad democrática. Un elemento esencial de dicha respuesta es que es preciso que los especialistas en asuntos chinos y toda la gama de protagonistas no gubernamentales que son parte de los sectores mediático, noticioso y tecnológico reconozcan y comprendan los retos a la libertad de prensa en el mundo que imponen el régimen unipartidista chino y los demás actores relacionados con él.

Una de las necesidades de mayor importancia es que **el “factor PCC” se integre sustancialmente** a las medidas no gubernamentales dirigidas a la protección de la libertad mediática y en internet. Es preciso que esa estrategia se base en iniciativas vigentes e incluya, entre otros, los elementos que se mencionan a continuación.

- **Investigación y estudios.** Es preciso que las instituciones académicas, los laboratorios de ideas (think tanks), las entidades de investigación y los donantes continúen sus labores y se aseguren de contar con recursos a futuro destinados a la supervisión y la exposición fiable, profesional y sostenida de las actividades de influencia del PCC.
- **Acciones de los medios de comunicación.** Es preciso que los medios locales profundicen su conocimiento de los peligros latentes en el plano periodístico y político inherentes a la aceptación de inversiones, suplementos remunerativos y convenios de coproducción provenientes del Estado chino o de sus mandatarios.
- **Actividades de promoción y respuestas de la sociedad civil.** Es preciso que los grupos nacionales e internacionales de libertad de prensa consideren si, con el apoyo de los donantes, deben incorporar en los proyectos actuales y futuros una dimensión relativa a la influencia mediática del PCC, así como los mecanismos para hacerlo. Tales iniciativas podrían favorecer el desarrollo de capacidades, la capacitación y formación periodística, la educación mediática, la promoción de políticas, así como la coordinación de la información y su intercambio.
- **Respuesta del sector tecnológico.** Es preciso que las empresas de tecnología procuren más oportunidades de colaboración con la sociedad civil y con los investigadores a fin de identificar amenazas emergentes y versiones problemáticas vinculadas con el régimen unipartidista chino. Asimismo, deben asegurarse que las voces independientes, los activistas y los productores de contenido críticos del gobierno chino cuenten con una vía clara de reclamación si encuentran problemas en las plataformas de las empresas.



Las entidades estatales del Partido Comunista de China (PCC) y de la República Popular China (RPC) han procurado desde hace ya tiempo ejercer su influencia en el debate público y en la cobertura mediática del país fuera de sus fronteras.<sup>1</sup> No obstante, durante la última década los dirigentes del partido han supervisado una enorme expansión de las acciones destinadas a moldear el contenido mediático en el plano internacional, lo que afecta a todas las regiones y a múltiples idiomas. El propósito de la campaña es mostrar al régimen autoritario chino como benigno, promover al país como un modelo de gobernanza y de gestión de la información para las naciones en desarrollo e incentivar la apertura a la inversión y al financiamiento chino. Al mismo tiempo apunta a suprimir la crítica de las políticas internas de la República Popular China o de las actividades de entidades vinculadas a ella en el exterior, además de lograr el apoyo de los formuladores de políticas extranjeros en cuanto a posturas específicas del gobierno chino relativas a temas como Taiwán, la Región Autónoma Uigur de Xinjiang, Tíbet, Hong Kong o Falun Gong.

Las tácticas del PCC van desde prácticas de la diplomacia pública tradicional ampliamente aceptadas y otras formas de poder blando hasta actividades más subrepticias, corruptas y coercitivas. En la zona gris que existe entre los dos últimos extremos de dicho espectro se encuentran las acciones de “poder incisivo” que, si bien aprovechan la esfera pública de las sociedades abiertas, comprometen la integridad democrática. Estas prácticas van más allá de una simple “presentación de la perspectiva china.” Su aspecto más incisivo suele menoscabar las normas democráticas, erosionar la soberanía nacional, debilitar la sostenibilidad de los medios independientes y vulnerar la legislación local. Ningún país es inmune a ellas: se dirigen por igual a los estados pobres e institucionalmente frágiles y a las ricas potencias democráticas.

Aunque la progresiva inversión de Beijín en la influencia mediática extranjera han generado algunos beneficios, la campaña también se ha topado con obstáculos tales como la integridad periodística y el escepticismo del público respecto de los medios operados por un Estado.<sup>2</sup> En efecto, en los últimos tres años se ha registrado una ola de resistencia. En muchos países tanto los actores estatales como los no estatales han reconocido la amenaza de la influencia mediática del PCC a las estructuras y libertades democráticas. La resistencia ha surgido del propio entorno de los medios, así como de los formuladores de políticas, de la sociedad civil y del sector tecnológico.

No obstante, es preciso contar con una respuesta más coordinada e integral en vista de que la dirigencia RPC perfecciona su estrategia y expande sus acciones a nuevos países. Un elemento central de dicha respuesta es que es preciso que los especialistas en asuntos chinos y toda la gama de protagonistas no gubernamentales que son parte de los sectores mediático, noticioso y tecnológico reconozcan y comprendan los retos que impone el régimen unipartidista chino, así como los demás actores relacionados con él, a la libertad de prensa en el mundo.

Para comprender cabalmente el problema es preciso desglosar y examinar las diversas tácticas vinculadas al Estado chino y dirigidas a manipular los entornos informativos extranjeros. Pueden dividirse en cuatro categorías: la **propaganda**, es decir, la promoción activa de contenido gubernamental chino y de mensajes y medios de comunicación favorables a Beijín; la

**Estas tácticas, tomadas en su conjunto, se han expandido en la última década a tal punto que en el mundo cientos de millones de consumidores de noticias habitualmente miran, leen u oyen información generada o influenciada por el PCC, comúnmente sin tener conocimiento de sus orígenes.**



**desinformación**, que implica la difusión deliberada de contenidos engañosos a efectos de dividir al público y menoscabar la cohesión social, lo que se realiza cada vez más mediante actividades inauténticas en plataformas de medios sociales internacionales que se encuentran proscritas en China; la **censura**, incluida la supresión de información desfavorable y la obstrucción de medios de comunicación críticos del régimen; y la **influencia sobre nodos clave del flujo informativo**, que generalmente se ejerce mediante empresas de tecnología chinas estrechamente vinculadas al gobierno que crean o adquieren plataformas de difusión de contenido en otros países.

Estas tácticas, tomadas en su conjunto, se han expandido en la última década a tal punto que en el mundo cientos de millones de consumidores de noticias habitualmente miran, leen u oyen información generada o influenciada por el PCC, comúnmente sin tener conocimiento de sus orígenes. En efecto, incluso con el aumento de la influencia del partido y la adaptación de sus prácticas a los entornos mediáticos locales, en muchos países la percepción de sus capacidades y de su impacto no se ha mantenido a la par de su ritmo.

Un informe de *Freedom House* de enero de 2020 titulado *Beijing's Global Megaphone* concluyó que desde 2017 se había producido un aceleramiento de la constante evolución y expansión de los instrumentos mediáticos de la RPC.<sup>3</sup> En apariencia el ritmo del cambio se ha intensificado aún más en los últimos meses dados los intentos del PCC de restaurar su reputación internacional tras haber ocultado inicialmente el brote de COVID-19 y haberse aprovechado de la precariedad económica y de las divisiones políticas surgidas durante la crisis en el seno de las democracias y entre ellas. En la sección siguiente se presenta un breve panorama de las principales tácticas de influencia mediática utilizadas por el PCC, así como de las últimas tendencias para su formulación.

## PROPAGANDA

El gobierno chino y los medios estatales dedican cientos de millones de dólares por año a la transmisión de sus mensajes a públicos de todo el mundo. Si bien algunas de sus actividades entran en la esfera de la diplomacia pública o de las estrategias de “poder blando” que utilizan otros gobiernos, incluidos los democráticos,<sup>4</sup> también existen patrones claros que sugieren que Beijing recurre a metodologías deshonestas y corruptas para transmitir su mensaje. Las acciones de difusión del contenido mediático estatal suelen carecer de transparencia; las coproducciones o los medios privados cooptados enturbian aún más las motivaciones políticas y económicas que

impulsan cierta cobertura periodística. Durante décadas los medios de comunicación en idioma chino en el exterior han utilizado estas tácticas para difundir los mensajes del PCC, subvertir los medios locales, ampliar las voces favorables a Beijing y reprimir la cobertura crítica.<sup>5</sup> En la actualidad se las está aplicando, con ciertos efectos, a los medios masivos de comunicación tradicionales en otros idiomas. Entre las tácticas propagandísticas del PCC se encuentran las que se indican a continuación.

- **Fortalecimiento de la presencia y capacidad de los medios estatales oficiales** en el extranjero con la utilización de su propio membrete, incluso mediante plataformas sociales como Twitter y Facebook que se hallan proscritas en China. Las etiquetas o perfiles que utilizan estos medios oficiales para identificarse suelen omitir toda referencia a su calidad de estatales y generalmente se crean para lograr seguidores entre los internautas que se encuentran fuera de América del Norte y Europa Occidental.<sup>6</sup>
- **Insinuación de posturas oficiales en los medios masivos tradicionales extranjeros** mediante artículos de opinión elaborados por diplomáticos y funcionarios chinos en los que queda claro el vínculo de sus autores con el estado chino, así como de publinreportajes pagados y convenios de compartición de contenidos que, al menos en forma parcial, opacan los orígenes del contenido y del financiamiento del estado unipartidista chino. Estos mecanismos permiten la amplia circulación de los mensajes generados por los medios estatales o por las fuentes oficiales de China y llegan al público extranjero a través de sus medios informativos preferidos. A título ilustrativo puede indicarse que desde 2018 la Agencia de Noticias Xinhua, una entidad oficial china, viene celebrando convenios de intercambio de contenidos con servicios noticiosos locales de regímenes autoritarios y de países democráticos, entre los que se encuentran Australia, Italia, Bangladesh, India, Nigeria, Egipto, Tailandia, Vietnam, Bielorrusia y Laos.<sup>7</sup> Es muy probable que la mayoría de los consumidores de noticias de esos países no note la mención de Xinhua en la firma del artículo, e incluso si así lo hiciera es posible que desconozca la sumisión de dicha agencia al PCC.
- **Fomento de periodistas y medios extranjeros** que pueden producir su propio contenido favorable. Esto ocurre mediante acercamientos de la embajada china a redactores y a propietarios de medios (en ocasiones mediante actos de coerción implícitos o explícitos), cursos de capacitación, viajes a China con todos los gastos pagados, memorandos de entendimiento con sindicatos de periodistas, así como coproducciones y demás asociaciones que benefician política o económicamente a los medios locales, frecuentemente a cambio de una cobertura más positiva o menos crítica de China y de su gobierno.<sup>8</sup> En los últimos diez años el gobierno de la RPC ha patrocinado miles de viajes orquestados a China para periodistas, redactores y gerentes de medios de todo el mundo en los que se supervisan todos sus movimientos y se los suele exponer únicamente a un conjunto limitado de perspectivas oficiales sobre el desarrollo, las instituciones y la cultura del país. Se espera que a su regreso los periodistas publiquen artículos elogiosos sobre China en los medios de sus países, e incluso algunos han señalado que eso les fue expresamente indicado por sus anfitriones chinos. Las embajadas chinas (o a nivel local las organizaciones no gubernamentales [ONG] e instituciones de investigación que actúan como sus emisarias) realizan reuniones y conferencias de seguimiento dirigidas a periodistas y redactores extranjeros de alto nivel que consolidan las relaciones y las temáticas establecidas en los viajes a China.<sup>9</sup>
- **Adquisición de participaciones en compañías mediáticas locales ya existentes o constitución de nuevas empresas de medios** en mercados extranjeros. Estos proyectos son emprendidos por entidades estatales chinas, sociedades privadas estrechamente vinculadas al gobierno o empresarios individuales locales o chinos que simpatizan con Beijing. Incluso si estas adquisiciones no confieren a los compradores chinos una participación controlante, el acceso que logran les abre la posibilidad de ejercer su

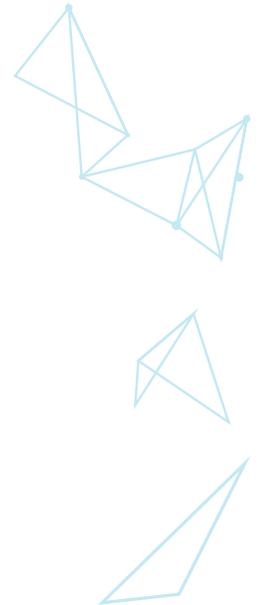
influencia editorial. Aunque algunos medios se han resistido a las vulneraciones de su independencia, la adquisición de participaciones efectuada por personas físicas o jurídicas vinculadas al PCC ha modificado la línea editorial: esta situación ha quedado bien documentada en casos en Taiwán,<sup>10</sup> Sudáfrica<sup>11</sup> y la República Checa.<sup>12</sup>

Además de la expansión de éstos y de otros medios de influencia del PCC en diversos países, han comenzado a surgir otras dinámicas y tendencias.

En primer lugar existe una intersección cada vez más clara entre la mayor influencia política del PCC en un entorno determinado y las tentativas de moldear el mensaje mediático. Más específicamente, cuando determinados dirigentes locales (en particular funcionarios de alto rango) procuran los favores de Beijín por motivos políticos y económicos reiteran los mensajes favorables a China y toman medidas que consolidan las versiones que prefiere el PCC, algunas veces a solicitud de funcionarios de la RPC, además de lograr que los medios locales les presten una atención considerable. A título ilustrativo puede señalarse que en los primeros momentos de la pandemia de COVID-19 altos funcionarios gubernamentales europeos, como el presidente de Serbia y el primer ministro de Italia, recibieron con beneplácito las aeronaves repletas de insumos médicos que llegaban a sus países desde China, además de realizar efusivas declaraciones públicas de gratitud por la ayuda brindada.<sup>13</sup> Este teatro político generó una notable atención mediática e intensificó la percepción pública de que la RPC había proporcionado más ayuda que la Unión Europea, incluso cuando no había sido así.<sup>14</sup>

En segundo lugar la producción de los medios estatales chinos y las demás acciones propagandísticas siguen diversificándose en otros idiomas. Inicialmente los principales medios del Estado como la Cadena Global de Televisión de China (conocida por sus siglas inglesas CGTN, la rama internacional de la difusora estatal Televisión Central de China) expandieron sus transmisiones al agregar el inglés al chino, y posteriormente el español, el francés, el ruso y el árabe. En la actualidad su impronta es evidente en un abanico mucho más amplio de idiomas y mercados. Los medios locales tailandeses están llenos de contenidos producidos por las emisoras estatales chinas.<sup>15</sup> Gran parte de la cobertura noticiosa relativa a China ofrecida por una de las principales agencias de noticias de Italia proviene de Xinhua.<sup>16</sup> En 2017 la sociedad del empresario Kevin Ho, quien se halla establecido en Macao, adquirió una participación del 30 por ciento en el *Global Media Group* de Portugal.<sup>17</sup> Desde entonces logró ocupar un escaño en la Asamblea Nacional Popular de China,<sup>18</sup> el órgano parlamentario del país que básicamente tiene una función de refrendo; el grupo mediático está procurando forjar nuevas alianzas en otros mercados lusófonos como Brasil y Mozambique.<sup>19</sup>

En tercer lugar, además de los mensajes habituales que pintan una imagen positiva de China y de su régimen, desde 2019 ha surgido un discurso más negativo y beligerante dirigido a quienes el PCC percibe como competidores, adversarios y enemigos. Inicialmente esta situación se tornó evidente en el marco de las protestas que estallaron en Hong Kong en el verano septentrional de 2019 en contra de una propuesta de proyecto de ley de extradición. En la actividad de Twitter y Facebook de los medios estatales chinos, entre elogiosas publicaciones sobre pandas, trenes bala, discursos de Xi Jinping y la Iniciativa de la Franja y la Ruta, se intercalaron videos en los que se equiparaba a los manifestantes hongkoneses con el grupo militante del Estado Islámico y al levantamiento de los activistas estudiantiles con la utilización de niños soldados.<sup>20</sup> Dado el deterioro de las relaciones entre China y Estados Unidos durante este último año, en particular después del brote de coronavirus, se ha registrado una agresiva promoción de los mensajes antiestadounidenses.<sup>21</sup>



## DESINFORMACIÓN

En 2016, cuando agentes rusos utilizaron tácticas de desinformación en un intento de injerir en las elecciones estadounidenses, surgieron algunas escasas pruebas de que Beijing había participado en estrategias similares dirigidas a manipular el discurso en los medios sociales internacionales. Es claro que esta situación ha cambiado, visto que la autoría de varias campañas de desinformación y de acciones de manipulación de contenidos se ha atribuido a perpetradores con sede en China, aunque sus métodos y objetivos suelen ser distintos de los respaldados por el Kremlin.<sup>22</sup> Según el *Oxford Internet Institute* 2019 fue el año en el que el gobierno chino exhibió “un nuevo interés en el uso agresivo de Facebook, Twitter y YouTube.”<sup>23</sup>

En los últimos dos años dichas plataformas de medios sociales anunciaron la eliminación a gran escala de cuentas inauténticas vinculadas a China. Investigaciones independientes efectuadas por periodistas, laboratorios de ideas y ONG revelaron campañas reiteradas y persistentes de difusión de información falsa y ultrajante relativa a los manifestantes prodemocráticos de Hong Kong, a los críticos del PCC, a los activistas de la sociedad civil dentro y fuera de China, a los políticos y a los candidatos electorales taiwaneses del Partido Democrático Progresista, y al COVID-19.<sup>24</sup> Entre los muchos mecanismos que utilizan se encuentran las granjas de contenidos que difunden información en diferentes plataformas en forma simultánea, así como páginas, cuentas y grupos de Facebook comprados o secuestrados, campañas de mensajes de texto, actividades coordinadas de troleo destinadas a manipular resultados de búsquedas y redes de robots automatizadas dedicadas a incidir en las etiquetas de Twitter. En muchos casos ha resultado difícil atribuir esas acciones a actores del estado unipartidista chino, aunque en varias instancias se han encontrado pruebas de su vinculación con ellas.<sup>25</sup> En todos los casos las campañas y redes parecían sustentar las bien documentadas preferencias políticas y de contenidos del PCC.<sup>26</sup>

**Con el fin de convencer los públicos dentro y fuera de China del mensaje del partido, tienen que controlar y suprimir los informes de los aspectos más oscuros del gobierno del PCC en el país y de las actividades de la RPC en el extranjero.**

Al igual que sucede con las acciones de propaganda, la escala y el público de las actividades de desinformación parecen estar ampliándose. Se registran ejemplos en idiomas distintos del inglés y el chino, tales como el serbio y el italiano.<sup>27</sup> Aparentemente el objetivo de algunas campañas en países como Estados Unidos,<sup>28</sup> Taiwán<sup>29</sup> y Argentina<sup>30</sup> es generar divisiones en el seno de las alianzas y sociedades democráticas en lugar de tan solo fomentar opiniones favorables a Beijing.<sup>31</sup>

## CENSURA

Hace diez años las acciones del PCC dirigidas a censurar los medios externos parecían centrarse principalmente en las emisoras internacionales que operaban dentro de China y en las ubicadas en el exterior que transmitían en idioma chino, incluidas las de Hong Kong y Taiwán. En general las campañas de injerencia en los medios tradicionales de Europa, Latinoamérica, África, el sudeste asiático y otros sitios se limitaban a actividades de propaganda (promoción de contenidos y mensajes de los medios estatales chinos) en lugar de a la supresión de la cobertura local de naturaleza crítica.<sup>32</sup>

Esa situación parece estar cambiando, en particular dado que las entidades vinculadas al Estado chino están aumentando sus inversiones en otros países y se tornan más sensibles a los debates locales sobre el papel de China. Los funcionarios de la RPC han comenzado a recurrir cada vez más frecuentemente al poder económico para silenciar comentarios o informes negativos difundidos por los medios en el idioma local.

A este respecto los métodos del PCC pueden agruparse en cuatro categorías principales: acciones directas de los representantes del gobierno chino, incentivos positivos y negativos para la autocensura de los propietarios de medios, presión indirecta mediante intermediarios como anunciantes y gobiernos locales, y ataques físicos, cibernéticos o verbales.

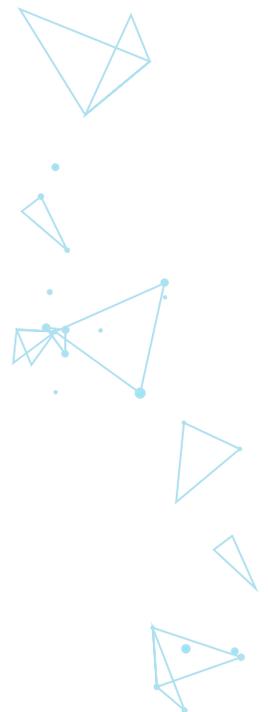
En Suecia y Rusia, por ejemplo, funcionarios de la embajada de la RPC han insultado y amenazado a periodistas y a medios noticiosos por haber difundido informes en los que criticaban al régimen por la situación económica de China o la persecución de Gui Minhai, el propietario de una librería que también fue víctima de un secuestro.<sup>33</sup> Cuando periodistas de un medio informativo de Nigeria procuraron cubrir noticias específicas que podrían haber resultado desfavorables para China, los redactores presuntamente priorizaron la información proporcionada por funcionarios de la embajada de la RPC y promovieron un ángulo más positivo.<sup>34</sup> En la República Checa, un análisis del contenido de la cobertura realizada por un grupo mediático adquirido por el conglomerado energético y financiero CEFC, una empresa pretendidamente privada con estrechos lazos con el gobierno chino y con células internas del PCC,<sup>35</sup> registró una considerable disminución de los informes noticiosos sobre China de carácter negativo o incluso neutral y un aumento de los positivos tras el cambio en la titularidad societaria.<sup>36</sup> En Sudáfrica, cinco años después de que dos empresas vinculadas a los medios estatales y al gobierno chino adquiriesen una participación del 20 por ciento en el segundo grupo mediático más grande del país, se produjo la interrupción abrupta de la columna de un periodista que examinaba la represión de los uigures en Xinjiang a manos del gobierno chino.<sup>37</sup> En Nepal, en mayo de 2019 la agencia noticiosa estatal del país (que tiene un convenio de compartición de contenido con Xinhua) inició la investigación de tres periodistas que habían distribuido una noticia sobre el Dalai Lama, el líder espiritual tibetano exiliado cuyo nombre e imagen se hallan fuertemente censurados dentro de China.<sup>38</sup>

No es casualidad que las acciones multimillonarias de Beijín para expandir el alcance de los medios estatales hayan estado acompañadas de intentos progresivos dirigidos a silenciar las voces y reportajes críticos de otros países. Con el fin de convencer los públicos dentro y fuera de China del mensaje del partido, tienen que controlar y suprimir los informes de los aspectos más oscuros del gobierno del PCC en el país y de las actividades de la RPC en el extranjero. En efecto, en numerosas instancias la expansión de los servicios informativos estatales chinos en un entorno determinado como los mercados mediáticos de Francia,<sup>39</sup> Camboya,<sup>40</sup> Hong Kong<sup>41</sup> y Papúa Nueva Guinea,<sup>42</sup> tan diversos entre sí, ha coincidido con el desplazamiento de fuentes de información críticas del gobierno chino o poseedoras de mayor independencia editorial, o ha generado directamente dicho desplazamiento.<sup>43</sup>

## CONTROL DE LOS SISTEMAS DE TRANSMISIÓN DE CONTENIDO FUERA DE CHINA

En la última década las empresas chinas se han tornado más activas en la elaboración de infraestructuras de información y de sistemas de transmisión de contenido en el extranjero. Si bien los gigantes tecnológicos como Huawei y Tencent son empresas de titularidad privada, mantienen lazos estrechos con el gobierno de la RPC y con sus servicios de seguridad, y suelen proporcionar su ayuda al estado unipartidista dentro de China en materia de censura y vigilancia.<sup>44</sup> La expansión internacional de dichas empresas ha sido aprobada explícitamente por el PCC.<sup>45</sup>

La mayor injerencia y control de las vías de transmisión y difusión de contenido logradas por esas y otras empresas chinas abren las puertas a todo un nuevo plano de influencia. Los encargados de los controles de acceso que simpatizan con el PCC se hallan ahora posicionados para manejar los flujos de información en otros países. El analista Peter Mattis ha planteado que en la última década el enfoque del PCC se ha dirigido casi en igual medida al control del medio y del mensaje: “En esencia, de este modo pueden contar con un monopolio del entorno informativo, lo que facilita la recepción y aceptación de sus mensajes.”<sup>46</sup>



Ya hay pruebas de que las empresas chinas hacen uso de su control de los canales de difusión a fin de crear ventajas para los medios estatales de su país o para suprimir información que Beijing estima indeseable. En el sector de la televisión digital de África las firmas chinas como StarTimes se han transformado en protagonistas dominantes. Si bien ofrecen servicio televisivo a millones de personas que antes no tenían acceso a él, sus acciones benefician indirectamente a los medios estatales chinos. Los paquetes más asequibles, que consecuentemente son los más populares, ofrecen una combinación de estaciones locales y emisoras estatales chinas. Los planes que incluyen fuentes noticiosas internacionales más independientes, como la *British Broadcasting Corporation* (BBC) o *Cable News Network* (CNN) son considerablemente más caros. Más allá de África las empresas chinas participan en la expansión de la televisión digital en países como Pakistán, Camboya y Timor Oriental, en donde también se detectan indicios de acceso ventajoso para las televisoras estatales chinas.<sup>47</sup>

En el ámbito de los medios sociales el creciente papel de las empresas chinas en los sistemas de transmisión de contenidos le da la oportunidad al PCC de incidir en la opinión de los extranjeros respecto de China y en las noticias que reciben de sus propios países y dirigentes políticos, lo cual puede afectar la formulación de políticas y los resultados electorales.<sup>48</sup> Es lo que ya ha sucedido en las comunidades de la diáspora china en las que se ha constatado que WeChat, la popular aplicación de mensajería de Tencent, ha censurado las publicaciones de activistas chinos y de medios independientes, además de permitir la amplia difusión de medios y mensajes favorables a Beijing. El diseño de la aplicación también ha sido objeto de críticas por su tendencia a no enfatizar la fuente y la fiabilidad de la información, a contribuir a la diseminación de información inveraz y a hacer que la lucha contra las noticias falsas sea aún más difícil que en otros medios sociales.<sup>49</sup> La intensificación del uso de WeChat entre los no sinohablantes en diversos lugares, que van desde Malasia y Mongolia hasta Australia y Canadá, constituye una sólida base para futuras campañas de desinformación o de interferencia electoral orquestadas por el PCC.

Por otro lado, Reuters informó en agosto de 2020 que desde 2018 hasta mediados de 2020 la compañía tecnológica china ByteDance censuró artículos críticos del gobierno chino en su aplicación de recopilación de noticias Baca Berita (BaBe), utilizada por millones de personas en Indonesia, por instrucciones de un equipo situado en la sede de la empresa en Beijing.<sup>50</sup> Presuntamente los contenidos restringidos incluían referencias a “Tiananmen” y a “Mao Zedong,” así como a las tensiones entre China e Indonesia por el Mar de China Meridional y la proscripción local de la aplicación de intercambio de videos TikTok, que también es propiedad de ByteDance. Informes contradictorios de la empresa y de diversas fuentes citadas en el artículo alegan que las reglas de moderación se tornaron menos restrictivas en 2019 o a mediados de 2020.

## EFFECTOS

Dada la gran cantidad de recursos invertidos por el estado unipartidista chino en sus acciones de propaganda y censura en el extranjero resulta importante preguntarse qué nivel de eficacia ha logrado en las distintas partes del mundo, ya sea en cuanto a su moldeo de las percepciones de público o de la consecución de otros objetivos del PCC, como la represión de las críticas. La respuesta a este interrogante es heterogénea. Algunas de las iniciativas de Beijing han encontrado obstáculos considerables, en particular en relación con el inicio de la pandemia de COVID-19 y la detención masiva de los uigures en Xinjiang, lo que neutralizó los avances conseguidos. Otros proyectos han resultado notablemente

**Las mediciones de la opinión pública o periodística no nos presentan el panorama completo. Resultan de igual o mayor importancia los mecanismos más sutiles utilizados por Beijing para insinuar eficazmente sus contenidos, su poder económico y su incidencia en los mercados mediáticos extranjeros.**

eficaces o han sentado las bases para obtener logros a largo plazo. En lo relativo a la imagen de China en el mundo, hay encuestas de opinión y estudios académicos que indican que en los primeros años de la expansión mediática estatal se registró una mejora en el sentir personal de la gente en cuanto a China y a Xi Jinping, en especial en el hemisferio sur (incluidos varios países africanos),<sup>51</sup> así como en lugares como India, Brasil, Argentina y el Líbano.<sup>52</sup> No obstante, encuestas del Pew Research Center indican que a partir de 2015 se produjo una disminución, en ocasiones vertiginosa, del porcentaje de la población con una opinión favorable de China en influyentes países en desarrollo como Indonesia, Filipinas, India, Brasil, Argentina y Kenia.<sup>53</sup> Aunque resulta difícil individualizar el motivo preciso de dicha disminución, ha coincidido con las acciones más agresivas de Beijing en el Mar de China Meridional, con el programa de detenciones masivas implantado por el régimen en Xinjiang (y su divulgación por los medios e investigadores internacionales) y con las drásticas maniobras del gobierno de la RPC dirigidas a coartar la libertad y la autonomía de Hong Kong. Después de que la propagación internacional del coronavirus se viera exacerbada por el encubrimiento inicial a manos de los funcionarios del PCC, la opinión pública de China y de Xi Jinping llegó a sus niveles históricos más bajos en muchos países,<sup>54</sup> especialmente en los de economías avanzadas.<sup>55</sup>

En efecto, la capacidad del régimen de cambiar favorablemente la percepción pública (incluso en cuanto a los orígenes de la pandemia de coronavirus) ha encontrado serias dificultades. Una encuesta a 26.000 personas en 25 países realizada por el *YouGov-Cambridge Globalism Project* y publicada en octubre de 2020 indicó que la abrumadora mayoría de los encuestados en cada uno de los países, con excepción de China, creía que el coronavirus se detectó por primera vez en ese país asiático: 83 por ciento en Arabia Saudita y 85 por ciento en Nigeria, España y Sudáfrica.<sup>56</sup> Se registraron esos resultados a pesar de que en Twitter medios estatales y diplomáticos de la RPC intentaron persistentemente desviar la culpa y reasignar el origen del virus a Estados Unidos, a Italia o a otros sitios. En términos más amplios, en la comunidad de actuales y futuros periodistas de muchos países en desarrollo parece haber escepticismo respecto de los medios estatales chinos, a quienes se les atribuye un bajo nivel de credibilidad. Esa realidad ha quedado evidenciada en encuestas y reuniones de grupos focales realizadas en Kenia y Sudáfrica,<sup>57</sup> así como en entrevistas con profesionales de los medios en países de la región del río Mekong.<sup>58</sup>

No obstante, las mediciones de la opinión pública o periodística no nos presentan el panorama completo. Resultan de igual o mayor importancia los mecanismos más sutiles utilizados por Beijing para insinuar eficazmente sus contenidos, su poder económico y su incidencia en los mercados mediáticos extranjeros, así como la medida en la que estas acciones han comenzado a dar sus frutos. Los convenios de intercambio de contenidos celebrados por Xinhua y las demás alianzas similares constituidas durante un periodo de muchos años han hecho que en la actualidad haya gran cantidad de contenido de los medios estatales chinos que domina partes de las noticias en lugares como Italia y Tailandia. En algunos países se ha reprimido la cobertura de las posibles desventajas de la inversión extranjera china y de los créditos chinos al exterior. Las organizaciones mediáticas no favorecidas han tenido dificultades económicas o se han sido amenazado con ellas. Las constantes acciones de cooptación o marginalización de los medios independientes establecidos por la diáspora china y de censura de las opiniones críticas en plataformas sociales de propiedad china como WeChat han disminuido el acceso del público chino en el exterior a información imparcial sobre acontecimientos en China, a la relación de sus propios países con Beijing y a otros temas de pertinencia para su vida cotidiana.

## CÓMO LLEGAMOS A ESTA SITUACIÓN: FORTALEZAS DEL PCC Y VULNERABILIDADES DE LA DEMOCRACIA

Una de las explicaciones de la creciente influencia ejercida por Beijing en otros países es sencillamente que en las últimas dos décadas China ha surgido como una de las potencias mundiales. En el año 2000 era la sexta economía más grande<sup>59</sup> y solamente contaba con 22 millones de usuarios. En la actualidad es la segunda economía mundial y posee, con mucho, la mayor cantidad de usuarios de internet: según cifras del gobierno eran más de 900 millones a marzo de 2020.<sup>60</sup>

**Los gobiernos democráticos han comenzado a percibir que las actividades de influencia mediática del PCC pueden constituir una amenaza para la libertad de prensa, las instituciones democráticas e incluso para la seguridad nacional. No obstante, si responden en forma demasiado dura o sin la debida consideración se arriesgan a dañar las libertades que en última instancia están procurando proteger.**

A esta intensificación general de la presencia internacional de China se le agrega la enorme cantidad de recursos humanos y financieros que el PCC, los medios estatales y los empresarios tecnológicos chinos han invertido específicamente con el objeto de ampliar su alcance al público extranjero. Según estimaciones verosímiles dichas inversiones ascienden a cientos de millones de dólares por año, e incluso podrían superar esa cifra.<sup>61</sup> Más allá del sector mediático, el alto nivel de compromiso del gobierno chino con otros estados, por ejemplo mediante el vasto programa de comercio y desarrollo de infraestructura lanzado en 2014 y denominado “Iniciativa de la Franja y la Ruta,” ha generado nuevos incentivos para que los políticos locales procuren los favores de Beijing. Cuando las inversiones se dirigen a industrias o a localidades que revisten importancia política o que atienden los intereses comerciales de los propietarios de medios locales resulta más probable que la cobertura noticiosa refleje las preferencias implícitas o explícitas de Beijing, ya sea mediante el fomento sin críticas de proyectos vinculados con China o una reticencia a la publicación de investigaciones o comentarios que podrían poner a dichos proyectos en tela de juicio. La enorme cantidad de usuarios de internet en China constituye asimismo un poderoso atractivo para las entidades mediáticas extranjeras que buscan consumidores para sus ofertas de entretenimiento y demás productos, lo que las motiva a actuar con mucha cautela ante las autoridades de ese país.<sup>62</sup>

Queda claro que el PCC cuenta con una serie de activos de importancia que sustentan sus acciones de influencia mediática, aunque su éxito se ve favorecido por las debilidades de países democráticos y semidemocráticos, que no deben soslayarse.

La **vulnerabilidad financiera** de los medios locales, debida en parte a las fuerzas del mercado y a los cambios tecnológicos, los hace más proclives a la aceptación de publirreportajes pagados o a la venta de participaciones a empresas o a personas físicas estrechamente ligadas al gobierno de la RPC. A las entidades mediáticas con problemas de liquidez se les dificulta rechazar las alianzas y contenidos gratuitos que ofrecen los medios estatales chinos como Xinhua. La estructura de financiamiento de los medios, que incluye su dependencia de los ingresos por publicidad, proporciona una oportunidad para que los diplomáticos y compañías de China ejerzan su influencia mediante el financiamiento de publicidad o la intimidación a otras empresas para que quiten anuncios en medios no favorecidos por el régimen, lo cual daña su sustentabilidad. Hay pocos gobiernos que han querido o podido reemplazar los ingresos perdidos por las organizaciones mediáticas prohibidas en China o sancionadas por los anunciantes a instancias de Beijing.

En muchas partes del mundo existe un **desequilibrio entre la experticia** de los actores chinos y la de la sociedad civil, los políticos, periodistas y laboratorios de ideas locales, lo cual beneficia a

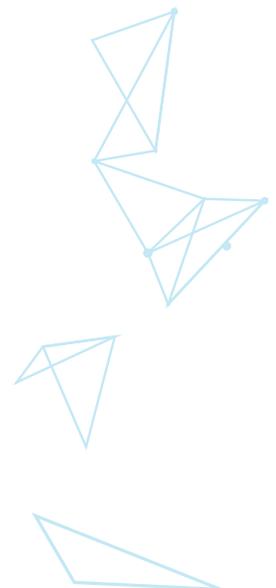
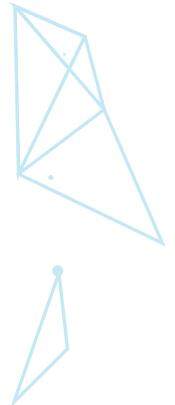
Beijín. En particular, a nivel local el grado de pericia independiente relativa a China y al PCC en sí suele ser relativamente bajo, incluso en lo que respecta al control estructural de los medios estatales que ejerce el PCC, al excesivo protagonismo del Departamento Central de Propaganda de dicho partido en el dictado de los mensajes y a las actividades de cooptación extranjera del Departamento de Trabajo del Frente Unido. En cambio, se ha producido un aumento exponencial en el grado de experticia regional de los medios de comunicación estatal y de los diplomáticos chinos que operan en el extranjero, lo que se traduce en la aplicación de un enfoque más perfeccionado en lo relativo a la influencia en los medios extranjeros que aprovecha los resquicios de los sistemas políticos democráticos y se dirige al público local con mensajes adaptados a cada caso.<sup>63</sup>

En general Beijín ya ha hecho **grandes avances en el sector de los medios que transmiten en idioma chino en países que cuentan con una gran diáspora china**. El activismo de los grupos de exiliados que son críticos del PCC, como los promotores de la democracia, los uígures, los tibetanos y los practicantes del Falun Gong, impulsa a los diplomáticos chinos a desplegar tácticas más agresivas destinadas a suprimir todo discurso y cobertura noticiosa de índole desfavorable. A pesar de la constante resistencia de dichos grupos y de que algunos gobiernos democráticos son cada vez más conscientes de la necesidad de protegerlos y de brindar apoyo a las alternativas mediáticas independientes, las campañas de larga data dirigidas a la diáspora constituyen una base para ejercer una influencia más amplia en los medios tradicionales locales.

Existen otros factores, en especial ciertas formas de manipulación política o electoral, que podrían intensificar la vulnerabilidad de las democracias. Uno de ellos es el uso generalizado entre los integrantes de la diáspora china y de usuarios no sinohablantes de **aplicaciones chinas de medios sociales o de recopilación de noticias**. Otro factor es el **alto nivel de polarización política** que siembra la desconfianza en los medios tradicionales y genera divisiones o aliados naturales que podrían ser explotados por actores vinculados al Estado chino para beneficio de Beijín.

El profundo **sentimiento antiestadounidense o antioccidental** del público en general en algunos países, particularmente en Latinoamérica, Oriente Medio o África, podría menoscabar las advertencias de Washington o de sus aliados sobre los peligros de las inversiones de los estados autoritarios en los medios de comunicación. Es posible que los escépticos a nivel local estén listos para establecer un paralelismo entre la amenaza descrita y las actividades similares de actores europeos o estadounidenses. Un ejemplo: podrían alegar que tanto TikTok como Facebook han vendido datos de usuarios a terceros o facilitado la diseminación de desinformación politizada, o que Francia, el Reino Unido y Estados Unidos financian iniciativas mediáticas extranjeras independientemente de las diferencias fundamentales en materia de independencia editorial que existen entre estos servicios y los de China, o que algunos observadores indican que CNN y CGTN presentan mensajes sesgados y hacen caso omiso a la enorme brecha en sus contextos comerciales, jurídicos y políticos.

Los gobiernos democráticos han comenzado a percibir que las actividades de influencia mediática del PCC pueden constituir una amenaza para la libertad de prensa, las instituciones democráticas e incluso para la seguridad nacional. No obstante, si responden en forma demasiado dura o sin la debida consideración se arriesgan a dañar las libertades que en última instancia están procurando proteger. **Los instrumentos de política tajantes**, como las restricciones de visado a periodistas con pasaportes de la RPC, independientemente de la organización mediática para la que trabajen, o la prohibición arbitraria de ciertas aplicaciones de propiedad china en lugar de establecer una normativa clara sobre privacidad de datos que se aplique a todas las empresas, pueden resultar contraproducentes y perjudicar al tipo de voceros independientes que podría mitigar el impacto de los medios favorables a Beijín. Es posible que dichas restricciones potencien las acusaciones de hipocresía de los funcionarios de la RPC y de otras personas en el sentido de que esencialmente son réplicas de tácticas autoritarias. Es probable que a largo plazo resulte más fructífero implementar políticas más matizadas dirigidas específicamente a las amenazas más serias o a la aplicación neutral de normas de transparencia e imparcialidad a toda la industria.



## ¿UN CAMBIO EN LA TENDENCIA? FUENTES DE RESILIENCIA Y EXPERIENCIAS ADQUIRIDAS

A pesar de las fortalezas demostradas por el PCC y las oportunidades que ofrecen ciertas debilidades de la democracia, el análisis de determinados acontecimientos mundiales recientes indican un aumento acumulativo de la promoción de causas, de la experticia, de la formulación de políticas y de normas legales, así como de otras actividades dirigidas a contrarrestar la influencia mediática de Beijing y a proteger la institucionalidad democrática.

Los casos señalados en las páginas trece y catorce son una pequeña muestra de los mecanismos que han aplicado ciertos actores no gubernamentales (para dar solo un ejemplo) en respuesta a la presión del PCC a la libertad de prensa. Uno de ellos, que se utiliza comúnmente, **es la exposición y análisis de las tácticas y campañas de desinformación**. En el transcurso del año pasado hubo laboratorios de ideas, periodistas de investigación y empresas tecnológicas y de seguridad cibernética que tuvieron tiempo para examinar la creciente cantidad de conjuntos de datos correspondientes a campañas de desinformación vinculadas a China, y elaboraron una serie de documentos sobre el tema que sentó las bases para el fortalecimiento de las actividades de prevención, supervisión y remediación.<sup>64</sup> En el **sector tecnológico**, empresas internacionales de medios sociales como Twitter, Facebook y YouTube, en coordinación con investigadores y actores de la sociedad civil, tomaron nuevas medidas durante el año pasado dirigidas a rastrear actividades inauténticas ligadas a China, exponer campañas emergentes, dar de baja cuentas problemáticas e implementar sistemas de etiquetado que identifiquen claramente las cuentas financiadas o afiliadas al Estado chino.<sup>65</sup>

En el sector de los medios varias prominentes organizaciones noticiosas con sede en el Reino Unido o en Estados Unidos han **dejado de publicar suplementos de publipreportajes de medios estatales chinos**. Si bien las organizaciones mediáticas no han realizado declaraciones públicas para explicar los cambios, éstos se han producido en un momento en el que los informes periodísticos destacaron el contenido problemático de los suplementos sobre COVID-19,<sup>66</sup> ha aumentado la transparencia de los ingresos generados por los publipreportajes<sup>67</sup> y sus propios corresponsales fueron expulsados por el gobierno chino.<sup>68</sup>

En Hong Kong y Taiwán las **empresas emergentes de medios digitales** en inglés y en chino han logrado una influencia creciente, lo que contrarresta la autocensura de los medios tradicionales. Muchas de esas empresas son organizaciones sin fines de lucro o fueron fundadas por periodistas del ámbito televisivo o de prensa preocupados por incumplir la autocensura relativa a China. Ese entorno los hace menos vulnerables a cambios en la titularidad empresarial que podrían coartar su independencia editorial. No obstante, su experimentación con modelos de financiamiento ha arrojado resultados heterogéneos. Los organismos mediáticos con sede en Hong Kong se enfrentan a nuevos retos desde que en junio de 2020 Beijing impuso en el territorio la represiva Ley de Seguridad Nacional.<sup>69</sup>

En varios países y regiones diversos sectores de la sociedad civil han lanzado **nuevas iniciativas para hacer un seguimiento de los medios estatales chinos y de los demás mecanismos de injerencia del PCC**. Entre ellas se encuentran proyectos de apoyo a investigaciones periodísticas sobre China, documentación de mensajes mediáticos y actividades en medios sociales de diplomáticos y emisoras estatales de dicho país, exhaustivos estudios de casos de las redes de influencia en distintos ámbitos, así como documentos de políticas bien fundamentados que ofrecen a los decisores soluciones concretas de tipo legislativo, regulatorio y de otras índoles. Algunas de las respuestas más eficaces a la problemática influencia del PCC en los medios se han logrado mediante colaboraciones intersectoriales. A continuación se presentan algunos ejemplos.

- Un proyecto conjunto entre una firma de análisis de datos y un periodista de investigación se tradujo en un informe sobre una campaña de manipulación de los robots de Twitter en Italia.<sup>70</sup>
- Tras denuncias de un ciudadano británico y de un grupo de la sociedad civil europea, la Oficina de Comunicaciones, el ente regulador de medios del Reino Unido conocido como *Ofcom* en inglés, investigó a CGTN y la declaró culpable de infringir normas de difusión.<sup>71</sup>
- Gracias a la acometedora atención y acción de las entidades gubernamentales de Taiwán, de empresas tecnológicas internacionales y de la sociedad civil local las elecciones generales taiwanesas de enero de 2020 parecen haber sido menos vulnerables a las campañas de desinformación vinculadas al Estado chino, y su nivel de influencia sobre ellas parece haber sido inferior en comparación con los comicios para alcaldes de noviembre de 2018.

Las mencionadas acciones han sido relativamente exitosas en el cercenamiento de inversiones problemáticas en los medios, la obstaculización de las campañas de desinformación, el aumento de la transparencia y la reorientación de incentivos en una dirección menos favorable a Beijín. No obstante, queda aún un enorme potencial inexplorado en materia de proyectos de desarrollo mediático, de formación y capacitación periodística y de normativa de difusión para proteger y afianzar la independencia de los medios. Estos instrumentos pueden y deben desplegarse en forma más sistemática a fin de abordar los retos que impone la influencia mediática china. En efecto, muchas de las acciones destinadas a proteger a los medios extranjeros de la manipulación del PCC servirían también para resguardarlos de otros mecanismos de injerencia maliciosa, ya sea de origen nacional o extranjero, además de lograr una mejora general en la capacidad y autonomía periodística del país de que se trate.

## PERSPECTIVAS A FUTURO E IDEAS PARA LA SOCIEDAD CIVIL

Durante la última década el entorno mundial de medios ha sufrido cambios sosegados pero notables. China y su Partido Comunista gobernante son ahora actores integrales en las plazas mediáticas del planeta: han demostrado que ningún mercado es demasiado pequeño para ameritar su atención. Este fenómeno continúa expandiéndose. Todos los sistemas democráticos o semidemocráticos presentan a nivel interno una serie de desasosiegos, retos y debates regulatorios en cuanto a la libertad de prensa y en internet. No obstante, en la actualidad resulta imperativo que todos los partícipes del espacio mediático, sean éstos periodistas, reguladores, empresas de tecnología, grupos de defensa de la libertad de prensa o simples consumidores de noticias, reconozcan la influencia del régimen autoritario chino en la información que circula en sus publicaciones impresas, contenidos de medios sociales y transmisiones radiales y televisivas. Es preciso que sean conscientes de las tácticas del PCC, que estén atentos a los inconvenientes que pueden surgir de su interacción y asociación con medios operados por el Estado chino y preparados para la presión política y económica aplicada a fin de que adapten contenidos o se sometan de alguna otra forma a la propaganda favorable a Beijín, a la desinformación y a la censura o autocensura.

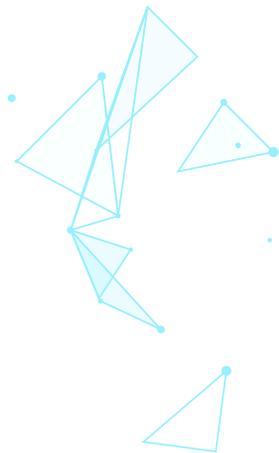
En los últimos diez años han ocurrido cientos de incidentes en todo el mundo que demuestran que las acciones de manipulación son inevitables una vez que el PCC, o una empresa, entidad mediática

**En los últimos diez años han ocurrido cientos de incidentes en todo el mundo que demuestran que las acciones de manipulación son inevitables una vez que el PCC, o una empresa, entidad mediática o propietario de medios estrechamente vinculados a él, se insertan en un canal de difusión informativa.**

## RESILIENCIA AL PODER INCISIVO EN TODO EL ECOSISTEMA MEDIÁTICO

Sector	Respuesta no gubernamental	Localidad	Detalles
Mediático	Suspensión de publirreportajes pagados	Estados Unidos, Reino Unido	Varias organizaciones noticiosas estadounidenses y británicas suspendieron la totalidad o parte de los suplementos de publirreportajes de los medios estatales chinos. Entre ellas se encuentran <i>el Telegraph</i> , <i>Economist</i> , <i>New York Times</i> , y <i>Washington Post</i> . <sup>72</sup>
Mediático	Lanzamiento de empresas emergentes de medios digitales independientes	Taiwán, Hong Kong	Ciertos periodistas profesionales descontentos con la creciente autocensura en los medios tradicionales debida a la influencia del PCC lanzaron medios noticiosos digitales alternativos como <i>Storm Media</i> , <i>New Talk</i> , <i>InMedia</i> , <i>Hong Kong Free Press</i> e <i>Initium Media</i> .
Mediático	Rechazo de contenidos pagados que claramente presentaban desinformación difamatoria	Argentina	Por lo menos tres medios se negaron a aceptar una oferta (presentada por un intermediario local que actuaba en representación de un mandante chino) para la publicación de un artículo cuestionable que denostaba a practicantes locales del Falun Gong por constituir una amenaza a la salud pública durante la pandemia de COVID-19. <sup>73</sup>
Mediático	Publicación de informes exhaustivos sobre la influencia mediática de China en el mercado mediático local	Tailandia, Sri Lanka	El <i>Thai Inquirer</i> y <i>Colombo Gazette</i> publicaron extensos artículos sobre la inserción de Xinhua y de otros medios estatales chinos en sus respectivos mercados mediáticos locales. <sup>74</sup>
Mediático	Participación en una resistencia sectorial colectiva	Ghana	La <i>Asociación Ghanesa de Emisoras Independientes</i> (Ghanian Independent Broadcasters Association) envió una carta a los reguladores en la que expresaba su inquietud por un posible contrato de USD 95.000.000 con el <i>StarTimes</i> , una publicación con sede en Beijing, para la construcción de infraestructura televisiva digital en Ghana; en dicha misiva también instaba al gobierno a utilizar empresas locales a esos efectos y a proteger al sector de las emisoras de los controles de contenido fomentados por Beijing.
Mediático	Exposición de acciones de la embajada china dirigidas a dictaminar la cobertura mediática local	India	Un periodista indio reveló una carta amenazadora enviada por la embajada china a 250 cronistas en la que se exigía la utilización de frases acuñadas por el gobierno chino en el marco de la cobertura del Día Nacional de Taiwán, lo que generó una resistencia aún más amplia. <sup>75</sup>
Mediático	Publicación de artículos periodísticos contextualizados y objetivos después de haber participado como invitado en visitas guiadas a Xinjiang con el patrocinio del gobierno chino	Albania, Jordania	Un periodista y un profesor universitario originarios de países de mayoría musulmana participaron como invitados en visitas guiadas a Xinjiang en las que fueron a centros de detención, entre otros sitios, y realizaron investigaciones que fueron más allá del mensaje oficial del gobierno chino en las que describieron fuertes restricciones de seguridad y mezquitas cerradas. <sup>76</sup>
Mediático	Presentación de denuncias ante un mecanismo local de reparaciones por despido en circunstancias sospechosas	Canadá	Un redactor del <i>Global Chinese Press</i> presentó una denuncia ante el Tribunal de Derechos Humanos de Columbia Británica por su presunto despido motivado por acciones no apreciadas por Beijing. <sup>77</sup>
Mediático / Sociedad civil	Logro de un equilibrio de artículos de opinión publicados por diplomáticos chinos	Chile	Después de que el embajador de China publicara en <i>El Mercurio</i> un artículo de opinión que atacaba a un legislador chileno por haber visitado a dirigentes del movimiento democrático de Hong Kong, la Fundación para el Progreso elaboró una carta a la redacción y ayudó al activista hongkonés Joshua Wong a traducir y publicar una respuesta a dicho artículo. <sup>78</sup>
Mediático / Sociedad civil	Detección y análisis de campañas de desinformación	Italia, Serbia, Taiwán	Agrupaciones de medios y de la sociedad civil ( <i>Formiche</i> , <sup>79</sup> <i>Digital Forensics Center</i> <sup>80</sup> y <i>Doublethink Lab</i> <sup>81</sup> ) realizaron actividades de detección y de análisis forense de campañas de desinformación en Twitter, Facebook y LINE.

Sector	Respuesta no gubernamental	Localidad	Detalles
Mediático / Sociedad civil	Investigación de la manipulación de contenidos que afecta a los usuarios extranjeros de aplicaciones de medios sociales de propiedad china	Indonesia, Alemania, Canadá, mundial	Se realizaron investigaciones que revelaron la manipulación sistemática de contenidos en TikTok, <sup>82</sup> la plataforma de videos cortos de ByteDance, y en Baca Berita, <sup>83</sup> su recopiladora de noticias. <i>Citizen Lab</i> investigó la vigilancia por motivos políticos de las publicaciones de usuarios internacionales en WeChat. <sup>84</sup>
Mediático / Sociedad civil	Encuestas a sindicatos de periodistas y publicación de recomendaciones emanadas del sector mediático	Mundial	La Federación Internacional de Periodistas realizó una encuesta a 58 sindicatos del ramo en diferentes partes del mundo que reveló patrones de las tácticas de injerencia del PCC además de ofrecer recomendaciones a los sindicatos de periodistas y a los propietarios de medios. <sup>85</sup>
Sociedad civil	Presentación de denuncias ante un ente regulador de emisoras por contravenciones de medios estatales chinos	Reino Unido	<i>Safeguard Defenders</i> (Salvaguarda de los Defensores) lanzó una campaña para ayudar a las víctimas de confesiones televisadas forzadas que salieron al aire en el Reino Unido a presentar denuncias que derivaron en investigaciones a medios estatales chinos con la probabilidad de sanciones. <sup>86</sup>
Laboratorio de ideas (think tank)	Seguimiento y análisis de las actividades e injerencias en los medios sociales internacionales	Estados Unidos, mundial	El sistema Hamilton 2.0 Dashboard del <i>German Marshall Fund</i> ha generado una recopilación de los mensajes publicados en Twitter, Facebook y YouTube por los medios estatales y diplomáticos chinos, lo cual permite su documentación y análisis. <sup>87</sup>
Laboratorio de ideas	Análisis de contenidos relativos a la influencia de los medios chinos en países determinados	República Checa, Eslovaquia, Hungría y Polonia	El proyecto <i>MapInfluenCE</i> ha proporcionado análisis de contenidos de la cantidad y carácter de las coberturas noticiosas sobre China en Europa Central, <sup>88</sup> además de ofrecer un esquema de las redes sociales de quienes marcan las pautas del discurso mediático. <sup>89</sup>
Laboratorio de ideas	Conferencias anuales y periódicas sobre la influencia del PCC en diversos países y sectores, incluido el mediático y el tecnológico	República Checa Europa, Taiwán, Asia-Pacífico	<i>Sinopsis</i> celebra una conferencia anual denominada "Mapeo de la impronta china en el mundo," que en 2020 incluyó ponencias sobre la República Checa, Estonia, Finlandia, Alemania, Japón, Lituania, Polonia, Suecia y Suiza. <sup>90</sup> <i>Doublethink Lab</i> reunió a especialistas de Europa, América del Norte y Asia-Pacífico en el evento " <i>China in the World Online Meeting</i> " (Reunión Virtual sobre China en el Mundo).
Laboratorio de ideas	Elaboración de detallados informes de políticas sobre opciones legislativas y regulatorias para abordar instancias de influencia mediática extranjera hostil	República Checa	<i>MapInfluenCE</i> elaboró un informe de políticas con recomendaciones para la Unión Europea relativas a temas regulatorios complejos como el análisis de inversiones, normas sobre propiedad cruzada y transparencia en la propiedad de los medios. <sup>91</sup>
Tecnológico	Etiquetado de los contenidos de los medios de Estados autoritarios	Estados Unidos, mundial	Facebook y Twitter introdujeron etiquetas que informan a los usuarios que las páginas y publicaciones de los medios estatales chinos están "financiadas por el Estado chino" o "afiliadas al Estado chino."
Tecnológico	Restricción de los derechos de publicidad de las cuentas de medios estatales	Twitter, Global	Twitter actualizó su política de publicidad a fin de impedir que "los medios noticiosos controlados económica o editorialmente por un Estado" (incluidos los que tienen sede en China) utilicen el servicio publicitario. <sup>92</sup>
Tecnológico	Detección, desmantelamiento y exposición pública de las campañas de desinformación	Estados Unidos, Taiwán, mundial	Facebook, Twitter y YouTube eliminaron redes inauténticas de desinformación vinculadas con China, reconocieron públicamente las campañas y compartieron con investigadores y periodistas la totalidad o parte de conjuntos de datos a efectos de su análisis. <sup>93</sup>
Tecnológico / Sociedad civil	Verificación fáctica de la desinformación	Taiwán	LINE, una aplicación de medios sociales, creó un robot para la verificación fáctica que los usuarios pueden incorporar en sus chats y que brinda hipervínculos con las acciones de la sociedad civil dirigidas a la comprobación de datos. <sup>94</sup>



o propietario de medios estrechamente vinculados a él, se insertan en un canal de difusión informativa. Quizás esta situación no se produzca de inmediato, aunque es posible que evolucione o se active apenas surja un caso de prueba que Beijing estime lo suficientemente importante. En ese momento los dirigentes del CPP, los diplomáticos y los demás actores vinculados al Estado no dudarán en imponer su voluntad mediante el poder económico y político que han adquirido.

En términos lingüísticos y temáticos la influencia del PCC en los medios está logrando una mayor expansión en los asuntos internos de otras sociedades, ya sea en términos de la vida de los exiliados y refugiados, de las comunidades de las diásporas, de los acuerdos de inversión o de las contiendas electorales. El avance de dicha expansión implica un aumento conmensurable de los aspectos de la vida diaria y de la formulación de políticas de las democracias extranjeras en las que Beijing tiene intereses, lo cual hará que el PCC se sienta tentado a impulsar el debate público en la dirección deseada.

El ámbito mediático moderno es tan complejo que, aun si se consideran las respuestas no gubernamentales, la cantidad de actores y sectores que participan en él es enorme. Incluyen la industria mediática, en particular los redactores y propietarios de medios (que suelen ser más susceptibles a la coerción económica y a la presión política para suprimir informes que los periodistas que se encuentran en el frente noticioso), las empresas de tecnología que todavía están buscando soluciones al problema del manejo de cuentas de medios estatales con decenas de millones de seguidores y de redes emergentes de troles y robots que diseminan desinformación, los académicos e investigadores que monitorean, rastrean y exponen actividades de influencia mediática y campañas de desinformación, así como los defensores de derechos humanos, grupos de libertad de prensa y sindicatos de periodistas que son canales esenciales que inciden en la formulación de políticas, la capacitación de periodistas y la concientización de los medios, gobiernos y del público en general.

Desde esta perspectiva, y a pesar del reciente aumento en las acciones dispersas para contrarrestar la influencia mediática del PCC, una de las medidas que resulta más necesaria es que **el “factor PCC” se incorpore sustancialmente** a las acciones no gubernamentales dirigidas a la protección de la libertad de prensa y en internet. Aunque sería posible lograr ese objetivo en el contexto de una iniciativa más amplia destinada a abordar la cuestión de la injerencia autoritaria extranjera en el sector mediático y a afianzar la resiliencia local frente a tales presiones, en ese ámbito China es, por mucho, el actor más grande y con mayores recursos del mundo. Asimismo, las tácticas o mecanismos particulares para la insinuación de contenido son propias de Beijing, por lo que exigen medidas de concientización focalizadas. Dado que la estrategia de control autoritario del PCC se aplica a toda la sociedad es necesario que, según corresponde a un cuerpo político democrático, la respuesta provenga del conjunto de la sociedad. Esto implica una vigorosa participación de la sociedad civil con el apoyo de organizaciones donantes gubernamentales y del sector privado. En muchos casos las respuestas sociales fuertes al poder incisivo del PCC en el entorno mediático tendrán el efecto adicional de generar defensas más sólidas contra las influencias e interferencias de otras potencias autoritarias.

La mencionada estrategia integral de incorporación debe basarse en iniciativas vigentes e incluir los elementos que se indican a continuación.

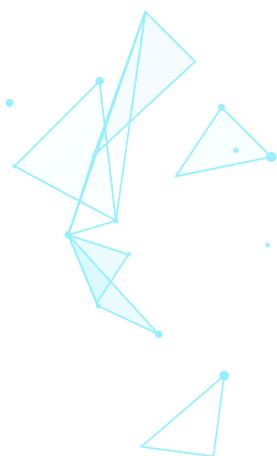
- **Investigación y estudios.** Es preciso que las instituciones académicas, laboratorios de ideas, entidades de investigación y sus donantes continúen sus labores y se aseguren de contar con recursos disponibles para el monitoreo y exposición de la influencia del PCC de un modo verosímil, profesional, sostenido y con capacidad de ampliación en los años venideros. Debe prestarse especial atención a la cobertura noticiosa durante los periodos preelectorales y a los medios en idioma chino. Dado que las campañas de desinformación, la globalización de las aplicaciones de propiedad china y las participaciones en medios

locales extranjeras adquiridas por magnates adeptos al PCC son fenómenos cada vez más comunes, las futuras investigaciones deben incluir criterios rigurosos sobre censura, nuevas tácticas de desinformación y auditorías de seguridad de las aplicaciones correspondientes dirigidas a sinohablantes y a no sinohablantes fuera de China, así como del mapeo de las estructuras del régimen de propiedad de medios y de pruebas del “capital corrosivo” del PCC o de vínculos financieros de propietarios individuales con dicho partido. Este tipo de actividades aumenta la transparencia y alerta al público y a los formuladores de políticas sobre las amenazas emergentes a fin de que puedan responder con las medidas necesarias.

- Acciones de los medios de comunicación.** Los medios locales deben intensificar sus conocimientos de los posibles inconvenientes políticos y periodísticos de la aceptación de inversiones, suplementos pagados o acuerdos de coproducción provenientes del Estado chino o de sus mandatarios. La mejor práctica es la interrupción de publirreportajes pagados o de acuerdos similares de compartición de contenidos. Si los medios noticiosos optan por continuar con ese tipo de asociaciones deben asegurarse de que el origen vinculado al Estado quede claramente identificado mediante etiquetas, e incluir en los convenios de intercambio de contenidos o en las ventas parciales de las tenencias disposiciones para la protección de la independencia editorial y la posibilidad de publicación de contenidos que no sean del agrado de Beijín, así como negociar contratos de publirreportajes que puedan ser examinados por la redacción y que permitan conservar la posibilidad de rechazar los contenidos que se estimen falsos, lesivos o engañosos, además de poder publicar proactivamente respuestas y otros contenidos de opinión que le brinden al consumidor un contrapunto crítico al material respaldado por el régimen. En sus informes sobre los proyectos de infraestructura, financiamiento o inversión en el país los medios locales pueden examinar mecanismos para incorporar asuntos de interés para su población, tales como la afectación del medio ambiente o los temores de corrupción. Los grupos de periodistas de investigación podrían considerar formas de comunicar las tácticas y manifestaciones de la influencia del PCC en diversos países. La revelación de esos patrones es importante para fundamentar las respuestas de la ciudadanía y de los formuladores de políticas y para explicar en términos concretos la amenaza para la democracia generada por este régimen autoritario y sus prácticas. Los periodistas preocupados por infringir la influencia autoritaria en sus propias organizaciones noticiosas podrían considerar la creación de medios digitales alternativos para contrarrestar la autocensura y diversificar el panorama informativo. Es preciso que las entidades donantes apoyen esas iniciativas y examinen otros mecanismos de consolidación de la sustentabilidad económica de los medios independientes que a la vez sirvan para disminuir el atractivo del contenido gratuito o del financiamiento que proporcionan los medios estatales chinos.
- Iniciativas de los sindicatos de periodistas y de las asociaciones de propietarios de medios.** Los sindicatos de periodistas y las asociaciones de propietarios de medios deben tener mucho cuidado con la firma de convenios de asociación para el intercambio de contenidos y de memorandos de entendimiento con la Asociación de Periodistas de Toda China, que se encuentra afiliada al gobierno, o con entidades mediáticas del Estado chino. La Federación Internacional de Periodistas<sup>95</sup> recomienda que antes de los viajes de los periodistas a China, o como complemento de ellos, los sindicatos brinden a sus miembros capacitaciones sobre tácticas comunes de influencia mediática y mensajes falsos o unilaterales, además de facilitarles encuentros con víctimas de persecución de dicho país. Las asociaciones del sector pueden contribuir al afianzamiento de códigos de ética periodística al alentar a sus miembros a actuar en forma transparente frente a los consumidores de noticias en el caso de artículos encargados por las embajadas de la RPC, contenidos patrocinados por el gobierno de China o sus medios estatales, y fuentes de financiamiento de los viajes a dicha nación asiática que se traduzcan en noticias publicadas.

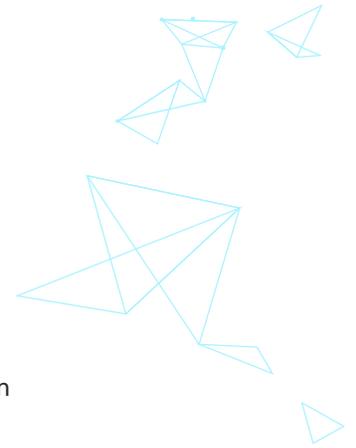


- **Tareas de la sociedad civil en materia programática y de promoción de causas.** Con el apoyo de donantes del sector privado y gubernamental es preciso que los grupos locales e internacionales de defensa de la libertad de prensa consideren la incorporación de aspectos de la influencia mediática del PCC en sus proyectos actuales o futuros, así como mecanismos para lograr dicha incorporación. Esos proyectos podrían incluir actividades en las esferas que se mencionan a continuación.
  - **Desarrollo de la capacidad interna.** Implicaría proporcionar al personal en funciones mayores conocimientos de las tácticas de influencia mediática de Beijing y de los posibles mecanismos de respuesta a ellas por medio de experiencias en otros países, análisis de investigaciones actuales, presentaciones de especialistas nacionales y extranjeros relevantes, así como la asignación de personal a tareas de seguimiento habitual de acontecimientos en el marco de sus carteras de trabajo.
  - **Capacitación y formación periodística.** Es preciso que los programas universitarios de capacitación o formación periodística incorporen contenidos relativos a la influencia mediática del PCC, lo cual contribuiría a profundizar la sofisticación de los informes noticiosos locales sobre China y a contrarrestar o prevenir los efectos negativos de los viajes patrocinados por el gobierno chino a dicho país. Los cursos pueden ofrecer un breve panorama de temas de más amplitud correspondientes a China (como la estructura del sistema político de la RPC, el papel del PCC en la política china, o las reuniones con víctimas de violaciones a los derechos humanos en dicho país asiático), así como de cuestiones específicas al sector mediático (como la configuración de los medios estatales chinos, el papel del Departamento Central de Propaganda del PCC, los temas comunes que son objeto de censura en China y en el exterior, los métodos utilizados por Beijing para ejercer su influencia en los medios de otros países, además de mensajes y contrapuntos comunes dirigidos al extranjero). Es preciso que dichas actividades de capacitación y concientización incluyan a los periodistas y también a los redactores, gerentes y propietarios, ya que son los que toman las decisiones de última instancia en sus organizaciones, además de estar facultados para descartar los informes periodísticos más agresivos sobre China y de ser ellos mismos objeto de acciones de cooptación y de acercamiento del PCC.
  - **Actividades de educación y de extensión mediática dirigidas a los consumidores de noticias.** En los mercados de medios en los que la influencia de Beijing es particularmente fuerte, incluidos los que cuentan con comunidades de la diáspora china, las campañas más integrales de educación mediática deben incorporar contenidos relativos a la influencia del PCC. Por ejemplo, deben enseñar al consumidor a identificar medios estatales de China como Xinhua y a detectar sus vínculos con el estado unipartidista de dicho país, mensajes comunes y problemáticos del PCC, ejemplos de campañas de desinformación realizadas, estructura del régimen de propiedad mediática, así como el historial de las aplicaciones chinas en materia de censura y vigilancia dentro de dicho país asiático. Las campañas educativas podrían considerar incentivar a los consumidores de noticias a fin de que ejerzan presión sobre los medios noticiosos por suscripción para que rechacen publicirreportajes o convenios de compartición de contenidos con medios estatales chinos. Hay otras iniciativas que pueden aplicarse, tales como las campañas de concientización para verificar la verosimilitud de los mensajes comunes del PCC o de intercambio de información a través de canales abiertos que no pueden ser manipulados. Las mencionadas acciones deben tener por objeto informar al público y aumentar el acceso a la información en lugar de crear una



competencia geopolítica retorsiva.

- **Promoción de políticas.** La sociedad civil puede ayudar a los legisladores y a los reguladores a analizar la confluencia entre las políticas de medios, contenidos, telecomunicaciones y datos. Los grupos de defensa de la libertad de prensa deben elaborar informes de políticas de fácil lectura, además de interactuar con los formuladores de políticas para mejorar los correspondientes marcos jurídicos y regulatorios y evitar vulneraciones del acceso a la información, tales como vedas arbitrarias o generalizadas a aplicaciones chinas para teléfonos móviles. Los grupos de la sociedad civil pueden presentar denuncias pertinentes ante los reguladores dirigidas a lograr una fiscalización más sólida en los entornos que ya cuentan con la legislación e instituciones necesarias. Las metas de la promoción de causas podrían incluir el examen regulatorio de los medios estatales chinos y de las personas asociadas a ellos, leyes de profundización de la transparencia o del análisis de inversiones, así como normas jurídicas de restricción de la propiedad cruzada destinadas a la protección de canales de difusión de contenidos y fuertes salvaguardas para la privacidad de los datos. En su interacción con los formuladores de políticas los grupos de la sociedad civil deben dirigirse sistemáticamente a representantes de todo el espectro político para minimizar la percepción de que su preocupación por la influencia de Beijín es de índole partidista. Este comportamiento promueve un avance continuado con los diversos cambios de gobierno, además de disminuir el incentivo de que Beijín favorezca a un partido por sobre otros.
- **Intercambio y coordinación de la información.** Es preciso que las ONG locales e internacionales identifiquen vías de coordinación intersectorial y de cooperación entre múltiples interesados de entidades gubernamentales, empresas de tecnología, académicos e investigadores y grupos de la sociedad civil. Las redes y conferencias existentes que suelen abordar cuestiones de libertad de prensa y en internet, tales como *IFEX* y *RightsCon*, deben incorporar sistemáticamente en sus programas paneles y oradores que examinen el tema de la influencia mediática del PCC. Podrían también considerar campañas de promoción nacionales o mundiales sobre la influencia de China en los medios, realizadas en instituciones supranacionales como la Unión Europea, o una base de datos de mejores prácticas que haga un seguimiento de las iniciativas más exitosas de resistencia a la intrusión del PCC a los espacios mediáticos extranjeros.
- **Respuesta del sector tecnológico.** En los últimos dos años, dada la mayor atención del público en los medios sociales mundiales a la falta de transparencia de los medios estatales de China (y de otros países) y del surgimiento de campañas de desinformación vinculadas a la RPC, importantes empresas de tecnología han comenzado a dedicar más tiempo y recursos a detectar la manipulación, a eliminar cuentas que presentan conductas inauténticas y a afianzar la transparencia para los usuarios. Las medidas de estas compañías para contrarrestar la desinformación difundida en diversos países por actores rusos, iraníes y nacionales también las han impulsado a abordar cuestiones relativas a actos de manipulación relacionados con China. Es preciso que dichas empresas continúen buscando oportunidades de colaboración con investigadores y con la sociedad civil destinadas a identificar amenazas emergentes y cuentas problemáticas relacionadas con el estado unipartidista chino. Deben asegurarse de que las voces independientes, los activistas y los productores de contenidos que critican al gobierno de la RPC cuenten con una vía clara de reclamación si encuentran problemas en las plataformas de las empresas, ya sea por haber cometido errores cándidos, por decisiones deficientes en materia de moderación de contenidos o por denuncias falsas y maliciosas de troles favorables a Beijín por presuntas vulneraciones de las condiciones de servicio.



## ENDNOTES

- 1 Sarah Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*, Center for International Media Assistance, 22 de octubre de 2013, [www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-China\\_Sarah%20Cook.pdf](http://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/02/CIMA-China_Sarah%20Cook.pdf); y Herman Wasserman y Dani Madrid-Morales, "The Limits of Chinese Interference in Africa's Media Landscape," *Asia Dialogue*, 16 de octubre de 2018, <https://theasiadialogue.com/2018/10/16/the-limits-of-chinese-interference-in-africas-media-landscape>.
- 2 Herman Wasserman y Dani Madrid-Morales, "How Influential Are Chinese Media in Africa? An Audience Analysis in Kenya and South Africa," *International Journal of Communication*, 12 (2018): 2212-2231, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7809>.
- 3 Sarah Cook, *Beijing's Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017*, Freedom House, enero de 2020, <https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijingsglobal-megaphone>.
- 4 Entre las formas aceptadas de diplomacia pública pueden encontrarse las entrevistas a medios locales concedidas por embajadores y demás funcionarios chinos o la publicación de artículos de opinión elaborados por ellos a fin de explicar la postura del gobierno chino y de transmitir simultáneamente a los lectores sus vínculos oficiales.
- 5 El presente trabajo se concentra principalmente en los medios locales e internos. Las siguientes publicaciones presentan investigaciones, análisis y recomendaciones relativas a la influencia del PCC en los medios de la diáspora china y su más amplia intersección con las acciones de incidencia política de China en el extranjero: Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*; Larry Diamond y Orville Schell, editores, *Chinese Influence & American Interests: Promoting Constructive Vigilance*, Hoover Institution, 24 de octubre de 2018, [www.hoover.org/sites/default/files/research/docs/chineseinfluence\\_americaninterests\\_fullreport\\_web.pdf](http://www.hoover.org/sites/default/files/research/docs/chineseinfluence_americaninterests_fullreport_web.pdf); y Anne-Marie Brady, *Magic Weapons: China's Political Influence Activities Under Xi Jinping*, trabajo presentado en la conferencia titulada "The Corrosion of Democracy Under China's Global Influence" (La corrosión de la democracia en el marco de la influencia mundial de China), Taiwan Foundation for Democracy, Arlington, Virginia, 16 y 17 de septiembre de 2017, <https://www.wilsoncenter.org/article/magic-weapons-chinas-political-influence-activities-under-xi-jinping>.
- 6 Esta conclusión se basa en un análisis de anuncios en Facebook de cuentas de CGTN en distintos idiomas realizado en noviembre de 2018 y diciembre de 2019. Las cuentas exhibían artículos en diferentes idiomas y se dirigían a usuarios de varios países, con textos e imágenes claramente destinadas a conseguir seguidores en lugar de sencillamente ampliar el alcance de las publicaciones. En algunos casos los anuncios de publicaban exclusivamente en regiones en desarrollo, como el sudeste asiático, Latinoamérica y Oriente Medio, en vez de en Estados Unidos o Europa. Cook, *Beijing's Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017*.
- 7 Íbid.
- 8 Louisa Lim y Julia Bergin, *The China Story: Reshaping the World's Media*, Federación Internacional de Periodistas, junio de 2020, [www.ifj.org/fileadmin/user\\_upload/IFJ\\_ChinaReport\\_2020.pdf](http://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/IFJ_ChinaReport_2020.pdf).
- 9 Nadège Rolland, *Commanding Ideas: Think Tanks as Platforms for Authoritarian Influence*, National Endowment for Democracy, diciembre de 2020, <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2020/12/Commanding-Ideas-Think-Tanks-as-Platforms-for-Authoritarian-Influence-Rolland-Dec-2020.pdf>.
- 10 Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*.
- 11 Azad Essa, "China Is Buying African Media's Silence," *Foreign Policy*, 14 de septiembre de 2018, <https://foreignpolicy.com/2018/09/14/china-is-buying-african-medias-silence>.
- 12 Sophie Beach, "Martin Hála on CEFC and CCP Influence in Eastern Europe," *China Digital Times*, 8 de febrero de 2018, <https://chinadigitaltimes.net/2018/02/martin-hala-cefc-ccp-influence-eastern-europe>.
- 13 Majde Ruge y Janka Oertel, *Serbia's Coronavirus Diplomacy Unmasked*, Consejo Europeo de Relaciones Exteriores, 26 de marzo de 2020, [https://ecfr.eu/article/commentary\\_serbias\\_coronavirus\\_diplomacy\\_unmasked](https://ecfr.eu/article/commentary_serbias_coronavirus_diplomacy_unmasked); y Lily Kuo, "China Sends Doctors and Masks Overseas as Domestic Coronavirus Infections Drop," *Guardian*, 18 de marzo 2020, [www.theguardian.com/world/2020/mar/19/china-positions-itself-as-a-leader-in-tackling-the-coronavirus](http://www.theguardian.com/world/2020/mar/19/china-positions-itself-as-a-leader-in-tackling-the-coronavirus).
- 14 Vladimir Milić, *Serbia's Balancing Act on China*, China Observers in Central and Eastern Europe, 5 de octubre de 2020, <https://chinaobservers.eu/serbias-balancing-act-on-china>; Heather A. Conley y colaboradores, *Becoming a Chinese Client State: The Case of Serbia*, Center for Strategic and International Studies, septiembre de 2020, <https://www.csis.org/analysis/becoming-chinese-client-state-case-serbia>; y Vuk Vuksanovic, "China Has Its Eyes on Serbia," *Foreign Policy*, 8 de abril de 2020, <https://foreignpolicy.com/2020/04/08/china-serbia-aleksander-vucic-xi-jinping-coronavirus>.
- 15 Jasmine Chia, "Thai media is outsourcing much of its coronavirus coverage to Beijing and that's just the start," *Thai Inquirer*, 31 de enero de 2020, [www.thainquirer.com/7301/thai-media-is-outsourcing-much-of-its-coronavirus-coverage-to-beijing-and-thats-just-the-start](http://www.thainquirer.com/7301/thai-media-is-outsourcing-much-of-its-coronavirus-coverage-to-beijing-and-thats-just-the-start).
- 16 ANSA-Xinhua collaboration accord signed, ANSA, 22 de marzo de 2019, [https://www.ansa.it/english/news/general\\_news/2019/03/22/ansa-xinhua-collaboration-accord-signed\\_aeba934e-af01-43a2-b5a3-cb90b4852fc4.html](https://www.ansa.it/english/news/general_news/2019/03/22/ansa-xinhua-collaboration-accord-signed_aeba934e-af01-43a2-b5a3-cb90b4852fc4.html); Nadège Rolland, publicación en Twitter, 24 de septiembre de 2020, 9:51 a.m., <https://twitter.com/RollandNadege>; y Gabriele Carrer, "Beijing speaking. How the Italian public broadcasting Tv fell in love with China," *Formiche*, 8 de abril de 2020, <https://formiche.net/2020/04/beijing-speaking-how-italian-public-broadcasting-tv-fell-in-love-with-china>.
- 17 "Kevin Ho's Macau Firm Buys 30% Stake of Portuguese Media Group," *Macao News*, 7 de noviembre de 2017, <https://macaonews.org/gaming/gambling-macau-brings-overall-revenues-us28-6-billion-2016/>.

- 18 “Kevin Ho rises politically, as media holding faces trouble,” *China-Lusophone Brief*, 9 de septiembre de 2019, <https://www.clbrief.com/kevin-ho-rises-politically-as-media-holding-faces-troubles/>.
- 19 Nelson Moura, “Global Media launched today its new Portuguese, English and Chinese news platforms,” *Macau News Agency*, 2 de Julio de 2018, [www.macaubusiness.com/macau-global-media-launched-today-its-new-portugueseenglish-and-chinese-news-platform/](http://www.macaubusiness.com/macau-global-media-launched-today-its-new-portugueseenglish-and-chinese-news-platform/); y *Global Media Group seeks Chinese, African partners*, Forum for Economic and Trade Co-operation Between China and Portuguese-Speaking Countries (Macao), 3 de Julio de 2018, [www.forumchinapl.org.mo/global-media-group-seeks-chinese-african-partners](http://www.forumchinapl.org.mo/global-media-group-seeks-chinese-african-partners).
- 20 CGTN, “Rioters, get your hands off children,” Facebook, 29 de septiembre de 2020, [www.facebook.com/watch/?v=2495151990809474](https://www.facebook.com/watch/?v=2495151990809474).
- 21 Clint Watts, *Triad of Disinformation: How Russia, Iran, & China Ally in a Messaging War against America*, German Marshall Fund, Alliance for Securing Democracy, 15 de mayo de 2020, <https://securingdemocracy.gmfus.org/triad-of-disinformation-how-russia-iran-china-ally-in-a-messaging-war-against-america>.
- 22 Peter Mattis, “Contrasting China’s and Russia’s Influence Operations,” *War on the Rocks*, 16 de enero de 2018, <https://warontherocks.com/2018/01/contrasting-chinas-russias-influence-operations>.
- 23 Samantha Bradshaw y Philip N. Howard, *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*, Oxford Internet Institute, Universidad de Oxford, 2019, <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.
- 24 Tom Uren, Elise Thomas y Jacob Wallis, *Tweeting through the Great Firewall: Preliminary analysis of PRC-linked information operations against the Hong Kong protests*, Australian Strategic Policy Institute, 3 de septiembre de 2019, [www.aspi.org.au/report/tweeting-through-great-firewall/](http://www.aspi.org.au/report/tweeting-through-great-firewall/); y Edward Wong, Matthew Rosenberg y Julian E. Barnes, “Chinese Agents Helped Spread Messages that Sowed Virus Panic in U.S., Officials Say,” *New York Times*, 22 de abril de 2020, [www.nytimes.com/2020/04/22/us/politics/coronavirus-china-disinformation.html](http://www.nytimes.com/2020/04/22/us/politics/coronavirus-china-disinformation.html).
- 25 “Information operations directed at Hong Kong,” Twitter (blog), 19 de agosto de 2019, [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2019/information\\_operations\\_directed\\_at\\_hong\\_kong.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/information_operations_directed_at_hong_kong.html); *China Media Bulletin: Student indoctrination, surveillance innovation, GitHub mobilization*, Freedom House, abril de 2019, <https://freedomhouse.org/china-media/china-media-bulletin-student-indoctrination-surveillance-innovation-github-mobilization-no-135>.
- 26 Sarah Cook, “Welcome to the New Era of Chinese Government Disinformation,” *Diplomat*, 11 de mayo de 2020, <https://thediplomat.com/2020/05/welcome-to-the-new-era-of-chinese-government-disinformation/>; Uren, Thomas y Wallis, *Tweeting through the Great Firewall*; y Raymond Zhong, Steven Lee Myers y Jin Wu, “How China Unleashed Twitter Trolls to Discredit Hong Kong’s Protesters,” *New York Times*, 18 de septiembre de 2019, [www.nytimes.com/interactive/2019/09/18/world/asia/hk-twitter.html](http://www.nytimes.com/interactive/2019/09/18/world/asia/hk-twitter.html).
- 27 *A Bot Network Arrived in Serbia Along With Coronavirus*, Digital Forensic Center, 13 de abril de 2020, <https://dfcme.me/en/dfc-finds-out-a-botnet-arrived-in-serbia-along-with-coronavirus/>; y Francesco Bechis y Gabriele Carrer, “How China unleashed Twitter bots to spread COVID-19 propaganda in Italy,” *Formiche*, 31 de marzo de 2020, <https://formiche.net/2020/03/china-unleashed-twitter-bots-covid19-propaganda-italy>.
- 28 Wong, Rosenberg, Barnes, “Chinese Agents Helped Spread Messages That Sowed Virus Panic in U.S., Officials Say.”
- 29 *Covid-19 disinformation and social media manipulation trends*, Australian Strategic Policy Institute, 8–15, abril 2020, <https://s3-ap-southeast-2.amazonaws.com/ad-aspi/2020-04/COVID-19%20Disinformation%20%26%20Social%20Media%20Manipulation%20Trends%208-15%20April.pdf>.
- 30 *News Outlets in Argentina Offered Cash to Publish Articles Defaming Falun Gong*, Falun Data Information Center, 27 de abril de 2020, <https://faluninfo.net/news-outlets-in-argentina-offered-cash-to-publish-articles-defaming-falun-gong>.
- 31 Cook, *Welcome to the New Era of Chinese Government Disinformation*.
- 32 Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*.
- 33 Björn Jerdén y Viking Bohman, *China’s Propaganda Campaign in Sweden, 2018–2019*, Swedish Institute of International Affairs, abril de 2019, [www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/ui-publications/2019/ui-brief-no.-4-2019.pdf](http://www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/ui-publications/2019/ui-brief-no.-4-2019.pdf); y *Russian Newspaper Criticized China’s Threat to Blacklist Journalist*, Chinascope, 6 de marzo de 2019, <http://chinascope.org/archives/17875>.
- 34 Comunicación por correo electrónico con Emeka Umejei, disertante del Departamento de Estudios de Comunicación de la Universidad de Ghana, diciembre de 2020.
- 35 Chen Aizhu y Jan Lopatka, “China’s CEFC Has Big Ambitions, but Little Known About Ownership, Funding,” *Reuters*, 12 de enero de 2017, [www.reuters.com/article/us-cefcchina/chinas-cefc-has-big-ambitions-but-little-known-aboutownership-funding-idUSKBN14X0B5](http://www.reuters.com/article/us-cefcchina/chinas-cefc-has-big-ambitions-but-little-known-aboutownership-funding-idUSKBN14X0B5).
- 36 Ivana Karásková y Matej Šimalčík, *Limited Welcome: Protecting the Media from Hostile Foreign Influence*, Friedrich Naumann Foundation for Freedom, junio de 2020, [https://mapinfluence.eu/wp-content/uploads/2020/06/AMO\\_Limited-welcome-protecting-the-media-from-hostile-foreign-influence-1.pdf](https://mapinfluence.eu/wp-content/uploads/2020/06/AMO_Limited-welcome-protecting-the-media-from-hostile-foreign-influence-1.pdf).
- 37 Essa, “China is Buying African Media’s Silence.”

38 “Nepal Probes Journalists for Dalai Lama News Amid Fears of Growing Chinese Influence,” *Hong Kong Free Press*, 14 de mayo de 2019, [www.hongkongfp.com/2019/05/14/nepal-probes-journalists-dalai-lama-news-amid-fears-growing-chinese-influence](http://www.hongkongfp.com/2019/05/14/nepal-probes-journalists-dalai-lama-news-amid-fears-growing-chinese-influence).

39 En 2008, la empresa francesa de satélites Eutelsat interrumpió su transmisión de NTDTV a China, aparentemente a cambio de la oportunidad de emitir en Europa el canal de Xinhua de noticias en inglés. Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*, 42-43.

40 En Camboya, el lanzamiento de una coinversión constituida por una estación televisiva y un medio noticioso en línea que transmitían contenido de Xinhua y de otros medios estatales chinos en inglés, khmer y chino coincidió con el cierre de medios más independientes que habían estado funcionando durante mucho tiempo. Nathan Vanderklippe, “In Cambodia, independent media close as Chinese content moves in,” *Globe and Mail*, 29 de diciembre de 2017, [www.theglobeandmail.com/amp/news/world/in-cambodia-independent-media-have-closed-as-chinese-content-moves-in/article37464168](http://www.theglobeandmail.com/amp/news/world/in-cambodia-independent-media-have-closed-as-chinese-content-moves-in/article37464168).

41 En 2017 la Radio Televisión Hong Kong puso fin a su transmisión de 24 horas de la programación de BBC World Service, reemplazándola por la Radio Nacional China (edición Hong Kong), que es una emisora operada por el Estado. Benjamin Haas, “Radio silence: 24-hour broadcast of BBC World Service dropped in Hong Kong,” *Guardian*, 12 de agosto de 2017, [www.theguardian.com/media/2017/aug/13/radio-silence-24-hour-broadcast-of-bbc-world-service-dropped-in-hong-kong](http://www.theguardian.com/media/2017/aug/13/radio-silence-24-hour-broadcast-of-bbc-world-service-dropped-in-hong-kong).

42 Se prohibió a la prensa local e internacional cubrir la visita que realizó Xi Jinping a Papúa Nueva Guinea en noviembre de 2018 en la que se reunió con ocho líderes regionales y asistió a la inauguración de una carretera; se les indicó que a efectos de su cobertura debían utilizar la información transmitida por Xinhua o los videos de CCTV. Natalie Whiting, “China boots media from Pacific Island leaders meeting with Chinese President Xi Jinping,” *ABC News*, 16 de noviembre de 2018, [www.abc.net.au/news/2018-11-16/media-kicked-out-of-xi-jinping-pacific-leadersmeeting/10506666](http://www.abc.net.au/news/2018-11-16/media-kicked-out-of-xi-jinping-pacific-leadersmeeting/10506666).

43 Este fenómeno es común en el entorno mediático de la diáspora china: los periódicos favorables a Beijing desplazan a los ya establecidos que tienen sede en Taiwán o en Hong Kong.

44 Sarah Cook, “Worried About Huawei? Take a Closer Look at Tencent,” *Diplomat*, 26 de marzo de 2019, <https://thediplomat.com/2019/03/worried-about-huawei-take-a-closer-look-at-tencent>; Nathan Vanderklippe, “Huawei providing surveillance tech to China’s Xinjiang authorities, report finds,” *Globe and Mail*, 29 de noviembre de 2019, [www.theglobeandmail.com/world/article-huawei-providing-surveillance-tech-to-chinas-xinjiang-authorities](http://www.theglobeandmail.com/world/article-huawei-providing-surveillance-tech-to-chinas-xinjiang-authorities).

45 Elsa Kania, Samm Sacks, Paul Triolo y Graham Webster, *China’s Strategic Thinking on Building Power in Cyberspace*, New America, 25 de septiembre de 2017, [www.newamerica.org/cybersecurity-initiative/blog/chinas-strategic-thinking-building-power-cyberspace](http://www.newamerica.org/cybersecurity-initiative/blog/chinas-strategic-thinking-building-power-cyberspace).

46 Sean Mantesso y Christina Zhou, “China’s multibillion dollar media campaign ‘a major threat for democracies’ around the world,” *ABC News*, 7 de febrero de 2019, [www.abc.net.au/news/2019-02-08/chinas-foreign-media-push-a-majorthreat-to-democracies/10733068](http://www.abc.net.au/news/2019-02-08/chinas-foreign-media-push-a-majorthreat-to-democracies/10733068).

47 Cook, *Beijing’s Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017*.

48 En las Filipinas y en Australia se han registrado ejemplos, como el caso en el que WeChat eliminó un mensaje del primer ministro a los chinoaustralianos relativo a una investigación de presuntos delitos cometidos por soldados en Afganistán. Véase Lim y Bergin, “The China Story: Reshaping the World’s Media; Gregory Winger, China’s Disinformation Campaign in the Philippines,” *Diplomat*, 6 de octubre de 2020, <https://thediplomat.com/2020/10/chinas-disinformation-campaign-in-the-philippines>; Ed Johnson, “WeChat Deletes Australian PM’s Appeal to Chinese Community,” *Bloomberg*, 2 de diciembre de 2020, [www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-02/australia-says-it-won-t-give-ground-on-china-s-grievances](http://www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-02/australia-says-it-won-t-give-ground-on-china-s-grievances).

49 Eileen Gud, “How WeChat Spreads Rumors, Reaffirms Bias, and Helped Elect Trump,” *Wired*, 20 de abril de 2017, [www.wired.com/2017/04/how-wechat-spreads-rumors-reaffirms-bias-and-helped-elect-trump](http://www.wired.com/2017/04/how-wechat-spreads-rumors-reaffirms-bias-and-helped-elect-trump).

50 Fanny Potkin, “Exclusive: ByteDance censored anti-China content in Indonesia until mid-2020, sources say,” *Reuters*, 13 de agosto de 2020, [www.reuters.com/article/us-usa-tiktok-indonesia-exclusive/exclusive-bytedancecensored-anti-china-content-in-indonesia-until-mid-2020-sources-say-idUSKCN2591ML](http://www.reuters.com/article/us-usa-tiktok-indonesia-exclusive/exclusive-bytedancecensored-anti-china-content-in-indonesia-until-mid-2020-sources-say-idUSKCN2591ML).

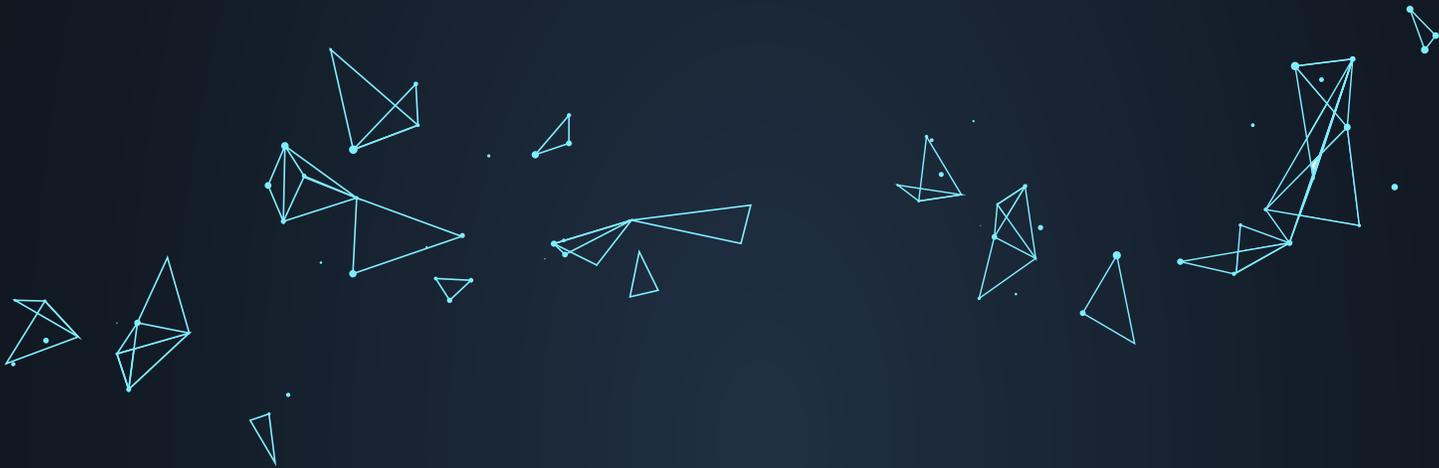
51 Catie Snow Bailard, “China in Africa: An Analysis of the Effect of Chinese Media Expansion on African Public Opinion,” *International Journal of Press/Politics* 21 (octubre de 2016): 446–71, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1940161216646733>.

52 Estos ejemplos se basan en una comparación de los resultados de encuestas del Pew Research Center realizadas en 2007 y en 2013 a 2015, según la disponibilidad de datos de determinados estados. Véase Andrew Kohut, *How the World Sees China*, Pew Research Center, 11 de octubre de 2007, [www.pewresearch.org/global/2007/12/11/how-the-world-sees-china](http://www.pewresearch.org/global/2007/12/11/how-the-world-sees-china); Andrew Kohut, *America’s Global Image Remains More Positive than China’s*, Pew Research Center, 18 de julio de 2013, [www.pewresearch.org/global/2013/07/18/americas-global-image-remains-more-positive-than-chinas](http://www.pewresearch.org/global/2013/07/18/americas-global-image-remains-more-positive-than-chinas); y Richard Wike, Bruce Stokes y Jacob Poushter, *Views of China and the Global Balance of Power*, en *Global Publics Back U.S. on Fighting ISIS, but Are Critical of Post-9/11 Torture*, Pew Research Center, 23 de junio de 2015, [www.pewresearch.org/global/2015/06/23/2-views-of-china-and-the-global-balance-of-power](http://www.pewresearch.org/global/2015/06/23/2-views-of-china-and-the-global-balance-of-power).

53 Información basada en una comparación de los resultados de encuestas del Pew Research Center de 2015 y 2019. Wike, Stokes y Poushter, *Views of China and the Global Balance of Power*; y Laura Silver, Kat Devlin y Christine Huang, *People Around the Globe Are Divided in Their Opinions of China*, Pew Research Center, 5 de diciembre de 2019, [www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/05/people-around-the-globe-are-divided-in-their-opinions-of-china](http://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/05/people-around-the-globe-are-divided-in-their-opinions-of-china).

- 54 Silver, Devlin y Huang, *People Around the Globe Are Divided in Their Opinions of China*.
- 55 Laura Silver, Kat Devlin y Christine Huang, *Unfavorable Views of China Reach Historic Highs in Many Countries*, Pew Research Center, 6 de octubre de 2020, [www.pewresearch.org/global/2020/10/06/unfavorable-views-of-china-reach-historic-highs-in-many-countries](http://www.pewresearch.org/global/2020/10/06/unfavorable-views-of-china-reach-historic-highs-in-many-countries).
- 56 Patrick Wintour y Tobi Thomas, "Chin loses trust internationally over coronavirus handling," *Guardian*, 27 de octubre de 2020, [www.theguardian.com/world/2020/oct/27/china-loses-trust-internationally-over-coronavirus-handling](http://www.theguardian.com/world/2020/oct/27/china-loses-trust-internationally-over-coronavirus-handling).
- 57 Wasserman y Madrid-Morales, "How Influential Are Chinese Media in Africa? An Audience Analysis in Kenya and South Africa."
- 58 Heidi Holz y Ryan Loomis, *China's Efforts to Shape the Information Environment in the Mekong Region*, CNA, septiembre de 2020, [www.cna.org/CNA\\_files/PDF/IIM2020-U-027917-Final.pdf](http://www.cna.org/CNA_files/PDF/IIM2020-U-027917-Final.pdf).
- 59 "2000 and 2009 GDP Estimates: 30 Largest Economies," Mount Holyoke College, [www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ipe/2000-09GDP.htm](http://www.mtholyoke.edu/acad/intrel/ipe/2000-09GDP.htm).
- 60 "Dì 45 cì zhōngguó hùlián wǎngluò fāzhǎn zhuànguàng tǒngjì bàogào" [*The 45th China Statistical Report on Internet Development*], China Internet Network Information Center, abril de 2020, [www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202004/P020200428596599037028.pdf](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202004/P020200428596599037028.pdf).
- 61 Cook, *Beijing's Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017*.
- 62 Entre las instancias en que esta dinámica ha quedado mejor documentada se encuentran casos ocurridos en Taiwán, tanto en relación con medios tradicionalmente favorables a China como en otros que se consideran más partidarios de la identidad taiwanesa. Cook, *The Long Shadow of Chinese Censorship*, 30-34.
- 63 Samuel Brazys y Alexander Dukalskis, "China's Message Machine," *Journal of Democracy* 31 (octubre de 2020): 59-73, [www.journalofdemocracy.org/articles/chinas-message-machine](http://www.journalofdemocracy.org/articles/chinas-message-machine).
- 64 Pueden citarse algunos ejemplos, como las investigaciones recientes del Australian Strategic Policy Institute, Graphika, Recorded Future, Doublethink Lab (Taiwán), *Formiche* (Italia), el *New York Times*, y *Politico*, entre otros.
- 65 "New Labels for Government and State-Affiliated Media Accounts," Twitter (blog), 6 de agosto de 2020, [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/product/2020/new-labels-for-government-and-state-affiliated-media-accounts.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2020/new-labels-for-government-and-state-affiliated-media-accounts.html).
- 66 Dean Sterling Jones, "A British Newspaper Has Given Chinese Coronavirus Propaganda a Direct Line to the UK," *BuzzFeed*, 8 de abril de 2020, [www.buzzfeednews.com/article/deansterlingjones/coronavirus-british-newspaper-chinese-propaganda](http://www.buzzfeednews.com/article/deansterlingjones/coronavirus-british-newspaper-chinese-propaganda).
- 67 Chuck Ross, "Chinese Propaganda Outlet Has Paid US Newspapers \$19 Million for Advertising, Printing," *Daily Caller*, 8 de junio de 2020, <https://dailycaller.com/2020/06/08/chinese-propaganda-china-daily-washington-post>.
- 68 Marc Tracy, Edward Wong y Lara Jakes, "China Announces That It Will Expel American Journalists," *New York Times*, 17 de marzo de 2020, [www.nytimes.com/2020/03/17/business/media/china-expels-american-journalists.html](http://www.nytimes.com/2020/03/17/business/media/china-expels-american-journalists.html).
- 69 Sarah Cook, *The Attacks on Hong Kong's Media Just Keep Getting Worse*, Freedom House, 21 de diciembre de 2020, <https://freedomhouse.org/article/attacks-hong-kongs-media-just-keep-getting-worse>.
- 70 Bechis y Carrer, "How China unleashed Twitter bots to spread COVID-19 propaganda in Italy."
- 71 Alex Hern, "UK-Based Chinese News Network CGTN Faces Possible Ban," *Guardian*, 6 de julio de 2020, [www.theguardian.com/media/2020/jul/06/uk-based-chinese-news-network-cgtn-faces-possible-ban](http://www.theguardian.com/media/2020/jul/06/uk-based-chinese-news-network-cgtn-faces-possible-ban).
- 72 Yuichiro Kakutani, "US newspapers collected millions from Beijing to push propaganda," *Washington Free Beacon*, 4 de agosto de 2020, <https://freebeacon.com/media/nyt-quietly-scrubs-chinese-propaganda>.
- 73 *News Outlets in Argentina Offered Cash to Publish Articles Defaming Falun Gong*.
- 74 Chia, "Thai media is outsourcing much of its coronavirus coverage to Beijing and that's just the start," y Bhavna Mohan, "China's Red Carpet Trap for Sri Lankan Media," *Colombo Gazette*, 11 de febrero de 2020, <https://colombogazette.com/2020/02/11/chinas-red-carpet-trap-for-sri-lankan-media>.
- 75 Aditya Raj Kaul, publicación en Twitter, 7 de octubre de 2020, 7:13 a.m., <https://twitter.com/AdityaRajKaul>.
- 76 'The Happiest Muslims in the World': Disinformation, Propaganda and the Uyghur Crisis, Uyghur Human Rights Project, julio de 2020, [https://docs.uhrp.org/pdf/Disinformation Propaganda and the Uyghur Crisis.pdf](https://docs.uhrp.org/pdf/Disinformation%20Propaganda%20and%20the%20Uyghur%20Crisis.pdf).
- 77 Xiao Xu, "Dismissed Chinese newspaper editor files human-rights complaint in B.C.," *Globe and Mail*, 10 de septiembre de 2017, [www.theglobeandmail.com/news/british-columbia/dismisssed-chinese-newspaper-editor-files-human-rights-complaint-in-bc/article36224584](http://www.theglobeandmail.com/news/british-columbia/dismisssed-chinese-newspaper-editor-files-human-rights-complaint-in-bc/article36224584); y Tessa Vikander, "Human rights complaint against a Chinese-language media company by journalist who claims he was fired for his political opinion will go forward," *Star*, 9 de julio de 2018, [www.thestar.com/vancouver/2018/07/09/human-rights-complaint-against-a-chinese-language-media-company-by-journalist-who-claims-he-was-fired-for-his-political-opinion-will-go-forward.html](http://www.thestar.com/vancouver/2018/07/09/human-rights-complaint-against-a-chinese-language-media-company-by-journalist-who-claims-he-was-fired-for-his-political-opinion-will-go-forward.html).
- 78 Sascha Hannig, *El trabajo del señor Xu*, Fundación para el Progreso, 3 de septiembre de 2020, <https://fppchile.org/es/blog/el-trabajo-del-senor-xu>; Joshua Wong, "Hong Kong: volver al centro del problema," *El Mercurio*, 9 de septiembre de 2019, [www.elmercurio.com/blogs/2019/09/09/72359/Hong-Kong-volver-al-centro-del-problema.aspx](http://www.elmercurio.com/blogs/2019/09/09/72359/Hong-Kong-volver-al-centro-del-problema.aspx).
- 79 Bechis y Carrer, "How China unleashed Twitter bots to spread COVID-19 propaganda in Italy."
- 80 *A Bot Network Arrived in Serbia Along with Coronavirus*.

- 81 Poyu Tseng y Puma Shen, *The Chinese Infodemic in Taiwan*, Doublethink Lab, 26 de julio de 2020, <https://medium.com/doublethinklab/the-chinese-infodemic-intaiwan-25e9ac3d941e>.
- 82 Angela Chen, "A leaked excerpt of TikTok moderation rules shows how political content gets buried," *MIT Technology Review*, 25 de noviembre de 2019, [www.technologyreview.com/2019/11/25/102440/tiktok-content-moderation-politics-protest-netzpolitik](http://www.technologyreview.com/2019/11/25/102440/tiktok-content-moderation-politics-protest-netzpolitik).
- 83 Potkin, "Exclusive: ByteDance censored anti-China content in Indonesia until mid-2020, sources say."
- 84 Jeffrey Knockel y colaboradores, "We Chat, They Watch: International Users Unwittingly Build up WeChat's Chinese Censorship Apparatus," Citizen Lab, 7 de mayo de 2020, <https://citizenlab.ca/2020/05/we-chat-they-watch>.
- 85 Lim y Bergin, *The China Story: Reshaping the World's Media*.
- 86 "Resource: Chinese TV forced confessions campaign timeline," Safeguard Defenders, 10 de junio de 2020, <https://safeguarddefenders.com/en/blog/resource-chinese-tv-forced-confessions-campaign-timeline>.
- 87 "Hamilton 2.0 Dashboard", Alliance for Securing Democracy, <https://securingdemocracy.gmfus.org/hamilton-dashboard>.
- 88 *MapInfluence* brinda análisis de la cobertura sobre China que realizan los medios locales de cuatro países centroeuropeos: República Checa, Eslovaquia, Hungría y Polonia. Para acceder a estas y a otras infografías en la materia véase "Czech Media Analysis," MapInfluence, <https://mapinfluence.eu/en/media-analysis>.
- 89 Los análisis de *MapInfluence* en materia de redes sociales correspondientes a la República Checa, Eslovaquia, Hungría y Polonia pueden consultarse en el sitio web de la iniciativa. Véase "China's image in media," MapInfluence, <https://mapinfluence.eu/en/topics/chinas-image-in-media>.
- 90 "Mapping China's footprint in the world III," Sinopsis, 6 de octubre de 2020, <https://sinopsis.cz/en/workshop3>.
- 91 Ivana Karaskova y Matej Simalcik, *Limited welcome: protecting the media from hostile foreign influence*, Association for International Affairs, junio de 2020, [https://mapinfluence.eu/wp-content/uploads/2020/06/AMO\\_Limited-welcome-protecting-the-media-from-hostile-foreign-influence-1.pdf](https://mapinfluence.eu/wp-content/uploads/2020/06/AMO_Limited-welcome-protecting-the-media-from-hostile-foreign-influence-1.pdf).
- 92 "Updating our advertising policies on state media," Twitter (blog), 19 de agosto de 2019, [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2019/advertising\\_policies\\_on\\_state\\_media.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/advertising_policies_on_state_media.html).
- 93 "Google pulls 2,500 China-linked Youtube channels over disinformation on video-sharing platform," *South China Morning Post*, 6 de agosto de 2020, [www.scmp.com/tech/big-tech/article/3096229/google-pulls-2500-china-linked-youtube-channels-over-disinformation](http://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3096229/google-pulls-2500-china-linked-youtube-channels-over-disinformation); "Disclosing networks of state-linked information operations we've removed," Twitter (blog), 12 de junio de 2020, [https://blog.twitter.com/en\\_us/topics/company/2020/information-operations-june-2020.html](https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/information-operations-june-2020.html); Nathaniel Gleicher, "Labeling State-Controlled Media on Facebook," Facebook (blog), 4 de junio de 2020, <https://about.fb.com/news/2020/06/labeling-state-controlled-media>; y Benjamin Strick y colaboradores, "Coronavirus: Inside the pro-China network targeting the US, Hong Kong and an exiled tycoon," *BBC News*, 27 de mayo de 2020, [www.bbc.com/news/blogs-trending-52657434](http://www.bbc.com/news/blogs-trending-52657434).
- 94 Elizabeth Lange y Doowan Lee, "How One Social Media App is Beating Disinformation," *Foreign Policy*, 23 de noviembre de 2020, <https://foreignpolicy.com/2020/11/23/line-taiwan-disinformation-social-media-public-private-united-states>.
- 95 Lim y Bergin, *The China Story: Reshaping the World's Media*.



## LA NATIONAL ENDOWMENT FOR DEMOCRACY

La National Endowment for Democracy (Fundación Nacional para la Democracia o NED, por sus siglas en inglés) es una fundación privada sin fines de lucro dedicada al desarrollo y al fortalecimiento de las instituciones democráticas del mundo. La NED entrega más de 1.700 subsidios por año para apoyar proyectos de grupos no gubernamentales extranjeros que trabajan en pos de objetivos democráticos en más de 90 países. Desde su fundación en 1983 la NED sigue a la vanguardia de las luchas democráticas en todo el planeta, al tiempo que se ha transformado en una institución multifacética que constituye un centro de actividades, recursos e intercambios intelectuales para activistas, profesionales y académicos de la democracia en todo el mundo.



## EL INTERNATIONAL FORUM FOR DEMOCRATIC STUDIES

El International Forum for Democratic Studies (Foro Internacional de Estudios Democráticos) de la National Endowment for Democracy (Fundación Nacional para la Democracia o NED, por sus siglas en inglés) es un centro líder para el análisis y debate de la teoría y práctica de la democracia en el mundo. El Foro complementa la misión central de la NED de colaboración con grupos de la sociedad civil del extranjero en sus acciones de fomento y fortalecimiento democrático al vincular a la comunidad académica con activistas del todo el mundo. Las actividades multifacéticas del Foro responden a los retos de los diversos países ya que brindan un análisis de las oportunidades para la reforma, transición y consolidación democráticas. El Foro procura la consecución de sus objetivos mediante diferentes iniciativas interrelacionadas: la elaboración del Journal of Democracy (Diario de la Democracia), publicación líder en el mundo en materia de la teoría y la práctica de la democracia, la realización de programas de intercambio para activistas, periodistas y académicos internacionales que trabajan en pro de la democracia, la coordinación de una red mundial de laboratorios de ideas y la ejecución de una serie de iniciativas analíticas diversas dirigidas a examinar temas fundamentales del desarrollo democrático.