Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Grado en Relaciones Internacionales

Trabajo Fin de Grado

LIDERAZGO POPULISTA Y MARKETING DEL PODER:

DESDE LA ESFERA PERSONAL
HASTA EL ESCENARIO
INTERNACIONAL

Estudiante: Alejandra Pallás Villacampa
Director: Ester Brito Ruiz

Madrid, mayo 2026

Resumen

En el contexto actual, marcado por la erosión del multilateralismo y el auge del populismo a nivel global, el liderazgo y la diplomacia están adoptando rutas más pragmáticas y polarizadas. Esto ha resultado en una geopolítica donde prevalece cada vez más el intercambio de intereses sobre la defensa de los valores compartidos. Ante tales cambios, este trabajo busca tanto investigar como fundamentar este cambio de paradigma en las relaciones internacionales, analizando desde la perspectiva del populismo el ejercicio del poder a nivel global, nacional y personal.

Con este objetivo, a través de un análisis comparativo de carácter principalmente cualitativo, se realizará una contraposición de Donald Trump y Xi Jinping para abordar las diferentes perspectivas de su populismo. En otras palabras, se examinará la manera en la cual ambos líderes construyen su imagen pública y ejercen, a través de la misma, influencia a nivel nacional e internacional mediante diversas estrategias de comunicación. Estas características se conectarán con el auge de la diplomacia transaccional, basada en la creciente sustitución de la cooperación por el utilitarismo.

Como marco teórico, este trabajo hará uso de las teorías del *nation branding* y *soft power* para profundizar sobre cómo dichos líderes se presentan individualmente, y como estos hacen uso de su proyección para competir en el ámbito nacional e internacional. Asimismo, se evaluarán las consecuencias e implicaciones mayores de este fenómeno en el orden mundial, cuestionando si la diplomacia transaccional constituye una tendencia populista coyuntural o una transformación estructural de la política global.

Palabras clave: Populismo, liderazgo político, marketing del poder, diplomacia, Donald Trump, Xi Jinping y orden internacional.

Abstract

Within the current context of the erosion of multilateralism and the rise of populism on a global scale, leadership and diplomacy are increasingly adopting more pragmatic and polarized approaches, resulting in a geopolitical landscape defined by the prioritization of interest-based exchanges over the prevalence of shared values. This academic essay seeks to investigate and substantiate this paradigm shift in international relations from the perspective of global, national and individual leadership dynamics.

Through a robust comparative analysis of a predominantly qualitative nature, this study contrasts Donald Trump and Xi Jinping through the lens of political marketing in order to examine different manifestations of populism. More specifically, it explores how both leaders construct their public image and through it, exercise influence at both the domestic and international levels by means of diverse communication strategies. In turn, this development points towards a new form of transactional diplomacy, characterized by the replacement of cooperation with negotiation and utilitarian calculations.

Furthermore, the study draws upon theories such as nation branding and soft power, among others, as well as the effectiveness of populist communication, to examine how these leaders present themselves individually and leverage their public projection to compete within a logic of media-driven and highly personalized diplomacy at both the national and international levels. Finally, it assesses the broader consequences and implications of this phenomenon for the international order, questioning whether transactional diplomacy represents a temporary populist trend or a structural transformation of global politics.

Key words: Populism, political leadership, the marketing of power, diplomacy, Donald Trump, Xi Jinping and international order.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN 7

1.1. Propósito del estudio 7

1.2. Objetivos 7

1.3. Relevancia académica y social 8

1.4. Justificación 8

1.5. Pregunta de investigación 9

1.6. Metodología 9

1.7. Estructura 11

CAPÍTULO 2: CONTEXTO GEOPOLÍTICO Y COMUNICATIVO 11

2.1. Panorama geopolítico global contemporáneo 12

2.1.1. Crisis del multilateralismo 12

2.1.2. Reconfiguración del orden internacional 12

2.2. Tendencias de comunicación política internacional 16

2.3. Relevancia del contexto para el estudio comparativo Trump vs. Xi Jinping 20

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO 21

3.1. Populismo 21

3.1.1 Conceptualización del populismo 21

3.1.2. El populismo en regímenes democráticos y autoritarios 22

3.2. Liderazgo político y autoridad 25

3.2.1. Autoridad carismática (Weber) 25

3.2.2. El cuerpo como instrumento de autoridad y proyección de poder 27

3.3. Marketing político 29

3.3.2. Marketing del poder 29

3.4. Diplomacia tradicional vs. diplomacia transaccional 31

3.4.1. La diplomacia multilateral clásica 31

3.4.2. La diplomacia transaccional como nuevo paradigma 33

3.5. Instrumentos de proyección internacional 34

3.5.1. Soft power (Joseph Nye) 34

3.5.2. Nation branding (Simon Anholt) y Political Branding (Jennifer Lees-Marshment y Margaret Scammell)....35

CAPÍTULO 4: CASOS DE ESTUDIO....37

4.1. Donald Trump....37

4.1.1. Proyección personal y marketing del liderazgo....37

4.1.2. Proyección interna: liderazgo y políticas domésticas....39

4.1.3. Proyección internacional: diplomacia y liderazgo global....41

4.2. Xi Jinping....45

4.2.1. Proyección personal y marketing del liderazgo....46

4.2.2. Proyección interna: legitimación y gobernanza doméstica....48

4.2.3. Proyección internacional: estrategia global y marca-país....50

CAPÍTULO 5: COMPARACIÓN DONALD TRUMP VS. XI JINPING....53

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES....57

CAPÍTULO 7: DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA....59

CAPÍTULO 8: BIBLIOGRAFÍA....61

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración I: Propaganda de Mussolini a caballo..... 27
Ilustración II: Propaganda de Putin a caballo con torso desnudo 28

LISTADO ABREVIATURAS

BAII	Banco Asiático de Inversión en Infraestructuras
BRI	*Belt and Road Initiative*
BRICS	Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica
CCTV	China Central Television
CFR	Council on Foreign Relations
CGTN	China Global Television Network
CNN	Cable News Network
FAO	*Food and Agriculture Organization*
FOCAC	*Forum on China-Africa Cooperation*
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	*General Agreement on Tariffs and Trade*
IA	Inteligencia Artificial
ICAO	*International Civil Aviation Organization*
ITU	*International Telecommunication Union*
JPOA	*Joint Plan of Action*
MAGA	Make America Great Again
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
OMS	Organización Mundial de la Salud
ONU	Organización de las Naciones Unidas
OTAN	Organización del Tratado del Atlántico Norte
PCCh	Partido Comunista de China
UE	Unión Europea
UNGA	*United Nations General Assembly*
UNESCO	*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
UNIDO	*United Nations Industrial Development Organization*

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Propósito del estudio

El sistema internacional está experimentando transformaciones significativas en las primeras décadas del siglo XXI. Esta reconfiguración del orden mundial responde a una multiplicidad de factores interrelacionados. Entre los principales elementos que han contribuido a este proceso destacan la creciente personalización del liderazgo político y la progresiva erosión de los marcos multilaterales en un contexto de mayor polarización, junto con dinámicas más amplias como el cambio tecnológico, el reequilibrio del poder económico global y las tensiones asociadas a la globalización (Ikenberry, 2018).

Siguiendo estas líneas explicativas, el estudio se centra en examinar los estilos de liderazgo personalistas de Donald Trump y Xi Jinping, evaluando hasta qué punto estos impulsan la transición desde una diplomacia basada en principios y valores conjuntos, hacia formas de diplomacia más orientadas al intercambio estratégico de intereses. Con este objetivo, este estudio se articula en torno a tres niveles de análisis interrelacionados: el personal, el doméstico y el internacional. Así, este estudio evalúa cómo la construcción mediática del liderazgo puede influir en la conducta exterior del poder estatal.

A través de este análisis, este trabajo busca aportar un marco interpretativo para evaluar la convergencia entre estrategias de posicionamiento nacional, la comunicación política populista y la redefinición de prácticas diplomáticas en el mundo actual.

1.2. Objetivos

El objetivo principal del consiguiente trabajo es analizar el impacto del liderazgo populista personalista, apoyado por el marketing del poder, en la transformación de la diplomacia multilateral (Sánchez Guzmán, 2012). A su vez, se destacan algunos objetivos de investigación específicos. En primer lugar, se buscará conceptualizar la relación teórica entre el populismo, la personalización del liderazgo y el marketing político. En segundo lugar, este trabajo examinará las diferencias en las estrategias y construcciones de liderazgo entre Trump y Xi Jinping. En tercer lugar, esto permitirá hacer una evaluación inicial de la forma en que estas

dinámicas amplían el uso de la diplomacia transaccional, y las consecuencias que esto tiene para el multilateralismo y el orden internacional.

1.3. Relevancia académica y social

Este estudio adopta un enfoque interdisciplinar que combina ciencias políticas, marketing, sociología y relaciones internacionales. La integración de estas perspectivas permite comprender mejor cómo el marketing político y el populismo están influyendo en los cambios recientes de la diplomacia. Aunque la literatura académica ha analizado por separado conceptos como el populismo, el marketing político o el *soft power*, todavía existen limitaciones a la hora de estudiarlos de forma conjunta para explicar su impacto en la práctica diplomática actual. Parte de este vacío académico se debe al carácter relativamente reciente de muchos de estos conceptos, especialmente al resurgimiento del populismo durante la última década. Por ello, es precisamente aquí donde mi trabajo de fin de grado contribuye a suplementar la literatura existente.

Como se comentaba en el anterior párrafo, el contexto social y político actual hace que este análisis resulte especialmente relevante al estar marcado por la confluencia de diversos factores que están redefiniendo el orden internacional contemporáneo. Entre ellos destacan la percepción cada vez más extendida de una crisis del sistema multilateral, el aumento de la tensión y la rivalidad entre las grandes potencias, así como la creciente popularización de estrategias comunicativas con un fuerte componente emocional y personalista (Ringsmose, 2025). Por ello, este trabajo resulta importante no solo para comprender y evaluar el impacto real de estas dinámicas, sino para identificar aquellas posibles consecuencias derivadas de la instrumentalización emocional del discurso político, la polarización social, el debilitamiento de los espacios de cooperación internacional y la erosión de determinados consensos democráticos e institucionales.

1.4. Justificación

La elección del objeto de estudio aborda tres consideraciones principales que reafirman la importancia del tema en el contexto actual. En primer lugar, como punto más destacable, es la comparación Estados Unidos y China. Como evidencia Angelos Chryssogelos (2023), la comparativa entre Estados Unidos y China esclarece cómo, aún divergiendo en formas de poder relativamente antagónicas; en este caso, desde una democracia federal hasta un régimen

autoritario y centralizado, el liderazgo político en ambos casos se puede constituir como el eje principal de la reestructuración de la política interna, la diplomacia e, incluso, del tablero global. Por ello, ambos países emergen como casos paradigmáticos para el estudio del liderazgo populista y su impacto en la diplomacia mundial.

Por otra parte, como se ha comentado anteriormente, la literatura académica ha identificado una evolución desde la diplomacia normativa y el multilateralismo de la segunda mitad del siglo XX, hasta una nueva época marcada por el pragmatismo, el utilitarismo y el bilateralismo. Estos parámetros diplomáticos son lo que Leonardo Quijarro Santibáñez (2026) define como diplomacia transaccional, un aborde pragmático de las relaciones internacionales en la que se da prioridad a intercambios recíprocos y bilaterales entre actores estatales en forma de beneficios concretos y a corto plazo.

Por último, se observa un aumento abrupto de los líderes políticos actuales que hacen uso de herramientas características del marketing político para construir así una legitimidad interna, y proyectarla a nivel internacional. Asimismo, dicha tendencia actualmente en auge, supone una progresiva "marketización" del poder político a nivel genérico (Wajner, 2024).

1.5. Pregunta de investigación

Este estudio se estructura entorno a dos preguntas de investigación: ¿*Como utilizan líderes populistas el marketing para construir su imagen personal, doméstica, e internacional? y ¿Cómo están transformando estos líderes populistas la diplomacia y el equilibrio del sistema internacional en el siglo XXI?*

En esta línea, la investigación se estructura en dos vertientes. En primer lugar, tomando como referencia el estudio empírico a llevar a cabo, se comparan las dos figuras de Trump y Xi Jinping a diferentes niveles. Posteriormente, se realiza un análisis de cómo dichas tendencias de liderazgo moldean el sistema internacional en su conjunto.

1.6. Metodología

El presente trabajo adopta un enfoque metodológico de carácter cualitativo, basado en un estudio comparativo de caso entre las figuras más relevantes en el panorama geopolítico actual: Donald Trump y Xi Jinping. Se opta por una metodología cualitativa debido a la propia

naturaleza del objeto de estudio, ya que el análisis del liderazgo populista, el marketing del poder y el cambio de paradigma en el panorama diplomático contemporáneo requieren una investigación exhaustiva de diversos elementos discursivos, simbólicos y comunicativos difícilmente cuantificables mediante metodologías exclusivamente estadísticas. A pesar de ello, cabe destacar que dicho análisis cualitativo se verá apoyado como es lógico por fuentes y datos de carácter cuantitativo como herramienta de soporte.

Asimismo, el uso de casos de estudio comparativos permite esclarecer los puntos de conexión entre dos modelos de liderazgo político diferenciados, pertenecientes a contextos ideológicos, culturales y geopolíticos distintos. Se analizan así similitudes de gran relevancia en cuanto al uso estratégico de la comunicación política, la construcción de la imagen personal y la proyección internacional del liderazgo.

La investigación se desarrollará principalmente a través del análisis del discurso político y estratégico de ambos líderes, prestando atención a sus narrativas públicas, proyección mediática, estilos comunicativos, y, como resulta obvio, su posicionamiento internacional. Las fuentes valoradas incluyen discursos oficiales, entrevistas, análisis académicos, documentos oficiales, plataformas políticas e institucionales y declaraciones públicas; complementadas por otros recursos de carácter más social, como publicaciones en redes como Twitter, Tiktok o Instagram, y documentales relacionados a política exterior de ambos dirigentes.

En esta línea, se prioriza la literatura académica especializada procedente de revistas científicas y plataformas de reconocido prestigio internacional en el ámbito de las relaciones internacionales y la ciencia política. Así, se incorporarán artículos de análisis político y geoestratégico publicados en revistas de referencia como Foreign Affairs y Foreign Policy, debido a su relevancia en el análisis contemporáneo del orden internacional, el liderazgo político y las transformaciones geopolíticas recientes.

En cuando a la lógica del análisis, la investigación se basa en un método inductivo. En otras palabras, a partir de la observación y comparación de discursos, estrategias comunicativas y posicionamientos políticos, se identificarán patrones comunes y repetidos en torno al uso del marketing del poder y del liderazgo populista. El análisis comparativo se centrará especialmente en tres niveles: la construcción de la imagen personal del líder, la relación entre

liderazgo y política exterior, y el impacto de estas dinámicas sobre la diplomacia y el equilibrio del sistema internacional contemporáneo.

Adicionalmente, cabe añadir que el espacio temporal en el cual se va a centrar esta investigación es desde el año 2016 hasta 2026, ya que se constata como el periodo en el cual ambos dirigentes se consolidan e influencian el contexto de creciente tensión geopolítica y crisis del multilateralismo actual.

Por último, se muestra conveniente indicar las limitaciones metodológicas inherentes a dicho estudio. En primer lugar, el análisis se centra prioritariamente en contenido de origen inglés o traducido a dicho idioma. Asimismo, debido a la amplitud del fenómeno estudiado, la investigación no pretende ofrecer una explicación exhaustiva de todas las transformaciones del sistema internacional contemporáneo, sino dar una explicación conjunta y homogeneizada de este fenómeno atado a cambios en el liderazgo político. Finalmente, debe tenerse en cuenta que el carácter actual, reciente y aún evolutivo de muchos de los acontecimientos analizados implica que determinadas tendencias políticas y diplomáticas continúan en desarrollo.

1.7. Estructura

La estructura del proyecto de investigación, esta se divide fundamentalmente en cuatro bloques. Esta primera sección ha evidenciado la relevancia que esta temática tiene como campo de estudio emergente dada la política actual. El segundo bloque procede a contextualizar tanto el marco teórico como el plano internacional. El marco teórico proporciona definiciones y debates de conceptos en la intersección del populismo y el marketing, mientras que el contexto geopolítico proporciona una visión integral del avance del populismo y sus estrategias retóricas. A continuación, el tercer bloque procede a presentar el análisis empírico. Se plantean los casos de estudio, Estados Unidos y China, desarrollando un estudio comparativo de la presentación y estrategias de comunicación de sus líderes. Finalmente, el bloque final presenta el resultado de esta evaluación y considera sus implicaciones para el sistema internacional.

CAPÍTULO 2: CONTEXTO GEOPOLÍTICO Y COMUNICATIVO

2.1. Panorama geopolítico global contemporáneo

2.1.1. Crisis del multilateralismo

A modo contextual, conviene encuadrar el multilateralismo como una forma institucionalizada de organización de la cooperación internacional, en el cual el conjunto de Estados que la conforma se rige por principios generalizados de conducta (Ruggie, 1992). Siguiendo esta línea explicativa, el multilateralismo surge como solución a un contexto traumático causado por dos guerras mundiales devastadoras, buscando institucionalizar y reforzar la cooperación, y mitigar la anarquía internacional (Vargas Hernández, 2009). Es así, como después de la Segunda Guerra Mundial, se propicia una articulación institucional que resulta en la ONU, el FMI, el extinto GATT, e incluso la UE y la OTAN a nivel regional. Gracias a la existencia de las mismas, se genera un marco de legitimidad política, estabilidad conductual y una reciprocidad difusa entre estados.[1]

No obstante, cada vez surgen más señales de que ese orden internacional está llegando a su fin. Son numerosos los casos que ejemplifican esta rotura: la fragmentación de MERCOSUR (2019), el Brexit (2020), la falta de una respuesta unificada ante el COVID-19 (2020), y los diversos bloqueos del Consejo de Seguridad de la ONU, devenido por el reiterado uso del veto ante decisiones clave como la guerra en Siria (2011) o Ucrania (2021). Asimismo, tanto la ampliación de los BRICS en 2024 – con la incorporación de países como Arabia Saudí, Irán o Egipto –, las restricciones impuestas por Estados Unidos a la exportación de microchips avanzados y tecnologías de inteligencia artificial hacia China, y el incremento de las tensiones militares en torno a Taiwán y el mar de China Meridional reflejan esta nueva realidad (Kausikan, 2023). Por último, conviene destacar la actuación de Estados Unidos como principal actor desestabilizador en el paraguas multilateral a través de numerosas retiradas institucionales bajo la Administración Trump, como la relativa al Acuerdo de París sobre cambio climático (2017), al Acuerdo nuclear con Irán (JCPOA) (2018) o la Organización Mundial de la Salud OMS (2020).

[1] Concepto introducido por Robert Keohane (1984) a través del cual se describe un patrón comportamental en el cual los Estados no esperan beneficios inmediatos y equivalentes en cada interacción, sino que aceptan contribuciones asimétricas en el corto plazo con la premisa de que estos beneficios se compensarán en el largo plazo.

La crisis del multilateralismo no corresponde a un único factor explicativo, sino que surge como resultado de una convergencia de tres crisis subordinadas e interrelacionadas: una crisis de eficacia institucional, una crisis de legitimidad política y una crisis de respaldo político doméstico.

1. **Crisis de eficacia**: Organizaciones Internacionales como el Consejo de Seguridad de la ONU sufren un bloqueo institucional ante situaciones de rivalidad, por ejemplo, entre China y Estados Unidos. Es decir, el exceso de burocracia aminora la posibilidad de respuesta rápida y global ante problemáticas de mayor complejidad como crisis climáticas, pandemias o la regulación tecnológica.
2. **Crisis de legitimidad**: dicha crisis se relaciona de una manera directa con el efervescente distanciamiento entre las instituciones de gobernanza global y las directrices nacionales (Ikenberry, 2018). En este sentido, se enmarca a las organizaciones internacionales como estructuras distantes o dominadas por élites políticas y económicas, lo cual propicia un creciente rechazo a la cooperación multilateral.
3. **Crisis de respaldo doméstico:** en las últimas décadas, la política exterior ha deslegitimado su carácter tecnocrático y consensual, para dar paso a una perspectiva íntegramente polarizada. En línea con la literatura académica, Sandra Destradi, David Cadier y Johannes Plagemann (2021) muestran la correlación entre el populismo y la politización de las relaciones internacionales, poniendo en duda alianzas tradicionales y criticando instituciones de carácter multilateral. Los datos apoyan esta consideración: un estudio de Ipsos (2024) realizado en 28 países revela que el 63% de la población, en promedio, considera que su país necesita un líder fuerte que recupere el poder de aquellos considerados como ricos, y que el 57% cree que la sociedad está rota, incluso en países con buen crecimiento económico. Así, estos datos reflejan el auge de dos pilares clave constitutivos del discurso populista.[2]

[2] Cas Mudde y Cristóbal Rovira Kaltwasser (2017) definen el populismo como la división de la sociedad entre "el pueblo puro" y "la élite corrupta." En otras palabras, el dato de Ipsos no mide solo una opinión, sino que refleja la extensión global de la mentalidad populista como sentido común político.

2.1.2. Reconfiguración del orden internacional

A partir de lo expuesto con anterioridad, se muestra evidente una transición sistémica dejando atrás el orden liberal internacional regido por la hegemonía estadounidense complementada por potencias como Europa occidental, Japón y Rusia; para dar paso a una configuración de carácter policéntrica donde nuevas potencias se vuelven protagonistas (Bekkevold, 2025). La globalización y el auge de la tecnología han propiciado una redistribución de los recursos estratégicos; dando esto lugar a su vez a nuevas potencias denominadas como las grandes beneficiadas de la globalización. A un nivel más concreto, la posesión de tierras raras, níquel, litio o semiconductores ligado al buen uso de las economías de escala han desencadenado el surgimiento de los llamados BRICS, liderados por China, mientras que la posesión de armamento nuclear ha supuesto que países como Irán, Pakistán, Corea del Norte, Israel o la India estén en el punto de mira (Lissner & Dumbacher, 2026).

A evidencia de estas transformaciones, queda en cuestión el destino del sistema internacional. Diversos autores convergen hacia la teoría de que el orden liberal no se encuentra tan solo en un periodo de erosión, sino que está reconfigurándose hacia un sistema internacional caracterizado por el rechazo a la cooperación multilateral, la diplomacia transaccional y un nivel de competencia sin precedentes (Herz & Ho, 2026).

Asimismo, dentro de esta competencia sistémica, China y Estados Unidos se presentan como los protagonistas de la misma en la reorganización del poder global. Tras una primera época de integración y globalización, la llegada de Trump al poder y su reticencia al avance chino ha propiciado una dinámica de carácter competitivo a nivel comercial, tecnológico, y en material de seguridad. Cheng Li y Diana Liang (2019) identificaron durante la primera Administración Trump que Washington había abandonado progresivamente la política de cooperación económica hacia Pekín para adoptar una estrategia orientada a la contención tecnológica y geopolítica de China.

Por otro lado, y a un primer nivel contextual e introductorio, el resurgimiento o consolidación de China como potencia económica, tecnológica y militar ha supuesto el mayor desafío a la hegemonía estadounidense desde finales del siglo XX. China con Xi Jinping a la cabeza, se ha decantado por una política exterior de un carácter más asertivo y geoeconómico, resultando

en el fortalecimiento del control estatal y la reafirmación internacional de China a la par que el surgimiento de fenómenos como el denominado *Wolf Warrior Diplomacy*, teoría la cual define y explica el estilo confrontacional de diplomacia pública derivado de la interacción entre la diplomacia formal del Estado chino y el cibernacionalismo propio de la estrategia de política exterior China de la última década (Sullivan & Wang, 2022). Asimismo, también cabe destacar, que, a diferencia de Estados Unidos, China ha optado por una estrategia de despliegue de poder mucho más silenciosa, evitando hasta el momento llevar a cabo grandes despliegues u operaciones militares directas. En contraste a la beligerancia estadounidense, la estrategia china se basa en el ámbito económico, comercial y geoestratégico, concretada en de forma más prominente en la iniciativa *One Belt, One Road* (James & Woon, 2017).

El factor diferenciador de esta competencia bipolar en comparación con otras disputas hegemónicas anteriores radica no solo en su basta escala, sino en la propia naturaleza de los recursos que la propician. En reducidas cuentas, son los minerales críticos, semiconductores, cadenas de suministro y el control de infraestructuras estratégicas globales las cuales exacerban aún más la competencia entre ambas potencias. Autores como Henry Farrell y Abraham Newman (2025), describen esta nueva tipología de cuasi-guerra inherente bajo el concepto de "interdependencia armada". Dicho concepto deja de lado la guerra tradicional caracterizada por el armamento y combate militar propio del siglo pasado, para dar paso a la coerción económica, comercial y tecnológica como nodos de control de la geopolítica.

No obstante, este fenómeno no corresponde únicamente a la última década, sino que se está germinando desde finales del siglo XX de la mano de presidentes como Deng Xiaoping y Hu Jintao, cuando China comienza su periodo de industrialización masiva, capitalismo de Estado e inserción global hasta convertirse en la fábrica o acreedor mundial por antonomasia (Youwei, 2015). Es así, como China da comienzo a su estrategia de control del entramado tecnológico completo basando su actividad y producción estratégica en las denominadas como tierras raras. Según la Agencia Internacional de la Energía, China representa alrededor del 60% de la producción mundial minera de tierras raras de imanes, mientras que su cuota de refinado supera el 90%. Su dominio es aún más pronunciado en los segmentos aguas abajo, con casi el 95% de la producción de imanes permanentes (IEA, 2026).

Por su parte, Estados Unidos, respondiendo a esta asimetría de recursos, se ha centrado en el control del diseño de los semiconductores, con Taiwán ostentando un monopolio evidente en cuanto a la fabricación de chips avanzados. Así, el Departamento de Comercio, además de ciertos análisis independientes, muestran que las empresas estadounidenses y aliadas controlan aproximadamente el 90% del equipamiento global de fabricación de semiconductores y cerca del 92% del valor total de la cadena de suministro (Corrado, 2022). Este control genera efectos sistémicos, ya que ciertas empresas chinas como Alibaba Cloud, Baidu y Tencent se han visto obligadas a posponer grandes entrenamientos de modelos de inteligencia artificial (Ding, 2024).

Analizando esta competencia de carácter bilateral en un plano de mayor profundidad, se concluye que dicho conjunto de disputas sobre recursos y tecnologías críticas se proyecta geográficamente sobre el Indo-Pacífico. A nivel concluyente, todo aquello expuesto con anterioridad se materializa no solo en una confrontación entre dos modelos opuestos de liderazgo y proyección del poder, sino en un aspecto de mayor trascendencia para el desarrollo de mi trabajo de fin de grado: comprender cómo las diferencias en la forma personales de dirigir de Donald Trump y Xi Jinping han contribuido directamente a la transformación del paradigma internacional contemporáneo y al surgimiento de un nuevo equilibrio de poder global.

2.2. Tendencias de comunicación política internacional

El poder político siempre ha ido implícito de los medios de comunicación desde la existencia de la política per se, lo cual implica que sería un error pensar que los medios de comunicación son un hecho aislado propio de la era de la digitalización. A lo largo de este capítulo, se viene a dar una explicación de como los medios de comunicación han influido, no solo en la forma de hacer política, sino en el cambio de paradigma internacional en sí. No obstante, antes de adentrarse en el entramado de cómo estos nuevos medios de comunicación propios de la era digital han propiciado un cambio en el paradigma actual más inmenso de lo que imaginamos, conviene realizar un seguimiento a lo largo de la trayectoria de los medios de comunicación en sí y su influencia en la política a lo largo del último siglo.

El considerado como primer gran medio de comunicación de carácter político de alcance masivo vino con la llegada de la prensa escrita a nuestras vidas. Teniendo en cuenta desde los panfletos revolucionarios propios del siglo XVIII hasta los grandes periódicos del siglo XIX, la letra impresa a papel se constituyó como el instrumento hegemónico en la canalización de la comunicación política a la par que discursos dirigidos a las masas. Cabe destacar en este sentido la figura de Napoleón Bonaparte, quien surgió como principal impulsor de los periódicos como herramienta de propaganda estatal para aumentar su legitimidad frente a la población francesa mediante los conocidos como *Bulletins de la Grande Armée*, los cuales no eran más que publicaciones oficiales que difundían las victorias militares francesas, mitigando los posibles fracasos y pérdidas (Bell, 2007).

Seguidamente, una vez adentrados en el siglo XX, la creación de las emisoras de radio supuso un salto cualitativo en la historia de la comunicación política, ya que los discursos políticos ya no eran necesarios escucharlos en directo, sino que bastaba con sintonizar un pequeño aparato que retransmitía aquello que los dirigentes políticos quisieran comunicar. Esto fue de gran utilidad durante ambas guerras mundiales, en las cuales la población se encontraba bajo toque de queda, y facilitó un sistema de comunicación nunca antes vivido adaptado a las circunstancias de la primera mitad del siglo XX. Destaca especialmente el caso de Franklin D. Roosevelt, que consiguió amenizar y facilitar el lenguaje con el que comunicaba sus políticas del *New Deal* a través de un discurso cercano y familiar, lo cual reafirmó la esperanza americana durante el periodo de la Gran Depresión (Potter & Smith, 1999). A su vez, dirigentes políticos europeos y de carácter autoritario de la época como Joseph Goebbels, ministro de Propaganda del *Tercer Reich*, se hizo con una producción masiva de receptores de radio de bajo coste, o el llamado *Volksempfänger*, como método para maximizar la penetración del mensaje del régimen en las clases con menos recursos (Welch, 2002).

Si decimos que la radio amplificó la voz del líder, la televisión en este caso amplificó su imagen, introduciendo nuevos elementos comunicativos en la política como la expresión corporal, la presencia, la proyección o la gesticulación. Siguiendo la línea temporal, John F. Kennedy y Richard Nixon pronunciaron el primer debate político retransmitido en televisión el 26 de septiembre de 1960 con unos setenta millones de espectadores, consolidándose como hito en la historia de la comunicación política. Durante las décadas siguientes y hasta finales

de 1990, la televisión se consolidó como el principal medio comunicativo en el espectro político (Kraus, 1962). Es así, como se establecieron cadenas específicas como la CNN en 1980 a la vez que otras cadenas de noticias activas veinticuatro horas, las cuales transformaron el ritmo informativo, obligando a los líderes políticos a adaptarse a una lógica de inmediatez permanente. En definitiva, la televisión impuso así sus propias normas al discurso político: fragmentación en mensajes cortos y emocionalmente impactantes y por primera vez una gestión profesionalizada de la apariencia pública a través de asesores de imagen y consultores de comunicación (Jamieson, 1996).

No obstante, la transformación más disruptiva en el plano de la comunicación política surge a partir de la segunda mitad de la década de 1990, con la llegada de internet. Aunque esta era de la digitalización no parece que nos vaya a abandonar nunca, esta primera fase denominada como Web 1.0 se caracteriza por la mera creación de webs estáticas y una continuación de la comunicación de tipo unidireccional con los políticos como únicos emisores. La llamada Web 2.0, surgida a partir de 2005, supone una interactividad por primera vez entre emisores y receptores a través de lo que hoy conocemos como las redes sociales, dejando atrás definitivamente el *broadcasting* unidireccional propio del siglo XX (Chadwick, 2013). Fue Barack Obama quien introdujo las redes sociales como herramienta comunicativa en la política a través de su campaña de 2008, en la cual utilizó el *podcasting*, MySpace y YouTube para ampliar su mensaje y conectar con su audiencia de simpatizantes y donantes. Los datos demuestran el impacto real que supuso este audaz movimiento de Obama: más más de mil millones de dólares fueron recaudados en 2012 para su campaña, de los cuales aproximadamente 690 millones procedieron de donaciones en línea, incluyendo redes sociales, correo electrónico y su sitio web, constituyendo el mayor porcentaje de pequeños donantes jamás registrado hasta ese momento (Kreis, 2012).

Por otra parte, otro de los cambios más abruptos en esta línea temporal es el uso masificado de las redes sociales, no solo como medio de comunicación política, sino como una auténtica arena de disputa geopolítica. A pesar de que este punto será explicado e investigado en posteriores capítulos con mayor profundidad, conviene nombrarlo como punto de inflexión en la línea de tiempo.

Finalmente, el mayor punto de transformación holística en la forma de transmitir la política se corresponde con el momento actual, devenido por el surgimiento de una nueva revolución tecnológica producto de la aparición de la inteligencia artificial como herramienta de producción, difusión y personalización de mensajes políticos. De esta forma, las aplicaciones de la IA, además del análisis masivo de datos denominado como Big Data, facilitan la producción de materiales de campaña, desde publicaciones en redes sociales y boletines por correo electrónico hasta borradores de discursos, garantizando una mensajería coherente a través de las plataformas. Uno de los fenómenos más destacados es la microsegmentación algorítmica, la cual se define como la capacidad por la cual se facilita la adaptación de mensajes políticos a perfiles concretos de votantes gracias al análisis de datos personales, preferencias de consumo y comportamiento digital. Dicho concepto vio la luz en las elecciones al primer mandato de Donald Trump en 2016, cuando la consultora Cambridge Analytica afirmó haber recopilado datos de aproximadamente 87 millones de usuarios de Facebook para desarrollar perfiles psicográficos utilizados con fines de comunicación política personalizada (Isaak & Hanna, 2018).

Aún más reciente ha sido la aparición de la Inteligencia Artificial Generativa y su aplicación disruptiva en la política, pues permite generar todo tipo de contenido audiovisual sintético acompañado de mensajes persuasivos a una velocidad y escala sin precedentes. De hecho, según el informe Global Risks Report 2025 del World Economic Forum, la desinformación y la manipulación informativa impulsadas por inteligencia artificial constituyen actualmente uno de los principales riesgos globales a corto plazo, lo cual refuerza la necesidad imperante de generar una legislación unificada al respecto (World Economic Forum, 2025).

En suma, echando la mirada hacia atrás en el tiempo, los múltiples medios de comunicación política observados a través de la historia se constituyen mucho más que como meros canales de transmisión de información, dando paso a un plano de verdadera construcción de poder geopolítico, legitimidad estatal a la par que internacional e influencia global. Adicionalmente, pese a cambios significativos en factores como la velocidad, la creatividad, la forma, el alcance o la capacidad de personalización de los mensajes, cabe destacar una reflexión en cuanto a la esencia que permanece vigente a lo largo de la historia de la comunicación política: la búsqueda de los líderes y de los Estados por controlar el relato, influir sobre las percepciones

colectivas y reforzar la legitimidad de su proyecto político (McNair, 2017). Así, la importancia de este apartado radica en poder comprender cómo los líderes actuales se hacen eco de estrategias de comunicación y el marketing político como instrumentos de influencia, tanto en la esfera doméstica como en la configuración del escenario internacional, donde la capacidad para construir narrativas persuasivas y modelar la opinión pública se ha convertido en un recurso estratégico tan relevante como el poder económico, militar o diplomático.

2.3. Relevancia del contexto para el estudio comparativo Trump vs. Xi Jinping

La elección concreta de los presidentes actuales de Estados Unidos y China para el caso comparativo no puede resultar de mayor obviedad y exactitud en la actualidad a la que nos enfrentamos, pues ambos países se consolidan como polos del sistema de poder internacional contemporáneo en el plano político, comercial e incluso militar. A nivel cuantitativo, los datos reflejan las siguientes evidencias: en 2025, Estados Unidos presentaba un PIB de 28,8 billones de dólares frente a los 18,7 billones de China, siento las mayores economías mundiales (International Monetary Fund, 2025). A su vez, Estados Unidos destinó 997.000 millones de dólares a defensa en 2024, mientras que China alcanzó una cifra estimada de 314.000 millones (Ibid).

Centrándonos en los líderes en sí, este caso de estudio se torna realmente interesante en la manera que, a pesar de partir de tanto regímenes políticos como modelos de desarrollo económico profundamente diversos, ambos líderes han desarrollado mecanismos de liderazgo que presentan notables puntos de convergencia en términos tanto comunicativos como estratégicos. Es así como, mientras que Estados Unidos se desarrolla mediante una democracia liberal presidencialista y se constata como uno de los mayores ejemplos de capitalismo liberal de mercado. China en cambio se presenta indudablemente como un Estado socialista de partido único regido por un capitalismo de Estado. Adicionalmente, a pesar de mostrarse como naciones completamente diferentes en muchos aspectos, ambos de sus líderes actuales han sabido posicionar su figura personal en el centro de la acción política, reforzando procesos de personalización del poder y construcción de liderazgos altamente identificables para la ciudadanía. Asimismo, esto, no se presenta como un hecho aislado, sino que la propia literatura contemporánea sobre populismo y liderazgo político señala que este fenómeno responde a una tendencia global de creciente centralidad del líder frente a las instituciones

tradicionales, favorecida por la transformación de los ecosistemas mediáticos y la comunicación digital (Urbinati, 2019).

Por consiguiente, se puede concluir que dicha comparativa no se reduce a un mero análisis de las conductas de ambos líderes en el plano político, sino que trasciende a la realización de una evaluación de gran impacto sobre la forma en que las dos potencias mundiales de mayor grado de relevancia en la actualidad configuran no solo la forma de hacer política, sino el sistema internacional en sí. Es por eso, por lo que comparar estos dos personajes se dictamina como fundamental de cara a conectar el análisis del liderazgo político con la transformación del orden internacional, mostrando cómo la política doméstica, la comunicación estratégica y la competencia geopolítica se encuentran cada vez más interrelacionadas en el siglo XXI.

CAPÍTULO 3: MARCO TEÓRICO

3.1. Populismo

3.1.1 Conceptualización del populismo

El populismo se constata como uno de los conceptos más representativos de esta investigación. Así, conviene encuadrar bien el populismo en sí, puesto que su significado ha sido ampliamente debatido dentro de la historia de la ciencia política contemporánea. A este respecto, el populismo ha sido descrito alternativamente como una ideología, un estilo de liderazgo, una estrategia política, una forma de movilización social o incluso una lógica discursiva de construcción del poder político (Webber, 2023).

En definitiva, y como resultado de esta controversia, el populismo se encuadra como un fenómeno político adaptable que puede integrarse en proyectos ideológicos muy diversos. Esta capacidad de adaptación explica su presencia tanto en sistemas democráticos y autoritarios, así como en movimientos de izquierda y derecha (Ibid). No obstante, a pesar de dicha controversia, existe una definición aceptada comúnmente por la literatura académica, desarrollada por Cas Mudde. Este cataloga esta corriente como una ideología de núcleo débil, o *thin-centered ideology*, puesto que se limita a clasificar a la sociedad en dos grupos, en este caso, la élite corrupta y el pueblo puro. Bajo esta premisa, se defiende la voluntad general del pueblo, ya que es considerada como la única fuente legítima de autoridad política (Mudde & Kaltwasser, 2013).

Adentrándonos en el entramado que el populismo supone, este se conforma por una variedad de elementos. Empezando por el pueblo descrito como una comunidad moral idealizada, presentada como virtuosa, homogénea y auténtica, enfrentada a lo que conocemos como la élite, representada como una minoría de carácter privilegiado, corrupto y distante. De esta forma, la anteposición del pueblo con la élite se consolida como eje y elemento clave en la coyuntura populista acompañado de una perspectiva moralizante (Campani et al., 2022).

3.1.2. El populismo en regímenes democráticos y autoritarios

Una de las facetas más impactantes del populismo resulta ser su versatilidad, es decir, la capacidad de adaptación de la misma a diferentes sistemas totalmente antagónicos, lo cual justifica en mayor medida su gran expansión a lo largo de las últimas décadas. En línea con el apartado anterior, esta flexibilidad impulsa a Ernesto Laclau (2005) a considerar el populismo como una lógica de construcción de legitimidad y representación más que como un sistema político per se. Asimismo, previo a entrar en la comparativa del populismo en diversos regímenes, se encuentra un elemento en común en todos aquellos sistemas, y es, en este caso, la dicotomía y anteposición moral entre un pueblo auténtico y unas élites corruptas.

Dentro de esta comparativa, el populismo en los regímenes democráticos viene devenido de una combinación de factores como crisis de representatividad ciudadana, desafección o percepciones de distancia entre el gobierno y su población. Es así, como a pesar de que estos personajes se consolidan en el poder de una manera totalmente legítima mediante elecciones, suelen viciar algún elemento democrático durante su mandato, ya sea la independencia judicial, la libertad de los medios de comunicación o bien la buena ejecución y práctica de los mecanismos reguladores o las propias instituciones supranacionales. En definitiva, el populismo en las democracias liberales pone en juego los mecanismos de control institucional (Fukuyama, 2017).

Todo esto se puede ver plasmado a través de casos de reciente actualidad como Donald Trump en Estados Unidos, Viktor Orbán en Hungría, Jair Bolsonaro en Brasil o, más recientemente, Javier Milei en Argentina. No son pocos los casos en los que la personalización del liderazgo, la apelación directa a la ciudadanía, la crítica a las élites tradicionales y la utilización intensiva de los medios de comunicación se han convertido en elementos centrales de la estrategia

política de numerosos líderes contemporáneos. Concretamente, el asalto al Capitolio procurado por Trump el 6 de enero de 2021, la construcción del muro fronterizo por parte de Víktor Orbán con la crisis migratoria de 2015 o la anteposición de Bolsonaro hacia organismos sanitarios durante la crisis del Covid-19 en 2020 reflejan lo que Pierre Rosanvallon (2020) denomina como *anti-expert populism*, y, se constituyen de la misma manera como claros ejemplos de este populismo impregnado en sistemas democráticos actuales.

Por otro lado, dando paso a los regímenes de carácter autoritario, este se materializa en aspectos sustancialmente diferentes. En otras palabras, ante una ausencia de competencia política, lo que realmente se busca en estos casos no se trata de conquistar el poder o ganar elecciones, sino de reforzar su legitimidad y posición de líder a nivel tanto nacional como internacional. En este mismo sentido, la narrativa populista es de carácter especialmente nacionalista, en la cual una supuesta amenaza externa justifica la aglutinación de poder en una única autoridad política. Además, mientras que, en el caso democrático, la dicotomía se ve plasmada entre pueblo y élite; en el caso autoritario, dicha dicotomía se posiciona en mayor medida entre la unidad nacional y enemigos internacionales, de manera que no se da cabida a la oposición política organizada (Urbinati, 2019).

El ejemplo de líder populista en el seno del sistema autoritario es sin ninguna duda Xi Jinping. A pesar de no contar con una oposición real, Le Lin (2023) ha encasillado el caso del líder chino bajo lo que se denomina como el populismo autoritario o el nacional-populismo autoritario. Son numerosos casos en los cuales Xi Jinging se ha mostrado como claro ejemplificador de este tipo de populismo; por ejemplo, con la construcción del concepto de *China Dream*, la exaltación del rejuvenecimiento nacional, la efectiva personificación del líder y, por último, la campaña anticorrupción iniciada en 2012 (Babones, 2020). No obstante, no es este el único caso de lo que se define como nacional-populismo autoritario, pues otros dirigentes como Vladimir Putin en Rusia, Nicolás Maduro en Venezuela o en Recep Tayyip Erdoğan en Turquía también plasman esta misma dinámica. La anexión de Crimea a Rusia en 2014, la respuesta al intento de golpe de Estado de 2016 en Turquía o la convocatoria de la Asamblea Nacional Constituyente en 2017 en Venezuela se constatan como algunos de los mayores acontecimientos en este sentido (Urbinati, 2019).

Asimismo, conviene tratar uno de los aspectos de mayor fundamento en lo que al populismo respecta, y ese es la movilización de las masas. Pues bien, llevar a cabo un análisis exhaustivo sobre las diferencias en torno a la movilización de dichas masas dentro de sistemas democráticos así de como en sistemas de carácter autoritario se muestra de vital interés para llegar al fin mayor del propósito de este trabajo. No obstante, primero se debe analizar lo que dicho concepto supone per se. La movilización de masas se define por ser un mecanismo primordial mediante el cual los líderes políticos cohesionan a la sociedad, la simplifican, refuerzan su capacidad de influencia y poder, y, como es obvio, generan legitimidad al régimen (Linz, 2000).

No obstante, y como se venía comentando, se dan ciertas diferencias entre las implicaciones de la movilización de masas dependiendo del sistema en el que se encuentre. En las democracias dicha movilización se desarrolla a través de la competencia electoral y, por ende, la libre participación política. De esta manera, los líderes se apoyan en campañas, discursos y mecanismos de representación que claman a sectores específicos de la ciudadanía, apelando a la identificación emocional y la participación electoral para obtener votos y seguidores. Asimismo, tienden a establecer una relación directa con sus seguidores y reducen el papel de los intermediarios tradicionales, como partidos o medios de comunicación (Urbinati, 2019).

Por otro lado, en los sistemas de carácter autoritario, esta movilización de masas se materializa de forma diferente, puesto que en este tipo de regímenes no se muestra necesario competir por el poder, sino que su foco de atención radica en reforzar y preservar el orden político existente. En estos casos, la participación ciudadana suele estar canalizada por estructuras estatales o partidistas que promueven objetivos colectivos definidos por el liderazgo. La movilización persigue fortalecer la legitimidad del régimen, fomentar la cohesión nacional y consolidar la identificación entre el Estado, la nación y el líder. En estos sistemas, las campañas patrióticas, los proyectos nacionales y las organizaciones vinculadas al Estado sustituyen la lógica de competencia característica de las democracias. En suma, uno de los únicos elementos que podemos sacar en común entre ambos tipos de regímenes es el uso de narrativas emocionales capaces de generar identificación colectiva y unidad (Skonieczny, 2018).

3.2. Liderazgo político y autoridad

El liderazgo político, así como la autoridad política constituyen elementos básicos en lo que a la ciencia política y de las Relaciones Internacionales respecta. Sin embargo, la irrupción de la tecnología, y con ello, los nuevos medios de comunicación y sobre todo las redes sociales, así como la evolución en sí de las democracias de masas han transformado profundamente las formas tradicionales de ejercicio de la autoridad. De esta forma, la política contemporánea ha experimentado un proceso de un claro auge en la personalización de la figura del líder. Es así, como a lo largo de este apartado, se va a dar pie a un análisis holístico sobre la naturaleza de la autoridad política y los mecanismos mediante los cuales los líderes construyen y consolidan su legitimidad, tomando como base la teoría de la autoridad carismática de Max Weber y a las nuevas formas de liderazgo personalista y mediatizado que caracterizan a buena parte de la política contemporánea.

3.2.1. Autoridad carismática

A través de la obra Economía y Sociedad, publicada en 1922, Max Weber recoge la formulación clásica de lo que consideramos como autoridad política. Bajo esta premisa, Weber define el término de autoridad carismática como una forma de dominación basada en la devoción hacia una persona considerada excepcional por sus seguidores. En el contexto político, el carisma no constituye una característica objetiva del líder, sino una relación social basada en el reconocimiento colectivo. Un dirigente es carismático porque sus seguidores creen que posee capacidades excepcionales para resolver crisis, interpretar el destino de una comunidad o conducir a un grupo hacia objetivos considerados trascendentales. De hecho, según Weber, se dan tres tipos ideales de dominación legítima: la autoridad tradicional, basada en la costumbre; la autoridad legal-racional, fundamentada en normas e instituciones impersonales; y la autoridad carismática, sustentada en la creencia de que un individuo posee cualidades extraordinarias que lo distinguen del resto de la población. Como es de esperar, dicha autoridad carismática torna con mayor fortaleza en momentos de incertidumbre, debilidad, conflicto o transformación social, lo que propicia un sentimiento de arraigo irracional hacia un líder considerado como carismático (Weber, 1978).

Echando la vista atrás, podemos observar como líderes tales como Adolf Hitler en Alemania, Benito Mussolini en Italia, Charles de Gaulle en Francia, Juan Domingo Perón en Argentina o Nelson Mandela en Sudáfrica construyeron su legitimidad sobre una fuerte identificación

emocional entre líder y pueblo, encajando a la perfección con esta descripción. En todos estos casos, la figura individual adquirió una relevancia superior a la propia organización política, convirtiéndose en el principal símbolo de la nación o del proyecto político defendido (Eatwell, 2007).

Ligando esta teoría con el entramado de investigación, se puede observar que tanto Donald Trump cómo Xi Jinping encajan en cierta manera en aspectos de esta definición de líder carismático. A pesar de que ninguno de ellos corresponde plenamente al modelo ideal de dominación carismática formulado por Weber, ambos incorporan elementos característicos como la personalización del liderazgo, la construcción de una conexión simbólica con amplios sectores de la población y la presentación del dirigente como figura indispensable para afrontar desafíos nacionales de carácter extraordinario. En el caso de Trump, su narrativa basada en el lema *America First*, su constante apelación al americano olvidado y su capacidad para movilizar emocionalmente a millones de seguidores a través de actos multitudinarios y plataformas digitales evidencian la centralidad de elementos carismáticos en la construcción de su liderazgo (Urbinati, 2019). Por su parte, Xi Jinping ha articulado una narrativa de rejuvenecimiento nacional sustentada en el denominado *China Dream*, proyectándose como el dirigente llamado a restaurar el papel histórico de China en el sistema internacional (Fanoulis & Cappelletti, 2023).

En suma, ambos casos concuerdan en que el liderazgo trasciende la mera ocupación de un cargo institucional para convertirse en un recurso político central, estrechamente vinculado a dinámicas populistas de identificación colectiva, movilización simbólica y construcción de legitimidad. Precisamente por ello, la autoridad carismática constituye un marco teórico especialmente útil para analizar cómo el populismo y el marketing del poder permiten a determinados dirigentes proyectar influencia tanto en la esfera doméstica como en el escenario internacional contemporáneo, lo cual será analizado con mayor profundidad en capítulos posteriores.

3.2.2. El cuerpo como instrumento de autoridad y proyección de poder

Un aspecto específico de esta proyección, frecuentemente minimizado en la literatura académica, es el uso simbólico del cuerpo como mecanismo de legitimación en la política. Pues bien, la autoridad no se proyecta únicamente mediante discursos o políticas públicas,

sino que también toma la forma a través de aspectos visuales como los gestos, la vestimenta, la escenografía y la representación corporal.

La literatura más reciente sobre populismo ha descubierto un patrón común en muchos líderes populistas: las representaciones hipermasculinizadas como fuente de poder, capacidad de mando y de legitimación. En otras palabras, podríamos decir que en muchos de estos casos los líderes buscan encarnar físicamente la fuerza de la nación para ganar respaldo social (Dingler & Lefkofridi, 2021).

Uno de los ejemplos más claros de esta práctica es Benito Mussolini durante el régimen fascista italiano. La propaganda oficial propia de su régimen se dedicó a difundir numerosas imágenes suyas montando a caballo de manera heroica, con el torso desnudo, practicando deportes o realizando actividades agrícolas. Lo que a simple vista podía ser una simple fotografía, realmente buscaba mostrar vigor físico y proyectar una masculinidad heroica capaz de simbolizar la fortaleza del Estado fascista (Mosse, 1996).

***Ilustración I**: Propaganda de Mussolini a caballo*



Fuente: Ben-Ghiat, R. (2015). *The cult of the Duce: Mussolini and the Italians*. Manchester University Press.

No obstante, este no es el único caso, puesto que Vladimir Putin se ha visto inmerso en la misma tipología de estrategias visuales en las cuales se mostraba practicando judo, pescando o montando a caballo con el torso desnudo. Por otro lado, Donald Trump se ha basado a sí mismo en una estética similar, aunque con una tipología de representación distinta, en este caso particular ligada al ámbito empresarial, evocando poder económico y superioridad masculina.

***Ilustración II**: Propaganda de Putin a caballo con torso desnudo*



Fuente: Kremlin.ru. (2009, agosto). *Vladimir Putin on horseback during vacation in Siberia*. Servicio de Prensa del Kremlin.

Desde una perspectiva de género, estas imágenes buscan reforzar atributos asociados tradicionalmente a la masculinidad política como la resistencia, la valentía, el dominio y la capacidad de protección. En consecuencia, la situación ante la cual se ven inmersas las mujeres líderes, se trata nada más y nada menos que una doble exigencia simbólica. Es decir, que estas deben demostrar simultáneamente competencia, firmeza y autoridad sin ser percibidas como excesivamente agresivas o alejadas de los estereotipos de género tradicionales. Casos como los de Margaret Thatcher, Angela Merkel o Giorgia Meloni muestran cómo el liderazgo femenino suele construirse mediante estrategias comunicativas distintas, más orientadas a la

competencia técnica, la responsabilidad o la protección colectiva que a la exhibición física del poder (Campus, 2013).

3.3. Marketing político

3.3.1. Conceptualización del marketing político

El marketing aplicado al ámbito político surge como concepto a raíz de las transformaciones experimentadas por las democracias occidentales durante las décadas de 1950 y 1960. Concretamente, se debe a un conjunto de factores como el aumento de la competencia electoral, la erosión progresiva de las lealtades partidistas tradicionales y la aparición de electorados cada vez más heterogéneos, que obligaron a los partidos políticos a desarrollar nuevas estrategias de comunicación y segmentación. Es así, como Bruce Newman (2002), esclarece cómo aquel célebre debate televisado entre John F. Kennedy y Richard Nixon en 1960 se considera como hito fundacional de este término. En definitiva, se determina que este término acoge aquella disciplina que hace referencia a la aplicación de herramientas procedentes del marketing comercial que trascienden al ámbito político para poder influir sobre las percepciones, actitudes y comportamientos del público objetivo. Trascendiendo la mera promoción electoral, esta disciplina engloba procesos de investigación, segmentación, posicionamiento y construcción de imagen (Kotler & Kotler, 1999).

No obstante, la masificación de los medios digitales ha propiciado un cambio en lo que la construcción del marketing político clásico se refiere. Si bien a finales del siglo XX el marketing político aglutinaba sus esfuerzos en períodos electorales concretos, esta irrupción de la tecnología ha supuesto una permanencia de la práctica de esta doctrina mediante interacciones continuas de los dirigentes políticos con la opinión pública. Como consecuencia, dicho marketing político ha evolucionado desde una función esencialmente electoral hacia una herramienta estable de construcción de legitimidad y gestión del liderazgo (Lees-Marshment, 2001).

3.3.2. Marketing del poder

En los últimos años ha habido un cambio en la narrativa propiciado por la convergencia simultánea de la comunicación política, el liderazgo personalista y la proyección estratégica de la imagen, de la cual ha emanado lo que se denomina como marketing del poder. Es así,

como esta nueva tipología del marketing político se caracteriza por centrarse en la construcción, consolidación y proyección de la autoridad política mediante la gestión estratégica de símbolos e identidades colectivas, dejando atrás prácticas propias del marketing político tradicional (Miskimmon et al., 2013).

En este plano, los líderes políticos compiten por definir qué acontecimientos merecen atención pública, cómo deben ser interpretados y qué significado adquieren para la sociedad. Bajo este paraguas explicativo, surgen los diferentes conceptos: *agenda setting* y *framing*. Mientras que el primero explica cómo los medios y líderes políticos condicionan la relevancia que la ciudadanía atribuye a determinados asuntos públicos mediante su selección y jerarquización; por otro lado, la teoría del *framing* analiza cómo dichos asuntos son presentados e interpretados, influyendo en los marcos cognitivos a través de los cuales los individuos comprenden la realidad política (McCombs & Shaw, 1972). En consecuencia, la lucha por el poder se traslada así al terreno de la construcción de significados (Entman, 1993). Ambos conceptos van a tener gran relevancia en apartados posteriores en los cuales se estudiará con detalle cómo Donald Trump y Xi Jinping usan estas estrategias en su política no solo interior, sino también en el plano diplomático internacional, con notables consecuencias.

Geoff Berridge (2022) define la diplomacia como la conducción de las relaciones entre Estados soberanos y otros actores internacionales mediante representantes oficiales y por medios pacíficos. Desde esta misma perspectiva, la diplomacia trasciende la mera negociación entre Estados para convertirse en un mecanismo fundamental de gestión del orden internacional, facilitando la cooperación, la resolución pacífica de controversias y la construcción de marcos normativos compartidos.

Siguiendo estas líneas explicativas, se analizará la evolución de la práctica diplomática desde los principios que caracterizaron la diplomacia multilateral clásica durante gran parte de la segunda mitad del siglo XX hasta la creciente consolidación de dinámicas transaccionales en las relaciones internacionales contemporáneas. En otras palabras, comprender esta evolución resulta especialmente relevante para la presente investigación, ya que permite contextualizar cómo determinados liderazgos contemporáneos, particularmente aquellos asociados a dinámicas populistas y personalistas, han contribuido a redefinir la forma en que los Estados

proyectan poder, construyen legitimidad y gestionan sus relaciones exteriores. En este sentido, dicho análisis se consolida como una herramienta imprescindible a la hora de evaluar el impacto que Donald Trump y Xi Jinping realmente ejercen sobre la transformación del orden internacional y sobre las nuevas formas de liderazgo político que caracterizan este siglo XXI.

3.4.1. La diplomacia multilateral clásica

Conviene encuadrar en el tiempo el origen de la diplomacia multilateral clásica, la cual surge tras la Paz de Westfalia de 1648, momento en el cual se consolida el sistema de Estados caracterizado por la soberanía estatal y la integridad territorial. Desde entonces, la evolución de la diplomacia ha estado estrechamente vinculada a las transformaciones del sistema internacional y a la necesidad de establecer mecanismos estables para la gestión del poder entre actores soberanos (Berridge, 2022).

Uno de los puntos de mayor inflexión en la historia de la diplomacia clásica surge con la creación del orden internacional de carácter multilateral desarrollado después de la Segunda Guerra Mundial. En este contexto, la diplomacia dejó de entenderse exclusivamente como una interacción bilateral entre Estados para convertirse en una actividad crecientemente orientada hacia la construcción de consensos colectivos y la gestión de bienes públicos globales, de manera que se vio necesaria la creación de instituciones multilaterales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial o posteriormente la Organización Mundial del Comercio (OMC) con el objetivo de frenar conflictos como los que habían devastado Europa durante la primera mitad del siglo XX (Ikenberry, 2018). Es así como la diplomacia que resultó como producto final de este orden internacional multilateral se basó en reglas como la cooperación internacional institucionalizada, la primacía de las normas internacionales a base de tratados y compromisos jurídicos, la búsqueda del interés colectivo y del consenso, los beneficios compartidos basados en la lógica del beneficio mutuo, la estabilidad, el universalismo, y, por último, la profesionalización de la diplomacia a través de cargos públicos (Keohane, 1984).

Asimismo, es de especial relevancia nombrar algunos de los principios que han marcado esta doctrina durante décadas, como la soberanía estatal que se nombraba con anterioridad propia de la Paz de Westfalia, la Igualdad jurídica de los Estados plasmada en la Carta de las Naciones

Unidas, el principio de no injerencia en los asuntos internos, la solución pacífica de controversias mediante arbitraje, el respeto al Derecho Internacional plasmado en tratados y acuerdos internacionales y la importancia de la responsabilidad compartida ante cuestiones como el cambio climático, el desarrollo sostenible o el terrorismo (Bull, 2012).

Sin embargo, la literatura contemporánea ha comenzado a cuestionar la distancia existente entre los principios proclamados por dicho orden y las prácticas efectivamente desarrolladas por las grandes potencias en los últimos años. En definitiva, hablamos de una ruptura con el sistema multilateral característico del siglo XX. A continuación, en el siguiente apartado se profundiza en la manera en la cual los valores característicos de la diplomacia clásica han sido transformados hasta dar paso a un nuevo tipo de diplomacia, en este caso, la diplomacia transaccional (Bashirov & Yilmaz, 2020).

3.4.2. La diplomacia transaccional como nuevo paradigma

En línea con el apartado anterior, actualmente nos encontramos ante un contexto de cambio, incertidumbre e inseguridad marcado por una transformación en la trayectoria de la diplomacia hacia una de carácter transaccional. En este sentido, la gran rivalidad entre potencias, la pérdida de legitimidad de determinadas instituciones multilaterales, el auge de movimientos nacionalistas y populistas, así como la fragmentación de la gobernanza global se presentan como aspectos intrínsecos de la nueva forma de hacer diplomacia. Siguiendo esta línea explicativa, esta diplomacia transaccional prioriza acuerdos específicos fundamentados en intereses nacionales directos (Santibáñez, 2026).

Esta tendencia se hizo especialmente visible durante los mandatos de Donald Trump y su famosa doctrina nacionalista *America First*. Dicha doctrina supuso una reinterpretación de la política exterior estadounidense desde una lógica marcadamente pragmática, en la que alianzas, organizaciones internacionales y acuerdos multilaterales fueron valorados principalmente por su utilidad inmediata para los intereses nacionales de Estados Unidos. En consecuencia, las instituciones internacionales que habían sido claves en el panorama internacional, ahora dejaban de constituirse como pilares de estabilidad global para convertirse en instrumentos cuya legitimidad dependía de su rentabilidad estratégica o económica (Lacatus & Meibauer, 2022).

No obstante, sería un error contemplar a Donald Trump como único artífice de este cambio paradigmático, pues, por su parte, otros líderes como Xi Jinping han colaborado intensamente a través de proyectos como *Belt and Road Initiative* (BRI), la ampliación de los BRICS o el peso internacional del Banco Asiático de Inversión en Infraestructura (BAII). La diferencia en este sentido, radica en la forma que Xi Jinping ha desarrollado una estrategia más sofisticada basada en la construcción gradual de estructuras paralelas de gobernanza e influencia, mientras que Donald Trump se ha mostrado proclive a una ruptura frontal con el sistema multilateral existente, cuestionando abiertamente el valor de alianzas, organismos multilaterales y compromisos internacionales (Fanoulis & Cappelletti, 2023).

En consecuencia, estos factores dirigen a concluir que la diplomacia transaccional no representa únicamente una modificación de las prácticas diplomáticas, sino una manifestación de cambios más profundos en la estructura del sistema internacional per se. El progresivo desplazamiento hacia una diplomacia transaccional refleja una transformación que favorece aquellas formas de liderazgo que priorizan la negociación directa, la personalización de las relaciones exteriores y la primacía de los intereses nacionales. Precisamente por ello, este fenómeno resulta especialmente relevante para comprender el impacto de liderazgos como los de Donald Trump y Xi Jinping en la reconfiguración del orden internacional contemporáneo.

3.5. Instrumentos de proyección internacional

Para profundizar en el marco teórico de la presente investigación, resulta necesario abordar una serie de conceptos fundamentales vinculados al liderazgo político, el marketing del poder, la proyección internacional de los Estados y las nuevas dinámicas de influencia en el sistema internacional contemporáneo. En este sentido, los siguientes apartados se centrarán en la conceptualización de nociones clave como *Soft Power* desarrollado por Joseph Nye, *Nation Branding* formulado por Simon Anholt o *Political Branding* por Jennifer Lees-Marshment y Margaret Scammell.

3.5.1. *Soft Power* (Joseph Nye)

El concepto de *Soft Power* fue acuñado por Joseph Nye, geopolitólogo estadounidense de la Universidad de Harvard, el cual a través de su libro *Bound to lead: The changing nature of*

American Power publicado en 1990, define este término como la capacidad de influir en las preferencias y comportamientos de otros actores mediante la atracción y la persuasión, en lugar de recurrir a la fuerza o a la coerción denominada como hard power (Nye, 1990).

En este sentido, dicho concepto supone un cambio de paradigma en la forma de analizar la dimensión simbólica del poder contemporáneo, puesto que previo a la Guerra Fría, el poder emanaba de una perspectiva material, asociándolo a capacidades militares, económicas o territoriales. Sin embargo, fueron la creciente interdependencia global añadida al fin de la Guerra Fría, que pusieron de manifiesto que la capacidad de un Estado para alcanzar sus objetivos no dependía exclusivamente de la coerción o de los incentivos económicos, sino también de su habilidad para generar atracción y legitimidad. Bajo este mismo contexto, los Estados pueden obtener resultados favorables no porque obliguen a otros a actuar de una determinada manera, sino porque consiguen que sus intereses sean percibidos como deseables o compatibles con los de terceros. Desde esta perspectiva, la legitimidad, la reputación y la credibilidad se convierten en recursos estratégicos de primer orden dentro de la competencia internacional contemporánea (Ibid).

En línea con los casos de Donald Trump y Xi Jinping, ambos se han hecho eco de esta teoría para poner en práctica su forma de hacer relaciones internacionales, aunque cada uno de ellos de diversa forma. Es decir, mientras que Estados Unidos ha construido históricamente gran parte de su poder blando a través de la difusión global de valores asociados a la democracia liberal, el libre mercado, la cultura popular y la innovación tecnológica, China ha impulsado una estrategia alternativa basada en la promoción de su modelo de desarrollo, la expansión de sus capacidades económicas y la construcción de una narrativa internacional centrada en la cooperación y el beneficio mutuo (Callahan, 2015).

3.5.2. *Nation Branding* (Simon Anholt) y *Political Branding* (Jennifer Lees-Marshment y Margaret Scammell)

El concepto de Nation Branding fue desarrollado por Simon Anholt en la década de 1990. A través del mismo, Simon Anholt describe cómo los propios Estados, al igual que las empresas o las organizaciones, proyectan una determinada imagen hacia el exterior que condiciona la

forma en que son percibidos por diversos actores externos como gobiernos, inversores, medios de comunicación y sociedades extranjeras. Es decir, extrapolándolo a un mayor ámbito de concreción, se puede definir la reputación internacional como un activo estratégico capaz de influir sobre la capacidad de un país para atraer inversiones, generar confianza, ejercer influencia diplomática o consolidar alianzas internacionales. No obstante, lejos de la reputación internacional medida a través de meras campañas de promoción, el concepto de Nation Branding implica en mayor medida la propia construcción de una identidad nacional única representada a través de ciertos valores y atributos coherentes y medibles. En relación con ciertos sistemas políticos de actualidad, este concepto permite comprender la legitimidad internacional hacia ciertos regímenes a pesar de las controversias que emanan la nación en sí (Anholt, 2007).

Esta definición encaja perfectamente con el ejemplo de Estados Unidos, puesto que a pesar de las numerosas controversias ocurridas en relación con los últimos mandatos de Donald Trump, desde el cuestionamiento de alianzas tradicionales y organismos multilaterales hasta episodios de elevada polarización política interna, la marca nacional estadounidense sigue estando vinculada por amplios sectores de la comunidad internacional a valores como la democracia, el liderazgo global, la innovación, y, en definitiva, por la defensa del orden liberal internacional. Es así, como esta disyuntiva entre su reputación acumulada y comportamiento efectivo, constituye uno de los elementos más relevantes para comprender la proyección internacional de Estados Unidos (Van Ham, 2001).

Estableciendo un paralelismo, se define *Political Branding*. Si el *Nation Branding* permite comprender cómo los Estados construyen su reputación internacional como nación, el concepto de *Political Branding* traslada esta misma narrativa al ámbito del liderazgo político. Desarrollado por autoras como Jennifer Lees-Marshment y Margaret Scammell, este concepto hace referencia al proceso mediante el cual los líderes construyen estratégicamente una identidad pública diferenciada, asociada a determinados valores, atributos y narrativas capaces de generar confianza, legitimidad e identificación entre la ciudadanía. En otras palabras, estas dos autoras defienden cómo cada vez más líderes contemporáneos operan como meras marcas políticas, alejando el foco del contenido de los propios programas políticos que presentan, para centrar más su atención en procesos emocionales de diferenciación simbólica, gestión de la

imagen pública y construcción de identidades reconocibles. En consecuencia, la figura del líder se convierte en un producto político susceptible de ser diseñado, comunicado y adaptado a distintos segmentos de audiencia (Lees-Marshment, 2001; Scammell, 2015).

Este fenómeno puede ser atribuible de igual manera a Donald Trump. Pues bien, como se comentaba en apartados anteriores, Trump ha conseguido labrarse una marca personal asociada al éxito empresarial al igual que al liderazgo imponente. De igual manera, su identidad política se ha consolidado en base a narrativas como *Make America Great Again*, la cual vincula de manera directa la recuperación nacional con su propia figura. De la misma manera, Xi Jinping no se queda atrás, y, a pesar de contar con un contexto institucional completamente distinto, ha sabido impulsar el llamado *China Dream*, el cual asocia su liderazgo con el rejuvenecimiento nacional y el empoderamiento chino en el plano internacional (Fanoulis & Cappelletti, 2023).

CAPÍTULO 4: CASOS DE ESTUDIO

Una vez se ha procedido a la contextualización pertinente, se da paso al análisis y posterior comparación entre los dos dirigentes más destacados del momento, Donald Trump y Xi Jinping. Para el óptimo desarrollo del mismo, se ha determinado una división de dicho análisis por bloques: una primera perspectiva del líder per se, su gestión de la política interna y, por último, su proyección internacional.

4.1. Donald Trump

Donald Trump se presenta como uno de los ejemplos más enigmáticos en cuanto a lo que liderazgo populista contemporáneo confiere. Como se ha vislumbrado a partir de apartados anteriores, Trump ha supuesto una transformación en las formas tradicionales de comunicación y representación política mediante una combinación de liderazgo personalista, confrontación con las élites y utilización estratégica de los medios de comunicación y redes sociales. Siguiendo esta línea explicativa, durante este apartado se plasma y se analiza con vehemencia su relevancia para enmarcar tanto el populismo como el marketing del poder.

4.1.1. Proyección personal y marketing del liderazgo

Como se especificaba en el párrafo anterior, Donald Trump sugiere un ejemplo de cómo a través de la promoción inmobiliaria, el universo del entretenimiento, el éxito empresarial y, en conjunto, la construcción de un *brand* personal de alto impacto, se puede conseguir hacer carrera política; rompiendo así con todos los esquemas políticos estadounidenses del siglo XX. Es así, como se da cabida al núcleo constitutivo de su proyecto de liderazgo. Pues bien, fue a través de su discurso de anuncio de candidatura el 16 de junio de 2015, que este mismo expresó que él era el único salvador que podía llegar a salvar el corrompido sistema político en el que se hallaba inmerso su nación: "Los políticos hablan mucho, pero no actúan. Yo soy un empresario de éxito, no debo nada a nadie". El hecho de mostrarse bajo lo que se denomina como *outsider*, propició una oleada de aprobación hacia un dirigente que no tenía ningún tipo de historial de elaboración de políticas previas reprochables, de manera que su oratoria y sus éxitos empresariales se plasmaron como únicos factores a tener en cuenta. Dicha estrategia clasificada bajo el paraguas populista, fue elaborada por Corina Lacatus (2021).

No obstante, el elemento más diferenciador de la estrategia de *branding* personal de Trump es sin ninguna duda su personalizado e identitario eslogan *Make America Great Again* (MAGA), bajo el cual se configura todo su bagaje político. Es más, él, ya en noviembre de 2012, es decir, incluso antes de presentarse a la candidatura, decidió registrar dicha marca comercialmente, revelando su carácter esencialmente mercantilista. De esta forma, dicho eslogan trasciende su política nacional e internacional para convertirse en un acrónimo que se sostiene por sí mismo. La propia CNN Politics (2025), avala como Trump se constata como un excelente captador de la atención en masa a través de la simplicidad y la repetición, ambos aspectos íntimamente relacionados con el populismo. En definitiva, desde la perspectiva de la teoría del marketing político, Trump en sí configura uno de los ejemplos más paradigmáticos de marketing del poder, puesto que ha sido capaz de converger de líder a producto, una mera campaña electoral en experiencia de consumo emocional y el voto en acto de identificación identitaria (Yellow Politics, 2022).

En este sentido, su arquitectura narrativa se articula en torno a la denominada por Alexandra Homolar y Ronny Scholz (2019) como la narrativa de crisis. Este tipo de narrativa, propia del populismo, se describe como aquella en la cual se construye un estado de emergencia nacional

que solo él puede resolver. Asimismo, Trump se basó en una premisa de carácter emocional para poder construir su liderazgo político. Como resultado, este se presenta como catalizador del *ressentiment* colectivo de sectores de la población que experimentan pérdida de estatus característico de la dicotomía populista de élite y pueblo; y, que, en consecuencia, encuentran en la figura del líder combativo un vehículo para canalizar esa ira hacia enemigos identificables. El análisis de 11 000 *tweets* presidenciales realizado por *The New York Times* reveló que Trump atacaba a personas o instituciones a casi el triple de la tasa con que se elogiaba a sí mismo, lo que confirma empíricamente que el modo comunicativo primario de Trump no es la autoexaltación sino el ataque (Joosse & Zelinsky, 2022).

Sin lugar a duda, el aspecto por antonomasia más identificativo de Donald Trump a nivel personal, es su gestión y uso de las redes sociales. Hasta el momento, ningún otro líder había sido capaz de conectar tanto con las masas como él a través de un canal tan cotidiano e informal. Destaca concretamente su uso de la aplicación de Twitter, hasta febrero de 2020 el actual presidente estadounidense habría llegado a publicar en torno a 49 000 *tweets*. Pero esta cuestión no se trata solo de números, sino del impacto real que estos mensajes tienen sobre la audiencia, puesto que, durante la campaña de 2016, los *tweets* de Trump recibieron en promedio tres veces más atención que los de su oponente Hillary Clinton, lo que sugiere que tuvo más éxito en atraer la atención pública (Eady et al., 2020).

Asimismo, el presidente estadounidense se basa en herramientas como la autenticidad performativa para construir una imagen de espontaneidad, inmediatez y ruptura con las normas de la comunicación política convencional lo cual sirve como catalizador de la atención de su audiencia. El uso políticamente incorrecto del lenguaje, los ataques personales, las mayúsculas y los calificativos hiperbólicos no son excesos comunicativos sino elementos funcionales de una estrategia de diferenciación respecto al *establishment* político percibido como distante y falso (Lacatus & Meibauer, 2022).

Desde una perspectiva aglutinadora, el análisis de la proyección personal de Donald Trump permite concluir que su éxito político no puede entenderse únicamente desde la perspectiva tradicional de la competición electoral, sino como el resultado de una sofisticada estrategia de marketing del poder basada en la construcción de una marca política altamente reconocible. La figura de Trump trasciende la del candidato convencional para convertirse en un producto

político sustentado sobre tres pilares fundamentales: la imagen de *outsider* capaz de desafiar al *establishment*, una narrativa populista basada en la confrontación entre el pueblo y las élites, y una comunicación directa, emocional y permanentemente plasmada en medios como Twitter.

4.1.2. Proyección interna: liderazgo y políticas domésticas

Donald Trump, como claro ejemplo de líder populista, se basa en la personalización de la legitimidad institucional como principal catalizador de poder. Es decir, que ampara su capacidad de actuación en torno a la figura del líder en vez de en las instituciones formales del Estado (Destradi, Cadier & Plagemann, 2021). Encajando perfectamente con la definición de lo que se conoce como populismo gubernamental, Trump relaciona públicamente y de manera sistemática medios de comunicación nacionales, agencias federales, organismos reguladores o incluso sectores del propio Partido Republicano con obstáculos para poder implementar la voluntad popular expresada a través de su liderazgo (Lacatus & Meibauer, 2022).

Es así, como dicha concepción del liderazgo no solo ha condicionado la forma de ejercer el poder, sino que ha proporcionado a su vez el marco ideológico sobre el cual se articula el principal proyecto político de su presidencia: *Make America Great Again* (MAGA). Pues bien, desde una perspectiva ideológica, MAGA combina elementos de nacionalismo económico, conservadurismo cultural, soberanismo político, y proteccionismo comercial; y, su fin fundamental radica en recuperar lo que sus seguidores consideran una posición de fortaleza económica, industrial y social erosionada por la globalización, la inmigración y las políticas promovidas por las élites tradicionales de Washington. Dicha visión se materializa en la forma en la que implementa medidas de carácter claramente proteccionista, como aranceles sobre productos procedentes de China valorados en cientos de miles de millones de dólares, restricciones migratorias, refuerzo del control fronterizo y políticas destinadas a favorecer la producción nacional (Lacatus, 2021).

No obstante, resulta especialmente llamativo observar cómo, bajo un nivel de análisis de mayor profundidad, se reflejan actuaciones paradójicamente intervencionistas enmascaradas bajo un espectro aparentemente proteccionista. Sin embargo, esto no llega a ser del todo contradictorio, puesto que Trump justifica su actuación externa bajo la premisa proteccionista

estadounidense, en otras palabras, interviene para protegerse. En este sentido, aunque el discurso oficial de Trump se fundamentaba en el rechazo a las denominadas *forever wars* y en una crítica recurrente al intervencionismo liberal, su liderazgo nacionalista ha demostrado más bien lo contrario. Algunos ejemplos como la captura forzosa de Nicolás Maduro en enero de 2026, el inicio de la guerra de Irán y la constante disposición mostrada durante su segundo mandato por emplear instrumentos coercitivos reflejan esta práctica (Fontaine, 2026).

Por otro lado, cabe destacar el enorme impacto doméstico que Trump ha tenido durante sus dos mandatos sobre la intensificación de la polarización política y cultural, ya que temáticas como la inmigración, el comercio internacional, la globalización, el papel de los medios de comunicación o la confianza en las instituciones pasaron a interpretarse crecientemente a través de una lógica binaria de confrontación. En este sentido, ha sido capaz de transformar la campaña electoral en un proceso permanente de movilización de masas, lo cual constata una base fundamental de la crispación y radicalización política en la cual Estados Unidos se ha visto inmersa. Para ello, el papel de los mítines políticos se ha vuelto clave en la Casa Blanca, ya que dichos actos funcionaban como auténticos rituales políticos de reafirmación colectiva donde se refuerzan los vínculos emocionales entre líder y seguidores mediante la repetición de consignas como *Make America Great Again*, *Build the Wall* o *Drain the Swamp* (Böller & Wiedekind, 2025).

A su vez, la identificación constante de adversarios tanto políticos como sociales complementó esta estrategia de movilización de masas. El ejemplo más significativo de esta dinámica fue el ocurrido tras las elecciones presidenciales de 2020, en las cuales el propio Trump convenció a sus seguidores de un supuesto fraude electoral, hecho que contribuyó a su vez a una mayor erosión de la confianza por parte de sus votantes hacia el propio sistema electoral estadounidense. Finalmente, a pesar de su derrota ante Biden, Trump ha sabido mantener una base electoral extraordinariamente cohesionada, ya que en esas mismas elecciones consiguió recaudar más de 74 millones de votos, cifra muy superior a la alcanzada previamente en 2016 pese al contexto de pandemia y recesión económica, evidenciando el elevado grado de fidelización política generado alrededor de su figura (Federal Election Commission, 2021).

En definitiva, la política interna de Donald Trump evidencia cómo el populismo contemporáneo puede combinar diversos elementos como el nacionalismo económico, la

movilización emocional, el liderazgo personalista y la comunicación permanente de cara a construir una base de apoyo extraordinariamente cohesionada. Esta combinación explica no solo su éxito político, sino también la profunda huella que ha dejado sobre la estructura del sistema político estadounidense y sobre la forma en que el liderazgo se ejerce en las democracias contemporáneas.

4.1.3. Proyección internacional: diplomacia y liderazgo global

Uno de los aspectos más interesantes a la hora de analizar en profundidad la política encauzada por Trump, son no solo su proyección internacional, sino su capacidad de diplomacia y gestión del orden internacional como presidente. Y qué mejor fuente primaria de análisis sobre su forma de hacer política exterior que examinar con detenimiento los cuatro discursos proclamados ante la Asamblea General de las Naciones Unidas durante su primer mandato, es decir, de 2017 hasta 2020. Es así, como a través de una lógica inductiva de estudio, se pretende contextualizar y encuadrar en un marco académico esta política internacional trumpiana. Bajo un primer encuadre, cabe destacar que todos ellos abordan una misma tesis central: la superioridad del principio de soberanía nacional sobre el orden multilateral, además de la legitimidad de que cada Estado priorice sus propios intereses sobre cualquier compromiso internacional (Lacatus, 2021).

Siguiendo esta sucesión de los acontecimientos, en su primer discurso pronunciado el 19 de septiembre de 2017 ante la Asamblea General de las Naciones Unidas, Trump anunció lo que se consolidaría como los puntos cardinales de su doctrina exterior, basados en la personalización de Trump como líder y representante del pueblo estadounidense ante los pueblos del mundo. A través de su discurso, supo vincular la prosperidad económica interna referenciada a través de una bolsa en máximos históricos añadido a unos indicadores mínimos del desempleo en 16 años, con su política exterior de *America First* como principal artífice de esta época de bonanza. En definitiva, reveló la lógica transaccional que vertebraría toda su política exterior: la prosperidad económica como argumento de legitimidad, la soberanía como valor supremo sobre cualquier norma internacional y el poder militar como palanca de negociación, puesto que anunció un aumento del gasto militar hasta los setecientos mil millones de dólares como preaviso de lo que marcaría la posterior década (Trump, 2017).

Al año siguiente, el 25 de septiembre de 2018, Trump protagonizó uno de los momentos más simbólicos de su presidencia durante su segundo discurso ante la ONU, pues afirmó con vehemencia que su propia administración había logrado en menos de dos años más que casi ninguna otra administración en la historia de Estados Unidos, lo que resultó en risas audibles entre los delegados de los 193 Estados miembros. En consecuencia y ante el ego de Trump, este respondió con asombro: "No esperaba esa reacción, pero está bien" (Trump, 2018). Pippa Norris y Ronald Inglehart (2019) analizaron este suceso y obtuvieron un resultado paradójico, puesto que mientras que la proyección doméstica de Trump caracterizada por un estilo confrontacional y un autoelogio constante suele generar impacto positivo sobre gran parte de su ciudadanía, a nivel internacional, dicho mismo estilo de liderazgo se materializa en rechazo e incredulidad por parte del público internacional. Es decir, que la amplia literatura sobre populismo y política exterior sostiene que mientras que la misma comunicación funciona como señal de autenticidad ante el electorado interno, en el contexto de la diplomacia multilateral resulta contraproducente.

Tras este suceso, el 24 de septiembre 2019 durante su tercer discurso ante la Asamblea General de la ONU, este puso de manifiesto la dimensión más filosófica e ideológica de su doctrina exterior, en la manera que proclamó la antinomia entre patriotismo y globalismo como el eje definidor de la política mundial contemporánea. Concretamente, Donald Trump (2019) alegó: “Los líderes sabios siempre anteponen el bien de su propio pueblo y de su propio país". Asimismo, añadió: "El futuro no pertenece a los globalistas. El futuro pertenece a los patriotas”. Finalmente, en el cuarto y último discurso de su primer mandato, Trump evidenció y enumeró los logros obtenidos respecto a su política exterior, desde la retirada del acuerdo nuclear con Irán, la incipiente presión hacia China por sus llamados abusos comerciales, la renegociación de las aportaciones a la OTAN hasta la firma de los Acuerdos de Abraham en Oriente Medio. Es así, como el 22 de septiembre de 2020 Donald Trump (2020) afirmó: “Como presidente, he rechazado los enfoques fallidos del pasado, y orgullosamente estoy poniendo a América primero, tal como ustedes deberían poner a sus países primero. Eso está bien: eso es lo que deberían estar haciendo”.

Más allá de sus discursos ante la Asamblea General de Naciones Unidas, estos casos de estudio sirven para poder extraer conclusiones sobre su proyección internacional. En este sentido, Donald Trump propició un cambio de paradigma, dejando atrás el internacionalismo liberal

propio del orden internacional creado 1945, para dar paso a una política exterior centrada en la diplomacia transaccional. No obstante, y como se venía comentando en apartados anteriores, esta lógica no implica un aislacionismo clásico, sino una forma de unilateralismo selectivo. Por ello, su política exterior combina elementos aparentemente contradictorios: critica a las *forever wars*, pero muestra disposición al uso de la fuerza; rechaza el multilateralismo, pero negocia con actores estratégicos; mantiene una retórica antiintervencionista, pero presiona coercitivamente sobre actores como Irán, Venezuela o China. Esta tensión constituye uno de los rasgos centrales de su liderazgo internacional: *America First* no implica una retirada del mundo, sino una subordinación de toda acción exterior a una lógica de ventaja nacional inmediata. Adicionalmente, en cada uno de los ámbitos analizados a continuación, el patrón se muestra similar en la manera que mide monetariamente las relaciones de alianza y usa el poder económico como instrumento de coerción (Destradi et al., 2021).

La tensión actual en la OTAN refleja uno de los casos más distinguidos en cuanto a esta retórica. Pues bien, tras la cumbre de la OTAN celebrada en La Haya los días 24 y 25 de junio de 2025, Estados Unidos impulsó una nueva medida dedicada a destinar el 5% del PIB a defensa y seguridad para 2035 por parte de cada uno de los Estados miembros (NATO, 2025). No obstante, y por sorpresa para el propio Trump, Pedro Sánchez se antepuso a esta medida al defender el hecho de que una inversión aproximada de 2,1% era más que suficiente para España en su compromiso con la organización. Como era de esperar, la supremacía y ego de Trump le llevaron a amenazar a España con represalias comerciales (Mason, 2025). Desde una perspectiva académica, este episodio evidencia la sustitución progresiva de la noción tradicional de solidaridad estratégica por una lógica de reciprocidad financiera, donde la legitimidad del aliado deja de medirse por su compromiso político y pasa a evaluarse en función de su contribución económica.

No obstante, su relación más enigmática y destacada es la que mantiene con China. Ambas naciones se consolidan como principales potencias globales, de forma que, ante la premisa de Trump de mantener su hegemonía por encima del resto de países, debe articular su política exterior en torno a equilibrar dicha balanza a su favor. Es así, como en 2018, Trump decidió imponer aranceles sobre más de 360 000 millones de dólares en importaciones chinas, iniciando la mayor guerra comercial bilateral de la historia económica reciente. Dicha guerra comercial se vio reforzada y amplificada durante su segundo mandato, ya que impuso un

arancel del 104% sobre determinadas importaciones chinas en 2025 (New York Center for Foreign Policy Affairs, 2025). Desde esta perspectiva, Donald Trump ha desplegado una auténtica estrategia de contención comercial, financiera y tecnológica. Autores como Vera Thorstensen y Victor do Prado (2025) ligan esta práctica con un nuevo concepto: *economic statecraft*. Bajo este concepto se designa el hecho de usar instrumentos económicos para alcanzar objetivos geopolíticos. En otras palabras, el presidente estadounidense ha fusionado economía y seguridad, convirtiendo el comercio, la tecnología y los datos en dimensiones centrales de la competencia entre grandes potencias (Thorstensen & Do Prado, 2025).

En lo que llevamos de año, este se consolida sin duda como uno de los más turbulentos de las últimas décadas, y, la mayoría ha sido obra de Trump. Sin ir más lejos, el 3 de enero de 2026, Trump finalmente culminó con la captura de Nicolás Maduro en Venezuela, lo que ha supuesto otra materialización de *America First* en la forma que combina una retórica soberanista hacia dentro con prácticas intervencionistas hacia fuera. Asimismo, este caso se puede entender desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales, como una actualización contemporánea de la lógica hemisférica de la Doctrina Monroe: Donald Trump rechaza obligaciones multilaterales amplias, pero mantiene una pretensión especial de influencia sobre su entorno geopolítico inmediato (Gonzalez, 2026).

Otro de los casos más abruptos ocurridos en este ajetreado 2026 es el suceso con Irán. Tras Estados Unidos atacar diversas instalaciones militares iraníes de la mano de Israel en febrero de este año, se desató una crisis sin precedentes que afecta en la actualidad a la globalidad de la población debido al cierre del Estrecho de Ormuz, franja de mar por la cual pasa aproximadamente el 20% del gas natural licuado mundial. Este caso vislumbra otra de las principales paradojas de la política exterior trumpiana, puesto que la retirada del acuerdo nuclear con Irán en 2018 y la posterior política de máxima presión reflejaron una preferencia por la coerción económica y diplomática frente a la negociación multilateral. En otras palabras, su aparente rechazo sistemático a las *forever wars* no parece eliminar su disposición a emplear instrumentos coercitivos cuando este percibe amenazas a intereses estratégicos estadounidenses (Kavanagh & Kelanic, 2026).

En definitiva, esta reinterpretación de las alianzas internacionales desde una lógica eminentemente transaccional trascendió el ámbito diplomático y de seguridad para proyectarse

también sobre el terreno económico, donde la política arancelaria se ha convertido en uno de los principales instrumentos de presión utilizados por la Administración Trump. Sami Al-Kharusi y Ahmed Elroukh (2026) hablan del *Liberation Day*, anunciado el 2 de abril de 2025, como la fecha en la que la Casa Blanca presentó una amplia lista de aranceles dirigidos a numerosos socios comerciales tradicionales, lo cual se tradujo en una fuerte volatilidad en los mercados internacionales, respuestas comerciales por parte de los países afectados y un aumento en la incertidumbre sobre la estabilidad del sistema económico internacional. Es esta línea, el Council on Foreign Relations (CFR) confirmó en su análisis de septiembre de 2025, que los efectos geopolíticos de la política arancelaria de Trump habían erosionado profundamente las alianzas tradicionales en la manera que los aliados están ahora intentando desesperadamente alcanzar acuerdos con la administración Trump para evitar aranceles más altos y restaurar algo de estabilidad y previsibilidad en sus relaciones con Estados Unidos.

Por otro lado, es determinante abordar la retirada de Estados Unidos del Acuerdo de París a la hora de hablar del impacto de la política exterior de Trump; puesto que, al abandonar el acuerdo climático en 2025 y hacer efectiva la salida en 2026, la Administración Trump consideró los compromisos climáticos internacionales como restricciones injustas para la economía estadounidense, confirmando así su imponente dimensión soberanista sobre la política exterior de su país (Victor, 2025). Bajo un plano de análisis mayor, esta retirada trasciende las implicaciones medioambientales para reflejar las verdaderas implicaciones políticas relacionadas con el rechazo de Trump a concebir a Estados Unidos como proveedor de bienes públicos globales, introduciendo su narrativa de carácter transaccional.

4.2. Xi Jinping

Si bien Donald Trump representa una manifestación del liderazgo populista en el contexto de una democracia liberal, Xi Jinping constituye un caso enigmático del liderazgo populista llevado a un régimen autoritario. Siguiendo esta línea explicativa, Xi Jingping, desde su llegada al poder en 2013, ha impulsado una progresiva centralización de la autoridad política, una intensificación de las estrategias de comunicación estatal y una ambiciosa proyección internacional destinada a reforzar la posición de China como potencia global. Por ello, el análisis de su figura resulta especialmente útil para plasmar y analizar con firmeza su enmarque dentro del populismo y del marketing del poder.

4.2.1. Proyección personal y marketing del liderazgo

La figura de Xi Jinping constituye uno de los fenómenos de ingeniería de liderazgo más complejos del siglo XXI. A nivel introductorio, cabe reflejar la construcción totalmente deliberada de Xi sobre su propia representación como líder carismático, combinando poder nacional, control institucional y populismo. No obstante, a diferencia de lo que Max Weber (1978) define como autoridad carismática, la construcción de Xi Jinping como líder se diferencia y matiza en la forma que dicho carisma no deviene de forma natural en un contexto competitivo y libre, sino que se fabrica institucionalmente mediante el Partido Comunista de China (PCCh) como herramienta propagandística. Liangen Yin y Terry Flew (2018) relacionan este proceso como el retorno de la autoridad carismática en China, señalando que Xi ha logrado difuminar las fronteras entre esfera pública y privada a través del uso estratégico de los medios digitales y los símbolos culturales.

No obstante, la construcción deliberada de Xi Jinping sobre su propia representación como líder no se limita a su ascenso al poder, sino que se viene configurando desde mucho tiempo atrás, desde los inicios de su formación política. El primer elemento temporal que usa para conectar su biografía con el pueblo chino es su exilio por los campos de reeducación de la provincia de Shaanxi, donde fue enviado como joven intelectual durante la Revolución Cultural (1969-1975). En el artículo *Xi Jinping: How I Got Into Politics* publicado en el 2000, se habla de este periodo traumático con una inequívoca autenticidad populista, ya que el propio líder es conocedor del sufrimiento del pueblo ordinario y se proclama como personaje inspirador e incluso salvador.

Posteriormente, una vez fue proclamado oficialmente presidente de la República Popular China en marzo de 2013, continuó mostrándose como líder resiliente y cercano al pueblo mediante una estrategia de humanización y popularización de su imagen pública. En este contexto y nada más instaurarse en el poder, se consolidó orgánicamente el término *Xi Dada* (习大大), lo que se traduce como "Gran Tío Xi" o "Gran Papá Xi" y ha sido usado ampliamente por el propio PCCh como instrumento de propaganda nacional. Es más, se han llegado incluso a publicar canciones en torno a esta retórica, como la famosa "Xi Dada ama a la Mamá Peng" en referencia a su esposa, que acumula decenas de millones de reproducciones. Ante lo que se puede considerar como un simple gesto comunicativo, Carl Minzner (2018) avala la trascendencia del mismo al interpretarlo como una manifestación de

la progresiva personalización del poder político en China, fenómeno que rompe parcialmente con las normas de liderazgo colectivo instauradas tras la era maoísta.

Sin embargo, uno de los hitos de mayor relevancia que culminó con la consagración de Xi Jinping como líder máximo y autoritario chino, fue sin duda el ocurrido en octubre de 2017 durante el 19º Congreso del propio partido, cuando se incorporó el "Pensamiento de Xi Jinping sobre el Socialismo con Características Chinas para una Nueva Era" (习近平新时代中国特色社会主义思想) a la Constitución del Partido. Este hito supuso otorgarle el mismo calibre ideológico que el Pensamiento de Mao Zedong y la Teoría de Deng Xiaoping. Susan Shirk (2018), interpreta esta maniobra como el retorno al liderazgo personalista que el partido había tratado de evitar después de las calamidades de la Revolución Cultural. No obstante, aún más impactante fue el suceso ocurrido en marzo de 2018, cuando el Congreso Nacional del Pueblo aprobó la eliminación del límite constitucional de dos mandatos para el cargo de presidente del Estado, lo cual eliminó la principal salvaguarda institucional diseñada por Deng Xiaoping para prevenir el retorno del caudillismo maoísta y consolidó definitivamente la posición de Xi como líder sin plazo de caducidad (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2018).

Por otra parte, como buen líder populista y autoritario, Xi Jinping maneja el control de la narrativa mediática. Fue en 19 de febrero de 2016, que Xi Jinping realizó una visita a las tres principales instituciones mediáticas del país, en este caso, *People's Daily*, la agencia *Xinhua* y *China Central Television* (CCTV) para exigirles lealtad absoluta al partido. Xi dictaminó: "Todo el trabajo de los medios del partido debe reflejar la voluntad del partido, salvaguardar la autoridad del partido y la unidad del partido" (Xi, 2016). Analizado desde la perspectiva del marketing político, Manuel Castells (2007) define este fenómeno como el poder de los medios. A diferencia de Donald Trump, quien opera en un ecosistema mediático plural y competitivo, Xi se consolida él mismo como mensaje (Economy, 2018). Simultáneamente, en el plano del marketing de la imagen personal, destaca el tratamiento visual de Xi en los medios. Toda la fotografía y filmografía oficial lo presentan sistemáticamente en tres registros complementarios: el líder de Estado a través de trajes oscuros en reuniones de alto nivel, el hombre del pueblo mediante un abrigo de campo en visitas rurales o a zonas afectadas por desastres y el patriota militante a través de un uniforme militar en inspecciones al Ejército Popular de Liberación. Esta triada visual, que puede analizarse a través de los marcos de Erving Goffman (1959) sobre la presentación del yo, construye una imagen poliédrica que

apela simultáneamente a diferentes segmentos de la población china: las élites urbanas, las comunidades rurales y los sectores nacionalistas. Estas prácticas perfectamente orquestadas, son actos performativos de proximidad populista que contrastan con la frialdad tecnocrática de Hu Jintao (Global Media Journal, 2021).

4.2.2. Proyección interna: legitimación y gobernanza doméstica

Poder encuadrar a Xi Jinping en el marco populista requiere una justificación teórica cuidadosa, puesto que el populismo ha sido conceptualizado normalmente en contextos democráticos o semi-democráticos, lejos del régimen autoritario de partido único que caracteriza a la China actual (Mudde & Kaltwasser, 2017). En esta línea, Christo Pretorius y Radoslav Valev (2024), describen este populismo autoritario bajo la combinación de factores como el populismo antiélite y su campaña anticorrupción, la apelación a la nación-pueblo unificada frente a enemigos externos como Estados Unidos, Japón o fuerzas separatistas de Taiwán; y, por último, el uso del nacionalismo como fuente primaria de legitimidad. Otros autores como Kevin Rudd (2018) lo encasillan en lo que se denomina como marxismo nacionalista, en la forma que el PCCh se desplaza hacia la izquierda ideológica en economía y hacia la derecha en política exterior plasmada a través de la asertividad nacional, y el rechazo a la hegemonía occidental. Este doble movimiento es, en sí mismo, una sofisticada operación de marketing político.

Como es lógico, la propia narrativa populista se ve plasmada a través de los propios discursos oficiales de Xi Jinping. Pues bien, en su discurso inaugural como Secretario General del PCCh el 15 de noviembre de 2012, Xi proclamó: “Nuestra gente ama la vida y desea una mejor educación, trabajo más estable, mayor renta, seguridad social más fiable, atención sanitaria de mayor calidad, condiciones de vida más cómodas y un entorno más hermoso”. Bajo lo que se puede considerar como una simple retórica política sin mayor entresijo, en un plano de análisis mayor, se articula un proyecto populista donde el pueblo es definido en términos de sus necesidades materiales y Xi se erige como el intérprete privilegiado y satisfactor de esas necesidades (Laclau, 2005).

Por otro lado, otro de los principales vectores de su política populista es el eslogan acuñado por él mismo en noviembre de 2012 durante una visita al Museo Nacional de China. Bajo el lema del “Chinese Dream” (中国梦,), se hace referencia intrínsecamente a una narrativa

diseñada para vincular la figura de Xi Jinping con el proceso de rejuvenecimiento nacional chino, proyectando al líder como principal garante de prosperidad, estabilidad y retorno de China a una posición central dentro del sistema internacional tras el denominado Siglo de Humillación. Es así, como este eslogan opera con un significante vacío populista, lo suficientemente amplio para ser adoptado por diferentes grupos sociales y cohesionado en torno a la figura del líder (Golden, 2015).

No obstante, el instrumento más efectivo y determinante de su arsenal político es sin duda la campaña anticorrupción que lanzó en noviembre de 2012, la cual le permitió, desde el punto de vista del marketing del poder, abarcar simultáneamente dos aspectos: ser un mecanismo de populismo redistributivo, puesto que se muestra como líder que castiga a los corruptos que han robado al pueblo, además de ser un instrumento de consolidación personal del poder. En la práctica, se constata que, desde noviembre de 2012 hasta marzo de 2015, más de 270 000 funcionarios fueron investigados y sancionados, incluyendo figuras de primer nivel como Zhou Yongkang, Bo Xilai, Xu Caihou y Guo Boxiong (Quah, 2015). Precisamente, esta campaña consistía en combatir la corrupción dentro del Partido Comunista Chino mediante la persecución tanto de altos dirigentes denominados como "tigres" como de funcionarios de menor rango denominados como "moscas".

El análisis de la campaña desde la perspectiva del marketing de poder revela su ambivalencia fundamental. Por un lado, genera popularidad doméstica genuina: encuestas elaboradas por Richard Wike y Bridget Parker (2015), mostraban que el 73% de los ciudadanos chinos consideraban la corrupción un problema muy grave, y la campaña de Xi gozaba de alta aceptación popular. Por otro lado, investigadores como Minxin Pei (2016) y Lisheng Dong (2025) han señalado que la campaña presenta un sesgo sistemático hacia los adversarios políticos de Xi y los miembros de facciones rivales, mientras que los aliados de Xi raramente son investigados. Esta selectividad convierte la campaña en un mecanismo de purga política revestido de legitimidad anticorrupción, es decir, un ejemplo paradigmático de cómo el marketing del poder puede instrumentalizar causas populares para objetivos de consolidación personal.

Simultáneamente, resulta inevitable hablar de la instrumentalización del nacionalismo como fuente de cohesión social y legitimidad en la política doméstica de Xi Jinping. Ante la progresiva desaceleración del crecimiento económico chino, el liderazgo ha complementado

la legitimidad basada en el desempeño económico con una legitimidad de carácter ideológico y nacionalista articulada en torno al denominado "Gran Rejuvenecimiento de la Nación China" y al "*China Dream*" comentado previamente. Estas narrativas presentan al Partido Comunista Chino como el actor encargado de restaurar la grandeza histórica del país. Paralelamente, iniciativas como la Campaña de Erradicación de la Pobreza (脱贫攻坚), que, según cifras oficiales, permitió sacar de la pobreza extrema a cerca de 99 millones de personas entre 2012 y 2021, han reforzado tanto la legitimidad del régimen como la presencia del PCCh en la sociedad. Sin embargo, esta búsqueda de cohesión nacional también incorpora elementos coercitivos, especialmente en territorios como Xinjiang o el Tíbet, donde la estabilidad se ha sustentado en mecanismos de vigilancia, control social y políticas de asimilación cultural (Rangel, 2023).

En suma, todo ello se complementa con la institucionalización del denominado "Pensamiento de Xi Jinping" que se comentaba en el apartado anterior, convertido en uno de los principales instrumentos ideológicos del régimen y orientado a consolidar una identidad política común en torno al liderazgo, la unidad nacional y el proyecto de revitalización de China.

4.2.3. Proyección internacional: estrategia global y marca-país

En cuanto al plano internacional, Xi Jinping ha reforzado e impulsado abismalmente el reconocimiento de China como marca-país, a través de instrumentos como *soft power* (Nye, 1990), *nation branding* (Anholt, 2007) y el marketing de poder que se aprecian a lo largo de todo el trabajo de fin de grado en sí mismo.

Según esta misma teoría referente al *nation branding,* Simon Anholt (2007) expone que la imagen de un país es el resultado de la percepción acumulada en seis diversas dimensiones: exportaciones, gobernanza, cultura y patrimonio, pueblo, inversión e inmigración, y turismo. En este sentido, Xi Jinping encaja en esta teoría en tres principales vértices. El primero, y como no podía ser de otra forma, el de las exportaciones, ya que evidencia su liderazgo en tecnología 5G a través de Huawei, paneles solares y vehículos eléctricos evidenciando así su expansión del modelo de desarrollo chino. Por otro lado, la inversión en proyectos de infraestructura bajo la BRI; y, por último, la cultura medida a través del cine, la gastronomía y el idioma plasmada a través de los Institutos Confucio, que actúan como vehículo de atracción. No obstante, y a pesar de los intentos de China por mostrarse como

artífice del cambio en el orden internacional, desde la pandemia de COVID-19, China ha experimentado un deterioro significativo en su imagen en las democracias occidentales, lo que demuestra los límites del *nation branding* cuando las políticas domésticas contradicen los mensajes proyectados.

Dejando atrás este encuadre de carácter más teórico y académico, conviene definir el proyecto de política exterior más ambicioso del siglo XXI, en este caso, la *Belt and Road Initiative* (BRI), anunciada por él mismo en 2013 y que propone inversiones en infraestructura como puertos, carreteras, ferrocarriles, centrales energéticas y redes de telecomunicaciones en más de 140 países entre Asia, África, Europa y América Latina, con una inversión total estimada entre uno y ocho billones de dólares entre 2013 y 2049.

En línea con la teoría, desde la perspectiva del *soft power*, la BRI opera como instrumento central de la estrategia de marca-país de Xi, puesto que se hace eco del discurso de la globalización inclusiva para construir la imagen de China como potencia desarrollista alternativa, especialmente entre los países del Sur Global. Es más, el propio Xi ha encuadrado explícitamente la BRI como herramienta de *soft power* en numerosas intervenciones, entre ellas, en el 18º Congreso Nacional del PCCh en 2014 declaró: "Debemos incrementar el *soft power* de China, transmitir una buena narrativa de China y comunicar mejor el mensaje de China al mundo" (Brugier, 2021). Sin embargo, un proyecto de semejante calibre como la BRI está claro que genera asimismo significativas controversias. El suceso ocurrido en el Puerto de Hambantota en Sri Lanka evidencia esta misma retórica, puesto que el Gobierno de Colombo se vio obligado a conceder a China el arrendamiento del puerto de Hambantota por un periodo de 99 años en 2017 ante la incapacidad de repagar los préstamos contraídos. En consecuencia, surgió el término "Diplomacia de la trampa de deuda" acuñado por Brahma Chellaney (2017) para definir este nuevo concepto.

Más allá de las numerosas y constantes controversias a las que se somete este proyecto, la BRI fomenta de una manera inverosímil la influencia de China sobre África, proclamándose como una iniciativa de desarrollo e inversión que, al mismo tiempo, suscita debates y preocupaciones sobre la dependencia económica y asimetría en las relaciones sino-africanas. Para llevar a cabo este proyecto, se creó el Foro de Cooperación China-África (FOCAC). En el discurso inaugural de Xi Jinping (2024), se articula el marco retórico central de la diplomacia

económica china, puesto que se presenta a China como socio igualitario del Sur Global frente a la diplomacia condicional propia de Occidente, que vincula la ayuda a exigencias de gobernanza democrática. Es así, como esta narrativa tiene un impacto real en las preferencias de los gobiernos africanos, puesto que según el Afrobarómetro (2022), el 63% de los ciudadanos africanos encuestados considera que la influencia china en su país es positiva, aunque con variaciones significativas según el país.

Por otra parte, otro de sus principales puntos de interés es América Latina, donde su comercio bilateral superó los quinientos mil millones de dólares en 2022, convirtiendo a China en el segundo socio comercial de la región después de Estados Unidos. A nivel más explicativo, la estrategia china se basa en una combinación de diplomacia comercial, diplomacia de la deuda y diplomacia política. En este sentido, Jorge Sahd (2022) advierte sobre los riesgos de esta trampa de deuda implícita, señalando que el patrón de financiamiento chino en la región genera dependencias estructurales similares a las observadas en África.

Además de la BRI, que no es más que una estrategia orientada a transformar de manera holística el orden internacional y equilibrar la balanza hegemónica hacia China en detrimento de Estados Unidos y occidente; China cuenta con otra estrategia basada en lo que Ikenberry (2018) denomina como "Transformación desde dentro". En consecuencia, China muestra especial interés por su papel en los organismos internacionales para usarlos como palancas de influencia, mientras que Estados Unidos cada vez pretende alejarse más de las mismas. El caso de la ONU es el ejemplo más enigmático de esta disyuntiva, puesto que mientras que China encabeza cuatro de las quince agencias especializadas de la ONU, entre ellas la FAO, la UNIDO, la ICAO y la ITU; Estados Unidos dirige solo una. Esto, a su vez, le permite a Xi en términos prácticos, influir sobre normas técnicas internacionales, especialmente en telecomunicaciones a través de la ITU y en el ámbito alimentario gracias a su papel en la FAO (Gowan, 2022).

Mientras que Xi Jinping tiende a proyectar su influencia mediante la BRI o su papel en los organismos multilaterales bajo una falsa narrativa de cooperación y beneficio mutuo, este recurre asimismo a otras formas de diplomacia más directas y confrontacionales opuestas a la estrategia de *soft power*, como la conocida como la "Diplomacia del lobo guerrero" (战狼外交). Bajo este estilo de diplomacia, múltiples diplomáticos chinos defienden de

manera firme e incluso agresiva los intereses e imagen internacional de China frente a críticas externas (Martin, 2021). Es así, como ante críticas internacionales por parte de Australia, Canadá o la Unión Europea, China optó por enfrentarse de manera enérgica y contundente a las mismas, lo que propició asimismo un rechazo significativo en las democracias occidentales. En otras palabras, dicho estilo diplomático nacionalista resulta funcional para el consumo doméstico, ya que refuerza la imagen de Xi como líder que no se deja intimidar, pero contraproducente en términos de imagen internacional, especialmente en democracias avanzadas. En definitiva, esta tensión irresuelta entre multilateralismo cooperativo y nacionalismo asertivo es, en última instancia, el reflejo externo de la propia naturaleza del liderazgo de Xi: un autoritarismo que necesita proyectarse como orden alternativo legítimo sin renunciar a los instrumentos de coerción que lo sostienen.

CAPÍTULO 5: COMPARACIÓN DONALD TRUMP VS. XI JINPING

Una vez expuestas y definidas con detenimiento las estrategias y retóricas sobre cada una de las prácticas políticas de tanto Donald Trump como Xi Jinping, conviene realizar un análisis comparado de ambos sin caer en meras repeticiones de capítulos anteriores, sino que, en base a la información ya contemplada, poder establecer un análisis comparativo de gran bagaje y profundidad.

No obstante, para poder llevar a cabo este examen comparativo de una forma clara y lineal, se pone de manifiesto la necesidad de encuadrar ambos líderes en su contexto diferenciador más reseñable, y, desde ese punto, poder establecer otros diferentes elementos identificativos. En este sentido, la diferencia más clara por antonomasia entre ambos no es otra que su naturaleza institucional y política; puesto que, a pesar de que Trump opera en un sistema con separación de poderes, prensa libre y alternancia electoral característico de las democracias liberales occidentales, Xi opera en un régimen autoritario liderado por el PCCh. Aun así, a pesar de sus diferencias, ambos ejercen un uso común del liderazgo personalista en la forma que se presentan como líderes personalistas, clasificados incluso como líderes carismáticos (Weber, 1978), además de únicos salvadores posibles de sus respectivos países, atribuyéndose la capacidad exclusiva de revertir los desafíos que afronta la nación. Esto se plasma con claridad en el uso de la narrativa de la grandeza nacional como eje movilizador articulado por un único líder salvador. Siguiendo esta línea explicativa, tanto *Make America Great Again* como el

"*Chinese Dream*" (中国梦) son estructuralmente homólogos, ya que ambos articulan un relato de declive y restauración como la humillación histórica de China o la decadencia industrial de la América profunda; y, en consecuencia, movilizan a la población. No obstante, hay otro fundamental eje diferenciador en esta retórica populista. Y, es que el populismo de Trump es excluyente, puesto que define al pueblo en términos nativistas frente a inmigrantes, élites cosmopolitas y China; y, por su parte, Xi es inclusivo hacia el exterior apelando a la gran familia de los pueblos chinos y el Sur Global unido, pero se muestra a su vez brutalmente excluyente hacia dentro, donde cualquier voz disidente es suprimida (Mudde & Kaltwasser, 2017).

Otra de las principales implicaciones derivadas de esta diferencia entre sistemas políticos resulta ser la perspectiva temporal de cada uno de ellos, y como la enfrentan en su manera de hacer política. Es decir, Trump opera en un sistema con alternancia electoral, la cual en 2020 le desalojó del poder a pesar de que él apelara al fraude electoral. Por otro lado, Xi Jinping, tras eliminar el límite de mandatos en 2018, ha construido un horizonte de poder indefinido que le permite emprender proyectos geopolíticos de largo alcance como la *Belt and Road Initiative* que tiene un horizonte declarado hasta 2049, careciendo de ningún tipo de presión por parte ni del ciclo ni del respaldo electoral. En consecuencia, tiene sentido la mayor coherencia estratégica de la política exterior china frente a la volatilidad transaccional de la trumpiana. De esta manera, conviene esclarecer que Trump nunca ha controlado completamente el aparato del Estado federal, ya que, a pesar de sus esfuerzos por reforzar su autoridad sobre la administración pública, tanto la burocracia profesional, como el poder judicial y el Congreso actúan en mayor medida como contrapesos reales. Sin embargo, Xi ha fusionado el liderazgo del Partido, el Estado y el Ejército en su propia persona, lo que amplía su capacidad de implementación sin mecanismos internos de control. A nivel analítico, Steven Levitsky y Daniel Ziblatt (2018) distinguen entre la erosión democrática propia de Trump definida por el debilitamiento institucional desde dentro, y el autoritarismo consolidado de Xi Jinping.

Asimismo, dicha asimetría institucional conecta directamente con las estrategias comunicativas de cada líder. Por un lado, Trump debe enfrentarse a medios de comunicación independientes y diversidad de voces públicas. Es más, Trump se ha hecho eco de las redes sociales para establecer una agenda informativa paralela a los medios tradicionales,

convirtiendo cada *tweet* en un acto de gobierno y la denuncia de las *fake news* en el eje de su identidad política. No obstante, realmente interesante resulta la paradoja trumpiana en cuanto a que necesita la prensa libre para atacarla, ya que su relato no tiene sentido sin la existencia de medios independientes que desafíen su versión. Por otro lado, Xi Jinping ha optado por erradicar cualquier atisbo de libertad de expresión y ha establecido como única fuente de información válida medios estatales como la CGTN, China Daily y Xinhua, lo cuales producen una narrativa controlada y coherente sobre la grandeza china. Sin embargo, como señala David Shambaugh (2015), esto genera el problema de la credibilidad del *soft power* autoritario, ya que los mensajes producidos por regímenes autoritarios que suprimen la información interna tienen una prima de descuento en los receptores externos, especialmente en las democracias. De igual manera, la teoría del "Dictador spin" alega que los líderes autoritarios contemporáneos ya no se basan en el miedo para gobernar, sino en la manipulación de la información. Esto, en consecuencia, aproxima estructuralmente el autoritarismo moderno a las democracias iliberales en su dependencia del control narrativo, pero con la diferencia crucial de que la manipulación autoritaria opera sin competencia informativa mientras que la populista opera en un mercado de ideas que no puede cerrar del todo (Guriev y Treisman, 2019).

Uno de los ámbitos más enigmáticos en esta comparativa resulta ser la estrategia de política exterior mediante la cual cada uno de estos dos líderes pretende tener su implicación en el orden mundial. En primer lugar, Donald Trump muestra una clara tendencia de distanciamiento e incluso abandono del multilateralismo institucionalizado en favor de la bilateralidad transaccional comentada con anterioridad. Casos como la reciente retirada de Estados Unidos del Acuerdo de Asociación Transpacífico, del Acuerdo de París o de la UNESCO, unido a las numerosas disputas dentro de la OTAN ejemplifican esta tendencia; en la cual, si las instituciones multilaterales son costosas para Estados Unidos y beneficiosas para los *free riders*, la racionalidad a corto plazo sugiere abandonarlas. Aún así, lo que esta lógica ignora, es que esas instituciones fueron diseñadas precisamente para proyectar el poder americano y mantener su hegemonía en el largo plazo (Ikenberry, 2018). En contrapartida, Xi ha optado por una transformación desde dentro, ya que a la par que aumenta su peso en diversos organismos internacionales, pretende reconfigurar de igual manera la gobernanza global en favor de los intereses estratégicos chinos. En otras palabras, China no derriba el orden institucional liberal, sino que lo infiltra y reorienta. Como resultado de lo expuesto, donde Trump ve las instituciones como cargas, Xi las ve como palancas.

Esta divergencia estratégica ha producido un resultado de enorme ironía histórica: el líder de la potencia democrática hegemónica ha actuado como el principal cuestionador del orden liberal, mientras que el líder de la potencia autoritaria más importante se ha presentado retóricamente como su principal defensor. Ante lo que a simple vista parece un fenómeno incoherente, bajo un nivel de análisis mayor se encuadra en lo que Trine Flockhart (2016) denomina como la inversión de roles sistémicos, y, tiene sin duda consecuencias profundas sobre la legitimidad del orden internacional, ya que ese orden necesita líderes que lo practiquen, no solo que lo proclamen. Como primer suceso que ejemplificó esta dinámica, destaca el discurso proclamado por Xi en el Foro de Davos en enero de 2017, en el cual China se presentó de manera firma e inequívoca ante la élite del capitalismo global como el defensor del libre comercio y el multilateralismo. Con posterioridad a este acontecimiento, la competencia bilateral directa entre ambos países aumentó hasta niveles nunca antes vistos, muchas veces propiciada por el propio Trump por ejemplo a través de la guerra comercial de 2018, con aranceles sobre más de 360 000 millones de dólares en bienes. No obstante, lo que Trump ignoraba era el hecho de que la competición estratégica con China no constituía una mera negociación comercial bilateral susceptible de resolverse mediante un buen acuerdo, sino una disputa mucho más profunda en torno al diseño y configuración del orden internacional del siglo XXI (Allison, 2017).

En definitiva, el impacto combinado de ambos liderazgos sobre el orden internacional es, en última instancia, complementario en su carácter erosivo: donde uno destruye, el otro construye, aunque sea de una manera contraria a los valores liberales. Como se comentaba con anterioridad, donde Trump ha debilitado ese orden desde dentro cuestionando las alianzas, legitimando el discurso nacionalista en las democracias occidentales y retirándose de los compromisos multilaterales; Xi lo ha desafiado desde fuera, construyendo instituciones y narrativas alternativas alineadas con los intereses del Sur Global. Todo ello representa una modificación incremental pero acumulativa del orden internacional que se consolidará con independencia de quién lidere China en el futuro. Sin embargo, el régimen democrático pone en duda que esta misma práctica se plasme en Estados Unidos, ya que el impacto de Trump ha sido, en cambio, más volátil en la forma que Biden pudo revertir la mayoría de sus decisiones en política exterior. A pesar de esta rotación presidencial, el actual presidente de Estados Unidos demuestra una cultura política que trasciende su mandato presidencial. En

suma, Richard Haass (2019) describe el resultado combinado de ambos fenómenos como "Desgobierno global". Bajo este concepto se entiende la ausencia de un liderazgo hegemónico capaz y dispuesto a sostener el orden multilateral en un momento en que la potencia establecida lo abandona voluntariamente y la potencia emergente no lo comparte en sus valores fundamentales.

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

Más allá de las diferencias ideológicas, institucionales y culturales que clasifican a cada uno de los lideres analizados, ambos representan una misma realidad histórica. En otras palabras, la transición hacia una nueva era en la que el poder ya no se sostiene únicamente sobre instituciones, capacidades materiales o principios normativos, sino también sobre la capacidad de construir relatos, moldear percepciones y movilizar emociones. Desde esta perspectiva, el análisis realizado trasciende el estudio de Donald Trump y Xi Jinping para convertirse en una reflexión sobre la transformación del orden internacional contemporáneo.

A consecuencia del correcto desarrollo del presente trabajo, se puede dar respuesta a ambas preguntas de investigación presentadas en el Capítulo 1: *¿Cómo utilizan líderes populistas el marketing para construir su imagen personal, doméstica, e internacional?* y *¿cómo están transformando estos líderes populistas la diplomacia y el equilibrio del sistema internacional en el siglo XXI?*

En cuanto a la primera pregunta, cabe enfatizar que el análisis de Trump y Xi demuestra que el marketing del poder populista no es un conjunto de herramientas de persuasión aplicadas instrumentalmente, sino el mecanismo central de producción de legitimidad en un contexto de erosión de las fuentes tradicionales de autoridad institucional. Mientras que en el plano personal ambos líderes han logrado construir una marca que fusiona la identidad del líder con la identidad de la nación; en el plano doméstico, la estrategia diverge en los canales usados. Concretamente, se ha podido observar el impacto de las redes sociales en el caso de Trump y el ecosistema mediático estatal en el caso de Xi. No obstante, ambas convergen en un único objetivo, en este caso, monopolizar el relato nacional y la construcción de una relación directa, afectiva e irreemplazable entre el líder y el pueblo. Por otra parte, en el plano internacional, ambos han instrumentalizado la política exterior como extensión del marketing doméstico.

Mientras que Trump ha abogado por un proteccionismo como promesa a la América profunda, Xi ha usado la BRI como narrativa de grandeza sobre la civilización china.

Por su parte, la segunda pregunta de investigación exige una respuesta en dos niveles. Bajo un primer nivel sistémico, cabe remarcar que el hecho de que Trump y Xi hayan coincidido a nivel histórico, supone una doble presión erosiva sobre el orden internacional liberal. Por una parte, Trump lo erosiona desde dentro mediante el cuestionamiento americano de tanto alianzas como instituciones multilaterales. Por otro lado, y como hemos podido observar, Xi Jinping ha optado por erosionar dicho orden desde fuera mediante la construcción de estructuras normativas e institucionales alternativas alineadas con los valores del autoritarismo y el Sur Global. Como culminación de este proceso, dicho orden liberal está sufriendo un vaciamiento progresivo que deriva en un mero colapso. No obstante, hasta que la culminación de este colapso no llegue, las instituciones y organismos internacionales subsisten formalmente. Abordando el segundo nivel de carácter diplomático referente a esta pregunta de investigación, ambos líderes han contribuido a la transformación de la diplomacia clásica basada en la representación institucional, derecho internacional y la negociación técnica; en una diplomacia de la personalidad y transaccional, donde los acuerdos dependen de las relaciones personales entre líderes, los compromisos son volátiles y la credibilidad de los Estados como actores estables se debilita estructuralmente. Toda esta información llevada a la práctica, se materializa en costes que van más allá de los mandatos individuales. Es decir, la desconfianza generada por la política exterior transaccional de Trump ha erosionado la credibilidad americana ante sus aliados de manera que ningún cambio de administración puede reparar completamente a corto plazo; y, por su parte, la expansión de la influencia de Xi Jinping a través de la BRI ha creado dependencias estructurales en más de 140 países que se consolidarán con independencia de quién lidere China en el futuro.

A la vista de las evidencias presentadas, el análisis desarrollado permite sostener que, dichas implicaciones de este análisis son, en conjunto, inquietantes. El populismo autoritario ha demostrado ser un fenómeno estructural distando de quienes erróneamente lo consideran como coyuntural, en la medida en que responde a transformaciones profundas del capitalismo tardío. Efectos como la desigualdad económica creciente, la inseguridad, la pérdida de confianza en las élites y en las instituciones representativas plasman precisamente este fenómeno. Asimismo, la competición estratégica entre Estados Unidos y China se desarrollará en las

próximas décadas sobre un tablero normativo e institucional profundamente alterado y diferente al que conocemos hasta ahora. En esta misma línea explicativa, algunas de las líneas de investigación futuras que plasma este trabajo son, entre otras, el estudio de la recepción del populismo autoritario en el Sur Global como modelo de gobernanza alternativo al liberalismo, el análisis de la resiliencia institucional de las democracias avanzadas frente a la erosión populista y la evaluación empírica de los efectos a largo plazo de la BRI sobre la autonomía política de los países receptores.

CAPÍTULO 7: DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

Nombre Grado/Máster: ADE y Relaciones internacionales
Nombre Alumno: Alejandra Pallás Villacampa
Coordinador/a TFG/TFM: Daniel Pérez Fernández
Nombre Director/a de TFG/TFGM: Esther Brito Ruiz

Declaro que para la elaboración del presente Trabajo Fin de Grado / Trabajo Fin de Máster se ha utilizado inteligencia artificial generativa como herramienta de apoyo. **SÍ**

1) Uso de la IA Generativo

Si tu respuesta ha sido SÍ, contesta a las siguientes preguntas. Si has contestado NO, pasa al apartado 2.

Uso ético

1. ¿A la hora de usar la herramienta IA, en los *prompts* utilizados has incluido datos de carácter sensible o de carácter personal (fotos de personas reales, datos personales, etc.)? *Si tu respuesta es afirmativa especifica cuáles.*
   NO

2. ¿Has orientado tu uso a suplantar tu trabajo personal sin hacer una revisión crítica de la extraído en la herramienta IA? *Si tu respuesta es afirmativa especifica cuáles.*
   NO

3. ¿Has tenido en cuenta las recomendaciones académicas que te han hecho específicamente en el Grado/Máster sobre lo que está permitido o no con la IA?
   SÍ

Uso técnico realizado:

¿Qué herramientas has utilizado (ChatGPT, Copilot, Claude, Nano Banana….)?
Especifica la versión o tipo de licencia.

Marcar lo que corresponda:

☒ Generación de texto → ChatGPT y Claude

☐ Reformulación

☒ Traducción / corrección → ChatGPT

☒ Sugerencia de estructura → ChatGPT

☐ Apoyo metodológico

☒ Buscar o citar bibliografía → ChatGPT

☐ Generar contenido audiovisual (videos, infografías, audios, imágenes, gráficos)

☐ Otros

Confirmo que el contenido final ha sido revisado, corregido y validado íntegramente por mí como autor/a y asumo la plena responsabilidad académica del mismo.

La utilización de la IA no ha sustituido el análisis crítico, la reflexión personal ni el trabajo intelectual propio exigido en un TFG/TFM.

Firma: 

CAPÍTULO 8: BIBLIOGRAFÍA

1. Afrobarómetro. (2022). AD579: Perceptions of China in Africa. *Afrobarómetro*. https://www.afrobarometer.org/publication/ad489-africans-welcome-chinas-influence-maintain-democratic-aspirations/
2. Al-Kharusi, S., & Elroukh, A. W. (2026). Trump Liberation Day tariffs and stock market reactions: New insights from global analysis. *Studies in Economics and Finance*. https://www.emerald.com/sef/article/43/2/415/1333419/Trump-Liberation-Day-tariffs-and-stock-market
3. Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan. https://link.springer.com/book/10.1057/9780230627727
4. Babones, S. (2018). *Xi Jinping: Communist China's first populist president*. The University of Sydney. https://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/handle/2123/18429/Xi%20Jinping-

%20Communist%20China's%20first%20populist%20president.pdf?sequence=2&isAllowed=y

5. Bashirov, G., & Yilmaz, I. (2020). The rise of transactionalism in international relations: Evidence from Turkey's relations with the European Union. *Australian Journal of International Affairs*. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10357718.2019.1693495#abstract
6. Bekkevold, J. I. (2025). *The golden age of multilateralism is over*. Foreign Policy. https://foreignpolicy.com/2025/09/12/unga-2025-united-nations-multilateralism-dead-geopolitics-international-relations/
7. Bell, D. A. (2007). *The first total war: Napoleon's Europe and the birth of warfare as we know it*. Houghton Mifflin. https://archive.org/details/firsttotalwarnap00bell_0
8. Berridge, G. R. (2022). *Diplomacy: Theory and Practice* (6th ed.). Palgrave Macmillan. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XXBYEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=53.+Berridge,+G.+R.+(2022).+Diplomacy:+Theory+and+Practice+(6th+ed.).+Palgrave+Macmillan.&ots=FQiHO82U53&sig=7kir2OcKUBxTtDzsmZMJGdXM2_k#v=onepage&q&f=false
9. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2018). *XIII Asamblea Popular Nacional (APN) 2018: Enmienda constitucional de China*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/25352/1/XIII_Asamblea_Popular_Nacional__APN_2018__enmienda_constitucional_de_China.pdf
10. Brugier, C. (2021). *"Wolf warrior" diplomacy: A new policy to legitimize the Chinese Communist Party* (Research Paper No. 114). Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM). https://msd.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0007/3940324/006b04b495de6f302f611d09bada0741168e61a0.pdf
11. Bull, H. (2012). *The anarchical society: A study of order in world politics*. Columbia University Press. http://slantchev.ucsd.edu/courses/ps240/03%20Anarchy,%20Hierarchy,%20and%20Sovereignty/Bull%20-%20The%20Anarchical%20Society%20(Ch%201-3).pdf

12. Böller, F., & Wiedekind, J. (2025). The declining reliability of U.S. foreign policy and its domestic sources under Trump II. *Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik.* https://link.springer.com/article/10.1007/s12399-025-01075-0
13. Callahan, W. A. (2015). Identity and Security in China: The Negative Soft Power of the China Dream. *Politics*. https://researchonline.lse.ac.uk/id/eprint/124801/2/14918136_Callahan_W_Identity_and_security.pdf
14. Campani, G., Fabelo Concepción, S., Rodriguez Soler, A., & Sánchez Savín, C. (2022). The rise of Donald Trump right-wing populism in the United States: Middle American radicalism and anti-immigration discourse. *Societies*. https://www.mdpi.com/2075-4698/12/6/154
15. Campus, D. (2013). *Women Political Leaders and the Media*. Palgrave Macmillan. http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/53939/1/29.Donatella%20Campus.pdf
16. Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication.* https://maestriacomunicacionibero.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/03/castells-power-in-the-network-society.pdf
17. Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press. https://www.researchgate.net/publication/269726408_The_hybrid_media_system_Politics_and_power
18. Chellaney, B. (2017). *China's debt-trap diplomacy*. Project Syndicate. https://www.project-syndicate.org/commentary/china-one-belt-one-road-loans-debt-by-brahma-chellaney-2017-01
19. Chryssogelos, A. (2023). *Between people power and state power: The ambivalence of populism in international relations*. In D. B. Subedi, H. Brasted, K. von Strokirch, & A. Scott (Eds.), *The Routledge Handbook of Populism in the Asia Pacific: Indo-Pacific in context* Routledge. https://repository.londonmet.ac.uk/8308/3/Chryssogelos%20Populism%20and%20IR%20Asia%20Handbook.pdf
20. CNN Politics. (2025). *'Brander in chief': Trump puts his mark on the federal government*. https://edition.cnn.com/2025/10/19/politics/trump-brand-federal-government

21. Corrado, J. (2022). Clash or consensus? The conflicting economic and security imperatives of semiconductor supply-chain collaboration in the Indo-Pacific. *Journal of Indo-Pacific Affairs*. https://media.defense.gov/2022/Nov/08/2003110685/-1/-1/1/JIPA%20-%20CORRADO%2022.PDF
22. Council on Foreign Relations. (2025). *Geopolitics of Trump tariffs: How U.S. trade policy has shaken allies*. https://www.cfr.org/articles/geopolitics-trump-tariffs-how-us-trade-policy-has-shaken-allies
23. Destradi, S., Cadier, D., & Plagemann, J. (2021). Populism and foreign policy: A research agenda. *Comparative European Politics*. https://www.researchgate.net/publication/354592743_Populism_and_foreign_policy_a_research_agenda_Introduction
24. Ding, J. (2024). *Technology and the Rise of Great Powers: How Diffusion Shapes Economic Competition*. Princeton University Press. https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691260341/technology-and-the-rise-of-great-powers?srsltid=AfmBOorJpRaUj83tNRmuYi5w3JYVrqcwGifUC60yFjyxS1vVfO_2AtFu
25. Dingler, S. C., & Lefkofridi, Z. (2021). *The Gender Dimension of Populism*. En Heinisch, Holtz-Bacha & Mazzoleni (Eds.), *Political Populism*. https://www.researchgate.net/publication/320951080_CHAPTER_20_THE_GENDER_DIMENSION_OF_POPULISMSarah_C_Dingler_Zoe_Lefkofridi_and_Vanessa_Marent_A_Handbook
26. Dong, L. (2025). Xi Jinping's Anti-Corruption Campaign and Political Consolidation. In: China's Path to Global Status. Palgrave Macmillan, Singapore. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-96-6921-9_8
27. Eady, G., Nagler, J., Guess, A., Zilinsky, J., & Tucker, J. A. (2020). Using the president's tweets to understand political diversion in the age of social media. *Nature Communications*. https://www.nature.com/articles/s41467-020-19644-6
28. Eatwell, R. (2007). *The Concept and Theory of Charismatic Leadership*. Totalitarian Movements and Political Religions. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315824321-4/concept-theory-charismatic-leadership-roger-eatwell

29. Economy, E. C. (2018). *Xi's personal priorities: What matters most to China's leader*. Asia Society Policy Institute. https://asiasociety.org/policy-institute/xis-personal-priorities-what-matters-most-chinas-leader
30. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/J-Communication-1993-Entman.pdf
31. Fanoulis, E., & Cappelletti, A. (2023). *The Leader and the People: Shifting Boundaries in Chinese Populist Discourse*. Journal of Language and Politics. https://www.researchgate.net/publication/370965206_The_leader_and_the_people_Shifting_boundaries_in_Chinese_populist_discourse
32. Farrell, H., & Newman, A. L. (2025). *The weaponized world economy: Surviving the new age of economic coercion*. Foreign Affairs. https://www.foreignaffairs.com/united-states/weaponized-world-economy-farrell-newman
33. Federal Election Commission. (2021). *Federal elections 2020*. U.S. Federal Election Commission. https://www.fec.gov/resources/cms-content/documents/federalelections2020.pdf
34. Fontaine, R. (2026). *Trump's way of war: Iran, Venezuela, and the end of the Powell Doctrine*. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/united-states/trumps-way-war-iran-venezuela
35. Fukuyama, F. (2017). *The populist surge: The future of populism at home and abroad*. The American Interest. https://www.indexinvestor.com/resources/Research-Materials/Politics/Fukuyama-on-Populism.pdf
36. Global Media Journal. (2021). *Charismatic leadership building through blurriness between the public sphere and private sphere: An analysis of Xi Jinping's non-verbal communication style. Global Media Journal.* https://www.globalmediajournal.com/open-access/charismatic-leadership-building-through-blurriness-between-the-public-sphere-and-private-spherean-analysis-of-xi-jinpings-nonverba.php?aid=90153
37. Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor Books.https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf
38. Golden, S. (2015). El sueño chino de Xi Jinping. *Anuario Internacional de CIDOB.* https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64039727/EL_SUEÑO_CHINO_DE_XI_JINPIN

G-libre.pdf?1595948012=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_sueno_chino_de_Xi_Jinping.pdf&Expires=1781184011&Signature=ZocKaa-DQBRFmRCVnsGqzwndSPZV30jDSfKl82r8UBu-yMGx5bl4gu3rG-TZzYkwrbMHVujU5MNS1912EYEm857hBWJkrr7GAIavgnsDNApsmZBS5i~w~9ATvmaT5K4UN2eVklbrtMxnkzXqHXG6L~PilsNq-~-ng3ZXiGUIERGaxJskICiDUTEWikxqp~tLgTcx3bSla7civrrpFmKHg~bPBy5FUdUGU5xj~cw80aNRz5xRlroLno-uQVdcndKm8IELTWKSeDdYcmYqvVAF02SqRr~oz0t8ZH65N-h8xcicFuvOrVXV2eWmi0i-AV9VYjwdvzyEFAjOl9c2z6Uj9Q__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

39. Gonzalez, J. S. (2026). *The end of the beginning in Venezuela*. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/venezuela/end-beginning-venezuela-maduro-trump
40. Gowan, R. (2022). Old Bull, New China Shop: The Institution of Diplomacy and the Sino-American Struggle for Influence at the UN. In: Flockhart, T., Paikin, Z. (eds) Rebooting Global International Society. Governance, Security and Development. Palgrave Macmillan, Cham. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-11393-2_10
41. Herz, M., & Ho, S. (2026). How multilateralism can survive. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/south-america/how-multilateralism-can-survive
42. Homolar, A., & Scholz, R. (2019). The power of Trump-speak: Populist crisis narratives and ontological security. *Cambridge Review of International Affairs*. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09557571.2019.1575796
43. Ikenberry, G. J. (2018). *The end of liberal international order?* International Affairs. https://academic.oup.com/ia/article-abstract/94/1/7/4762691
44. International Energy Agency. (2026). *New projects, partnerships and policies are needed to address supply chain risks for rare earth elements*. https://www.iea.org/news/new-projects-partnerships-and-policies-are-needed-to-address-supply-chain-risks-for-rare-earth-elements
45. International Monetary Fund. (2025). *World Economic Outlook Database, October 2025*. International Monetary Fund. https://www.imf.org/en/publications/weo
46. Ipsos. (2024). *Populism, anti-elitism and nativism: 28-country Ipsos Global Advisor survey*. https://www.ipsos.com/en-us/its-major-global-election-year-and-populism-ballot

47. Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018). User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. https://www.researchgate.net/publication/327025736_User_Data_Privacy_Facebook_Cambridge_Analytica_and_Privacy_Protection
48. Jamieson, K. H. (1996). *Packaging the presidency: A history and criticism of presidential campaign advertising* (3rd ed.). Oxford University Press. https://global.oup.com/academic/product/packaging-the-presidency-9780195089424?cc=es&lang=en&
49. Joosse, P., & Zelinsky, D. (2022). Berserk!: Anger and the charismatic populism of Donald Trump. *Critical Sociology*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/08969205211063131
50. Kausikan, B. (2023). *Navigating the new age of great-power competition: Statecraft in the shadow of the U.S.-Chinese rivalry*. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/united-states/china-great-power-competition-russia-guide
51. Kavanagh, J., & Kelanic, R. (2026). *Trump's least bad option in Iran: The logic behind a limited deal*. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/iran/trumps-least-bad-option-iran
52. Keohane, R. O. (1984). *After Hegemony: Cooperation and Discord in the World Political Economy* (REV-Revised). Princeton University Press. https://www.jstor.org/stable/j.ctt7sq9s
53. Kotler, P., & Kotler, N. (1999). Political marketing: Generating effective candidates, campaigns, and causes. En B. I. Newman (Ed.), *Handbook of Political Marketing*. Sage Publications. https://ourarchive.otago.ac.nz/esploro/outputs/workingPaper/Political-marketing-and-political-communication-the/9926478200401891/filesAndLinks?index=0
54. Kraus, S. (1962). *The great debates: Background, perspective, effects*. Indiana University Press. https://iupress.org/9780253326317/the-great-debates/
55. Kreiss, D. (2012). *Taking Our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*. Oxford University Press. https://global.oup.com/academic/product/taking-our-country-back-9780199936786?cc=es&lang=en&

56. Lacatus, C. (2021). Populism and President Trump's approach to foreign policy: An analysis of tweets and rally speeches. *Politics*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263395720935380
57. Lacatus, C., & Meibauer, G. (2022). 'Saying it like it is': Right-wing populism, international politics, and the performance of authenticity. *The British Journal of Politics and International Relations*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13691481221089137
58. Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. Verso. https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/On-Populist-Reason-by-Ernesto-Laclau.pdf
59. Le, L. (2023). *Elite politics and populism in authoritarian China* (Doctoral dissertation, Cornell University). Cornell University. https://ecommons.cornell.edu/entities/publication/a2b5dbd2-f799-4202-986c-23daa4d72f3d?.com
60. Lees-Marshment, J. (2001). *Political Marketing and British Political Parties*. Manchester University Press. https://discovery.dundee.ac.uk/en/publications/political-marketing-and-british-political-parties-2nd-edition/
61. Li, C. & Liang, D. (2019). Rule of the Rigid Compromiser. *The Cairo Review of Global Affairs*. https://fount.aucegypt.edu/faculty_journal_articles/4161/
62. Linz, J. J. (2000). *Totalitarian and Authoritarian Regimes*. Lynne Rienner Publishers. https://www.rexresearch1.com/TotalitarianismLibrary/TotalitarianAuthoritarianRegimesLinz.pdf
63. Lissner, R., & Dumbacher, E. D. (2026). *The pillars of the global nuclear order are cracking*. Foreign Policy. https://foreignpolicy.com/2026/01/05/nuclear-proliferation-united-states-korea-poland-pakistan-deterrence/
64. Martin, P. (2021). *China's Civilian Army: The Making of Wolf Warrior Diplomacy*. Oxford University Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=rnwpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Martin,+P.+(2021).+China%27s+Civilian+Army:+The+Making+of+Wolf+Warrior+Diplomacy.+Oxford+University+Press.&ots=YWzlRdY1xC&sig=9pDVtripa_tvFkgPgi2gZF8keEU#v=onepage&q=Martin%2C%20P.%20(2021).%20China's%20Civilian%20Army%3A%20The%20Making%20of%20Wolf%20Warrior%20Diplomacy.%20Oxford%20University%20Press.&f=false

65. Mason, J. (2025). *Trump says Spain will pay more in trade deal after refusal to meet NATO defense spending targets*. Reuters. https://www.reuters.com/world/europe/trump-says-spain-will-pay-more-trade-deal-after-refusal-meet-nato-defense-2025-06-25/
66. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly.* https://fbaum.unc.edu/teaching/articles/POQ-1972-McCOMBS-176-87.pdf
67. McNair, B. (2017). An Introduction to Political Communication (6th ed.). Routledge. https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315750293/introduction-political-communication-brian-mcnair-brian-mcnair
68. Minzner, C. (2018). End of an era: How China's authoritarian revival is undermining its rise. *Oxford University Press.* *https://scispace.com/pdf/end-of-an-era-how-china-s-authoritarian-revival-is-4jh7vh36wi.pdf*
69. Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order*. Routledge. https://www.researchgate.net/publication/277373738_Strategic_Narratives_Communication_Power_and_the_New_World_Order
70. Mosse, G. L. (1996). *The Image of Man: The Creation of Modern Masculinity*. Oxford University Press. https://archive.org/details/imageofmancreati0000moss
71. Mudde, C., & C.R. Kaltwasser. (2013). Exclusionary vs. inclusionary populism: Comparing contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition.* https://www.researchgate.net/publication/259431945_Exclusionary_vs_Inclusionary_Populism_Comparing_Contemporary_Europe_and_Latin_America
72. Mudde, C., & C.R. Kaltwasser. (2017). *Populism: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zVjODQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=21.+Mudde,+C.,+%26+Rovira+Kaltwasser,+C.+(2017).+Populism:+A+Very+Short+Introduction.+Oxford+University+Press.&ots=XhtNZQkc-z&sig=TVEnvgq98CzN_lHoIITH6PgxiO0#v=onepage&q=21.%20Mudde%2C%20C.%2C%20%26%20Rovira%20Kaltwasser%2C%20C.%20(2017).%20Populism%3A%20A%20Very%20Short%20Introduction.%20Oxford%20University%20Press.&f=false
73. Nadia Urbinati. (2019). *Me the people: How populism transforms democracy*. Harvard University Press. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7901230

74. NATO. (2025). *The Hague Summit Declaration*. North Atlantic Treaty Organization. https://www.nato.int/en/about-us/official-texts-and-resources/official-texts/2025/06/25/the-hague-summit-declaration

75. New York Center for Foreign Policy Affairs. (2025). *America first, allies second: The global fallout of Trump's 2025 foreign policy.* https://nycfpa.org/06/09/america-first-allies-second-the-global-fallout-of-trumps-2025-foreign-policy/

76. Newman, B. I. (2002). The Role of Marketing in Politics. *Journal of Political Marketing.* https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1300/J199v01n01_01

77. Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge University Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=I8aGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Norris,+P.,+%26+Inglehart,+R.+(2019).+Cultural+backlash:+Trump,+Brexit,+and+authoritarian+populism.+Cambridge+University+Press.&ots=qGmbZ4pK2j&sig=cW1dTAMIoNEotphbZZYPZXdko2s#v=onepage&q=Norris%2C%20P.%2C%20%26%20Inglehart%2C%20R.%20(2019).%20Cultural%20backlash%3A%20Trump%2C%20Brexit%2C%20and%20authoritarian%20populism.%20Cambridge%20University%20Press.&f=false

78. Nye, J. S. (1990). *Soft Power*. Foreign Policy. https://www.foreignaffairs.com/reviews/capsule-review/1990-06-01/bound-lead-changing-nature-american-power

79. Pei, M. (2016). *China's crony capitalism: The dynamics of regime decay*. Harvard University Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=H8RADQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Pei,+M.+(2016).+China%27s+crony+capitalism:+The+dynamics+of+regime+decay.+Harvard+University+Press.&ots=74BNAwx3P-&sig=wP9861DyxIl9Zc8soPATbOwndRU#v=onepage&q=Pei%2C%20M.%20(2016).%20China's%20crony%20capitalism%3A%20The%20dynamics%20of%20regime%20decay.%20Harvard%20University%20Press.&f=false

80. Potter, W. J., & Smith, S. (1999). Consistency of contextual cues about violence across narrative levels. *Journal of Communication.* https://www.researchgate.net/publication/230160178_Consistency_of_Contextual_Cues_About_Violence_Across_Narrative_Levels

81. Pretorius, J., & Valev, V. (2024). *Populist authoritarianism in China: National and global perspectives*. The European Center for Populism Studies (ECPS). https://www.populismstudies.org/populist-authoritarianism-in-china-national-and-global-perspectives/

82. Quah, J. S. T. (2015). *Hunting the corrupt "tigers" and "flies" in China: An evaluation of Xi Jinping's anti-corruption campaign (November 2012 to March 2015). Maryland Series in Contemporary Asian Studies, 2015*(3), Article 3. https://digitalcommons.law.umaryland.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1224&context=mscas

83. Quijarro Santibáñez, L. (2026). *El dilema de la multipolaridad o unipolaridad: la herencia del año 2025 al mundo* (Documento de Opinión 38/2026). Instituto Español de Estudios Estratégicos (IEEE), Centro Superior de Estudios de la Defensa Nacional. https://www.defensa.gob.es/ceseden/-/ieee/2026-multipolaridad-unipolaridad-opinion-1

84. Rangel, R. A. D. (2023). Xi Jinping y la lucha contra la pobreza. *Ensayos Sobre El Pensamiento De Xi Jinping*. https://www.academia.edu/145653203/XI_JINPING_Y_LA_LUCHA_CONTRA_LA_POBREZA

85. Ringsmose, J. (2025). *The golden age of multilateralism is over*. https://foreignpolicy.com/2025/09/12/unga-2025-united-nations-multilateralism-dead-geopolitics-international-relations/

86. Rosanvallon, P. (2020). *The Populist Century: History, Theory, Critique*. Polity Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Vm5OEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=Rosanvallon,+P.+(2020).+The+Populist+Century:+History,+Theory,+Critique.+Polity+Press.&ots=TwFLal6Npa&sig=pF1HqzPi6j2vY4De8vp6AH98iOE#v=onepage&q=Rosanvallon%2C%20P.%20(2020).%20The%20Populist%20Century%3A%20History%2C%20Theory%2C%20Critique.%20Polity%20Press.&f=false

87. Rudd, K. (2018). *The avoidable war: The dangers of a catastrophic conflict between the US and Xi Jinping's China*. Asia Society Policy Institute. https://asiasociety.org/sites/default/files/2019-01/The%20Avoidable%20War%20-%20Full%20Report.pdf

88. Ruggie, J. G. (1992). Multilateralism: the Anatomy of an Institution. *International Organization*. https://www.jstor.org/stable/2706989
89. Sahd, J. (2022). Los riesgos de la influencia china en América Latina y la trampa de la deuda. *Foro FAES. Infobae.*https://www.infobae.com/america/mundo/2022/03/15/un-especialista-en-china-expuso-los-riesgos-de-la-creciente-influencia-de-beijing-en-america-latina-y-advirtio-sobre-la-trampa-de-la-deuda/
90. Scammell, M. (2015). Politics and Image: The Conceptual Value of Branding. *Journal of Political Marketing*. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15377857.2014.990829
91. Shirk, S. L. (2018). *China in Xi's "New Era": The return to personalistic rule*. *Journal of Democracy.* https://www.semanticscholar.org/paper/China-in-Xi's-"New-Era"%3A-The-Return-to-Rule-Shirk/9cac8f2b407b399793e2247042c2485eb50baa5e
92. Sidaway, J. D., & Woon, C. Y. (2017). Chinese Narratives on "One Belt, One Road" (一带一路) in Geopolitical and Imperial Contexts. The Professional Geographer. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00330124.2017.1288576
93. Skonieczny, A. (2018). Emotions and political narratives: Populism, Trump and trade. *Politics and Governance.* https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/1574
94. Sullivan, J., & Wang, W. (2022). China's "Wolf Warrior Diplomacy": The interaction of formal diplomacy and cyber-nationalism. *Journal of Current Chinese Affairs*. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/18681026221079841
95. Sánchez Guzmán, J. R. (2012). *Marketing político y marketing de poder*. Revista de Comunicación de la SEECI. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4125614
96. Thorstensen, V., & Do Prado, V. (2025). *From geoeconomics to Trump's geopolitics*. *CEBRI-Journal.* https://cebri.org/revista/en/artigo/195/from-geoeconomics-to-trumps-geopolitics
97. Trump, D. J. (2017). *Address before the 72nd Session of the United Nations General Assembly*. Miller Center, University of Virginia. https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/september-19-2017-address-united-nations-general-assembly

98. Trump, D. J. (2018). *Address before the 73rd Session of the United Nations General Assembly*. Miller Center, University of Virginia. https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches/september-25-2018-address-73rd-session-united-nations-general

99. Trump, D. J. (2019). *Read Donald Trump's full speech to the United Nations General Assembly*. *Time*. https://time.com/5684890/trump-un-address-america-first/

100. Trump, D. J. (2020). *Remarks by President Trump to the 75th Session of the United Nations General Assembly*. The White House Archives. https://trumpwhitehouse.archives.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-75th-session-united-nations-general-assembly/

101. Van Ham, P. (2001). The Rise of the Brand State. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/world/rise-brand-state

102. Vargas Hernández, J. G. (2009). El realismo y el neorrealismo estructural. *Estudios Políticos*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0185-16162009000100113&lng=es&nrm=iso

103. Victor, D. G. (2025). *Global climate policy is broken*. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/world/global-climate-policy-broken

104. Wajner, D. F. (2024). *Populism and international legitimation strategies*. En A. Chryssogelos, E. T. Hawkins, K. A. Hawkins, L. Littvay & N. Wiesehomeier (Eds.), *The ideational approach to populism (Vol. II: Consequences and mitigation)*. Routledge. https://www.researchgate.net/publication/341622555_Populism_and_International_Legitimation_Strategies

105. Webber, J. (2023). Understanding populism. *Social & Legal Studies*. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09646639231156144

106. Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YoyIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=52.+Weber,+M.+(1978).+Economy+and+Society.+University+of+California+Press.&ots=tvQ7egIOJ7&sig=CWcUrfJOk9BYLk8hIgPcphMl6ZY#v=onepage&q&f=false

107. Welch, D. (2002). *The Third Reich: Politics and propaganda* (2nd ed.). Routledge. https://archive.org/details/thirdreichpoliti0000welc/page/n7/mode/2up

108. Wike, R., & Parker, B. (2015). *Corruption, pollution, inequality are top concerns in China*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/global/2015/09/24/corruption-pollution-inequality-are-top-concerns-in-china/

109. World Economic Forum. (2025). *Global Risks Report 2025* (20th ed.). World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2025.pdf

110. Xi, J. (2000). Xi Jinping: *How I got into politics. Chinese Youth.* https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00094609.2016.1241099

111. Xi, J. (2016). Discurso pronunciado durante visita a People's Daily, Xinhua y CCTV. *China Copyright and Media*. https://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2016/02/19/speech-at-the-news-and-public-opinion-work-conference/

112. Xi, J. (2024). Discurso de apertura en la Cumbre del FOCAC 2024. *Xinhua News Agency.* https://english.news.cn/20240905/e898a78004754f229763ad2bb5be7aa3/c.html

113. Yellow Politics. (2022). *Trump's 2024 brand sticks with what voters know*. https://www.yellopolitics.com/p/trumps-2024-brand-sticks-with-what

114. Yin, L., & Flew, T. (2018). *Xi Dada loves Peng Mama: Digital culture and the return of charismatic authority in China. Thesis Eleven.* https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0725513618756098

115. Youwei, Z. (2015). The end of reform in China: Authoritarian adaptation hits a wall. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2015-06-04/end-reform-china

116. Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *How democracies die*. Crown. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012020000100090

117. Shambaugh, D. (2015). China's soft-power push. *Foreign Affairs*. https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2015-06-16/chinas-soft-power-push

118. Guriev, S., & Treisman, D. (2022). *Spin dictators: The changing face of tyranny in the 21st century*. Princeton University Press. https://econpapers.repec.org/paper/halspmain/hal-03916510.htm

119. Flockhart, T. (2016). The coming multi-order world. *Contemporary Security Policy.* https://kar.kent.ac.uk/54617/35/54617%20-%20Full%20draft%20-The%20Coming%20Multiorder%20world%206.pdf

120. Allison, G. (2017). *Destined for war: Can America and China escape Thucydides's trap?* Houghton Mifflin Harcourt. https://thecic.org/wp-content/uploads/2018/10/180820-Destined-for-War-Graham-Allison.pdf

121. A World in Disarray: American Foreign Policy and the Crisis of the Old Order Haass, R. N. (2017). *A world in disarray: American foreign policy and the crisis of the old order*. Penguin Press. https://www.cfr.org/books/world-disarray