

DESOCIDENTALIZANDO A IMAGEM SOBRE A CHINA: UM OLHAR SOBRE O CONTRA-FLUXO MIDIÁTICO CHINÊS NO BRASIL

Alana Camoça*

Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil)

Mayara Araújo**

Universidade Federal Fluminense (Brasil)

As narrativas sobre a China que circulam em países ocidentais através dos meios de comunicação tradicionais corroboram com a disseminação de determinados discursos e visões de mundo exotizadas que acabam fortalecendo assimetrias e dependências entre os países - reforçando a percepção da China como «o Outro». No século XXI, a China tem buscado assumir o controle das narrativas que circulam sobre si em outros territórios, com o objetivo de promover a sua voz internacionalmente, investindo na internacionalização de sua mídia e em sua produção midiática. À luz do debate pós-colonial acerca do Orientalismo, o artigo reflete sobre como a China busca desocidentalizar visões e narrativas e analisa sobre a internacionalização da mídia chinesa na América Latina, tomando como base o caso brasileiro.

Palavras-Chave: Orientalismo; Contra-fluxo midiático; China; Brasil.

DE-WESTERNIZING CHINA'S IMAGE: A LOOK ON CHINESE MEDIA'S COUNTERFLOW IN BRAZIL

The narratives about China that circulate in western countries through the traditional media corroborate the dissemination of some speeches and exoticized worldviews that end up strengthening asymmetries and dependencies between countries - reinforcing the perception of China as «the Other». In the 21st century, China has sought to control the narratives that circulate about it in other territories to promote its voice internationally. To this end, it has invested in its media's internationalization and has made investments in its media production. In the light of the post-colonial debate about Orientalism, the article reflects on how China seeks to de-westernize visions and narratives and analyzes the internationalization of Chinese media in Latin America, based on the Brazilian case.

Keywords: Orientalism; Media's counterflow; China; Brazil.

Artículo Recibido: 20 de Marzo de 2021

Artículo Aceptado: 17 de Mayo de 2021

* E-mail: alanacamoca@gmail.com

** E-mail: msoareslpa@yahoo.com.br

Introdução

A abordagem ocidental sobre a China costuma trabalhar com estereótipos e preconceitos comumente associados ao país e a sua população. Nos últimos meses, com a propagação do novo coronavírus (COVID-19), a China tem sido alvo de críticas e de acusações sobre a origem do vírus por lideranças estatais, mas também por parte da população de diversos países. Com isso, ataques xenófobos aos chineses e seus descendentes têm se tornado usuais, principalmente ao considerarmos os exemplos dos EUA, Reino Unido, Canadá, Brasil e alguns outros¹. O próprio ex-presidente dos EUA, Donald Trump, se referiu ao COVID-19 em uma coletiva de imprensa como *vírus chinês* a despeito de críticas da Organização Mundial da Saúde (OMS) que condena a prática de nomear doenças em relação a lugares. No caso, em suas diretrizes oficiais para nomear novas doenças, a OMS diz que nomes de cidades, países, regiões ou continentes devem ser evitados nos nomes das doenças, porque estigmatizam injustamente esses lugares. A ideia de um «vírus chinês» também foi repetida pelo deputado federal Eduardo Bolsonaro, filho do presidente do Brasil, Jair Bolsonaro (2019 - presente), em sua conta pessoal do Twitter, causando um desconforto diplomático entre Brasil e China e corroborando com uma visão preconceituosa acerca do gigante asiático.

Esse atual preconceito contra a China não representa um caso isolado. Em 2019, o cineasta Quentin Tarantino vivenciou um atrito com o país, ao representar o ator Bruce Lee de forma pejorativa no filme *Era uma vez em Hollywood*, acarretando na proibição de sua exibição em território chinês². Em 2018, a diretora financeira da empresa de telecomunicações Huawei, Meng Wanzhou, foi presa no Canadá, a pedido

¹ Wang, Vivian y Qin, Amy, «As Coronavirus Fades in China, Nationalism and Xenophobia Flare», *The New York Times*, 11 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2020/04/16/world/asia/coronavirus-china-nationalism.html>> Acesso em 29 de julho de 2020.

² Folha, «China proibe exibição de filme de Tarantino após pedido da filha de Bruce Lee», *Folha de São Paulo*, 19 de outubro de 2019. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/10/china-proibe-exibicao-de-filme-de-tarantino-apos-pedido-da-filha-de-bruce-lee.shtml>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.

dos EUA, sob a acusação de espionagem³. A Huawei, no entanto, protagoniza a disputa pela tecnologia 5G, fazendo com que os reais motivos acerca dessa prisão se apresentem de forma bastante obscura. Sem dúvida, conforme a China avança economicamente e politicamente, a contramedida ocidental tende a se transformar e ocorrer de forma ainda mais brutal, reforçando uma série de estereótipos e preconceitos.

As narrativas disseminadas pelos meios de comunicação tradicionais no mundo ocidental costumam evidenciar mensagens exotizadas, inferiorizantes e que frequentemente são associadas à ideia de um *Outro*⁴. Ainda que a reflexão impulsionada por Said esteja vinculada principalmente ao Oriente Médio⁵, suas nuances também podem ser aplicáveis ao Extremo Oriente, onde a China se insere⁶. Ademais, visões sobre a China em uma perspectiva de barbárie ainda são retratadas pelo Ocidente. Um exemplo disso ocorreu durante a entrevista do economista Donald Luskin na *Fox News*, quando endossou tal premissa ao dizer: «*O que nós vamos fazer sobre a China? O que nós faremos com uma ditadura totalitária onde é aceitável vender morcegos vivos infectados com vírus em mercados de rua e depois ter turistas e viajantes à negócios entre esse país e o mundo civilizado?*»⁷. Discursos como esse provocam violências e reforçam constantemente a relação identidade e diferença.

Foi justamente a partir da vitória do Partido Comunista Chinês (PCC) em 1949 que a forma pela qual os discursos ocidentais sobre a China se construíram e, desde então, sua imagem passou a ser associada às ideias de autoritarismo, comunismo e falta de liberdade⁸. No entanto, o crescimento econômico chinês no final do século XX, associado a uma maior expressividade política, vem possibilitando uma reação contra essas pré-concepções que são comumente espalhadas sobre a China no mundo. Nos últimos anos, a China vem se reposicionando e passando a assumir o controle das narrativas que circulam sobre si em uma perspectiva global.

O artigo investiga as iniciativas tomadas pelo governo chinês no intuito de transformar a imagem da China no mundo a partir do campo midiático e cultural. Para isso, abarcamos a propagação da mídia e institutos culturais chineses ao redor do mundo. O objetivo é de contribuir com a difusão de conhecimento sobre a China em uma perspectiva brasileira e que foge de abordagens ocidentalizantes sobre a Ásia. Metodologicamente, conduzimos uma investigação qualitativa baseada em discursos oficiais, documentos oficiais do governo chinês, internacionalização midiática, parcerias estabelecidas entre China e Brasil no âmbito midiático-cultural e conteúdo de entretenimento disponíveis em comunidades informais de consumo na internet brasileira. Os dados utilizados como material de apoio para ilustrar a presença cultural e da mídia da China no Brasil foram coletados de artigos de periódicos da grande mídia, principalmente brasileiros e chineses (*China Daily*, *Xinhua*, *BandNews*, *Globo*), bancos de dados e documentos ou discursos internacionais divulgado por sites oficiais do governo chinês e brasileiro.

³ IstoÉ, «Huawei: China exige libertação de executiva da empresa ao Canadá», *IstoÉ*, 22 de agosto de 2019. Disponível em <<https://www.istoedinheiro.com.br/huawei-china-exige-libertacao-de-executiva-da-empresa-ao-canada/>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.

⁴ Said, Edward W., *Orientalism*, Vintage Books, New York, 1979.

⁵ *Idem*.

⁶ Ji, Fengyuan, «The West and China: discourses, agendas and change», *Critical Discourse Studies*, vol. 14, n° 4, 2017 (pp. 325–340), p. 2.

⁷ «China's live animal market are dangerous breeding grounds: Donald Luskin», *Fox News*, 24 de fevereiro de 2020. Disponível em <<https://video.foxbusiness.com/v/6135606545001/#sp=show-clips>> Acesso 20 de março de 2020. Tradução Livre.

⁸ Ji, Fengyuan, *op. cit.*, p. 10.

A construção narrativa da China como o Outro

Em 2013, o presidente Xi Jinping (2013-atual) afirmou que as lideranças chinesas precisam encontrar formas de contar e propagar a História da China para o mundo. Com isso, existiram fortes esforços para direcionar investimentos no intuito de ampliar a inserção internacional da mídia chinesa e difundir sua cultura em outros países. Essas iniciativas têm como objetivo construir novos imaginários sobre a China para além-mar e, assim, influenciar positivamente as narrativas que circulam sobre a nação e sua população⁹. Afinal, diante de um mundo permeado por concepções que compreendem as divisões categóricas entre o *Eu* e o *Outro*, as diferenças culturais e identitárias fortalecem construções ontológicas que funcionam de forma a retroalimentar essas dinâmicas de separação. Conseqüentemente, isso impacta na configuração «hierárquica» do sistema internacional, onde as rotinas dos atores dominantes afetam os papéis dos Estados menos poderosos. Este é um sistema imbricado com projetos colonialistas de representações e de infantilização do *Outro*.

Edward Said foi um dos autores que demonstrou como a representação do Oriente na literatura ocidental serviu para legitimar tanto o discurso civilizatório europeu como o imperialismo que operou durante os séculos XIX e XX¹⁰. Assim, o oriente pode ser pensado como uma invenção europeia e que foi discursivamente projetado para se tornar o *Outro*, através de narrativas exotizadas sobre a região. O próprio explorador Marco Pólo definiu uma série de características sobre a China que permaneceram inalteradas durante séculos, diante de uma perspectiva europeia: fala-se a respeito do luxo, do exótico, do requinte e das invenções, de um mundo abstrato e naturalizando enquanto diferente, enquanto o *Outro*. Nessa representação dupla, a China ora foi construída narrativamente como um mundo desconhecido, distante e misterioso, e ora foi retratada como um lugar atraente, de acordo com o Livro das Maravilhas escrito no século XI.

No Iluminismo, ainda existiam discursos favoráveis a China que a retratavam por sua grandiosidade. No entanto, com as ondas de modernização do Ocidente durante a Revolução Industrial e o avanço científico, desenvolveu-se um senso de superioridade europeu e, com isso, o que antes era visto como um modelo de desenvolvimento a ser importado para a Europa, como era o caso da China, passou a ser associado à ideias ultrapassadas, à estagnação e ao retrocesso¹¹. Nesse sentido, se anteriormente as civilizações asiáticas (como o Império Otomano, Chinês e a Índia) eram compreendidos como «iguais», eles passaram a ser vistos inferiores para que se justificasse o imperialismo que estava por seguir¹².

O Oriente, portanto, surge como um contraste da civilização e em contraponto à Europa ou ao Ocidente. Diante desse processo histórico de construção do *Outro*, a relação entre ocidente e oriente foi configurada como uma relação de poder e dominação em diversos níveis¹³. Isso foi ganhando maior evidência, na medida em que as potências europeias iam subjugando outros povos.

No caso da China, isso se tornou mais perceptível no século XIX, após a Guerra do Ópio (1839-1842), na qual as potências europeias estabeleceram posteriormente uma série de tratados desiguais que naturalizavam uma condição inferior sobre a

9 «习近平讲述“中国故事” 诠释官方外交语言新“温度”» *Caixin*, 23 de abril de 2015, Disponível em <<http://www.caixin.com/2015-04-23/100802893.html>> Acesso em 10 de janeiro de 2020; Hruby, Aubrey, «In Africa, China Is the News», *Foreign Policy*, 13 de agosto de 2019. Disponível em <<https://foreignpolicy.com/2019/08/13/in-africa-china-is-the-news/>> Acesso 10 de janeiro de 2020.

¹⁰ Said, Edward W., *op. cit.*, pp. 1-28.

¹¹ Ji, Fengyuan, *op. cit.*, p. 6.

¹² *Ibidem*, p. 12.

¹³ Said, Edward W., *op. cit.*, p. 5.

China¹⁴ e discursos que enfatizavam constantemente narrativas xenófobas com as ideias sobre o perigo amarelo (*yellow peril*)¹⁵. Consequentemente, a «imagem do Oriente», criada pela Europa fundamenta a possibilidade de legitimar a exploração do Oriente e para que a estrutura hegemônica seja reproduzida.

Logo, o Ocidente pressupõe a existência de um *Eu*, civilizado e superior, que se distingue completamente do *Outro*, bárbaro e perigoso. Essas reflexões se assemelham a obra de Tzvetan Todorov, onde se efetua a separação absoluta entre o *Eu* e o *Outro*, entre o aquilo que é familiar e aquilo que é estranho (inferior)¹⁶. Posteriormente, ocorreria a equalização da diferença pela assimilação ou erradicação do *Outro*.¹⁷

Por meio de tais representações binárias, é possível observar que «*people who are in any way significantly different from the majority (...) seem to be represented through sharply opposed, polarized, binary extremes-good/bad, civilized/primitive, ugly/excessively attractive, repelling-because-different/ compelling-because-strange-and-exotic*»¹⁸. Nisso, a concepção do *Eu* e do *Outro* é o motor das relações de poder e práticas discursivas que constituem determinados imaginários. As concepções pré-estabelecidas sobre o Oriente - e, em especial, a China - são reforçadas e funcionam como guias para se pensar e imaginar esses lugares.

O Ocidente ficcionou a «imagem do Oriente» em diversos campos da vida social: seja na academia, na mídia, na literatura, no cinema ou na arte, e que constantemente atualizam essa ficção. De acordo com Boukala, a diferenciação entre «nós» e «eles» domina os aspectos políticos e discursos da mídia sobre o diferente e levam a estratégias de inclusão/exclusão que definem as relações de poder¹⁹. Tal relação dicotômica muitas vezes é estabelecida a partir das elites, que se apropriam dos meios de comunicação para difundir seus próprios valores e, consequentemente, se sustentar em sua posição de privilégio. Para tanto, a mídia tradicional, mesmo que sob a bandeira de uma suposta «imparcialidade», endossa e reforça certas visões de mundo que muitas vezes vão de encontro a essas «premissas ocidentais». As narrativas constroem realidades de acordo com a perspectiva das relações internacionais visto que isso nos diz muito sobre os limites e possibilidades da vida política uma vez que articulam visões de mundo específicas, criam e permitem certos assuntos políticos e (re)produzem entendimentos específicos sobre fatos, relações e povos²⁰. O mesmo parece ocorrer na relação entre os países que continuam a evocar os binários de identidade/diferença, naturalizando uma imagem estereotipada de outro país.

Com isso em vista, acreditamos que ao refletirmos sobre as representações da China pelo Ocidente, compreender a ideia de orientalismo é fundamental. Afinal, o Orientalismo significa essa (re)produção de conhecimentos nos círculos acadêmicos - e até em outras formas de (re)produção de conhecimento - ocidentais que estabelecem estereótipos sobre o Oriente, alimentando e autorizando certas visões sobre ele e estabelecendo uma relação de domínio²¹.

¹⁴ Ooi, Su-mei y D'Arcangelis, Gwen, «Framing China: Discourses of othering in US news and political rhetoric», *Global Media and China*, vol. 2, 2018 (pp. 269–283), p. 270.

¹⁵ Chen, An, «On the Source, Essence of “Yellow Peril” Doctrine and Its Latest Hegemony “Variant” – the “China Threat” Doctrine: From the Perspective of Historical Mainstream of Sino-Foreign Economic Interactions and Their Inherent Jurisprudential Principles», *The Journal of World Investment & Trade*, vol. 13, 2012 (pp. 1–58), p. 2.

¹⁶ Todorov, Tzvetan, *A conquista da América, a questão do outro*, Trad. Perrone-Moisés, Beatriz, Martins Fontes, São Paulo, 2003, pp.48-59.

¹⁷ *Idem*.

¹⁸ Hall, Stuart, «The Spectacle of the ‘Other’», ed. Hall, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage Publication, London, 1997 (pp.223-290), p. 229.

¹⁹ Boukala, Salomi, *European Identity and the Representation of Islam*, Mainstream Press, Palgrave Macmillan, Athens, 2019, p. 65.

²⁰ Moulin, Carolina, «Narrative», eds. Mhurchú, Aoileann Ní y Shindo, Reiko, *Critical imaginations in international relations*, Routledge, London, 2016 (pp.136-152), p. 138.

²¹ Said, Edward W., *op. cit.*, p. 5 y p. 257;

A concepção de uma China enquanto o Outro no Ocidente não é nova e desde o final da Guerra Fria, a China passou a ocupar um espaço no imaginário norte-americano de um «inimigo em potencial» e as disputas no campo econômico, tecnológico e territorial ajudaram a fortalecer um amplo contexto para a reificação de imagens negativas da China como fonte de ameaça iminente²². De fato, a reprodução de símbolos e de imagens ideológicas por meio das mídias e da academia é comum, sendo observável nas próprias construções norte-americanas, por exemplo, de seus inimigos ao longo dos anos.

Diante da construção de narrativas que enfatizam uma China como um ator com enorme potencial disruptivo e desestabilizador da «ordem» internacional, a China vem buscando transformar a sua visão perante o Ocidente. Documentos do governo chinês apontam as preocupações com relação a necessidade de transmitir a história chinesa e afirmam que «*we should enhance international exchanges and cooperation on culture and media (...) and leverage the positive role of the internet and the new media tools to foster harmonious and friendly cultural environment and public opinion*»²³. O PCC compreende que as visões negativas e a falta de apelo do país internacionalmente representariam um déficit do poder midiático e cultural chinês vis à vis ao Ocidente²⁴.

Ameaça chinesa ou autonomia chinesa?

Teóricos têm apresentado o século XXI como um momento de transição nos fluxos de poder internacional, preconizando, inclusive, uma «(re)orientalização» do mundo diante do crescimento econômico chinês, da sua projeção internacional e da dinamicidade econômica que a Ásia, sobretudo o Leste Asiático, conquistou nos últimos anos. O declínio da URSS durante a Guerra Fria foi celebrado como um momento histórico que se convencionou chamar na literatura mainstream como *unipolar*²⁵. A supremacia norte-americana impulsionou práticas colonialistas e imperialistas do país no mundo todo, onde travou as «guerras infinitas» no Oriente Médio que buscam reafirmar seu poder e sua moral internacionalmente. Não por acaso, os teóricos que prosseguiram defendendo as correntes *mainstream* das relações internacionais²⁶ continuaram enfatizando debates sobre balança de poder, onde a China aparecia constantemente como uma ameaça.

²² Ooi, Su-mei y D'Arcangelis, Gwen, *op. cit.*, p. 270.

²³ «Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st Century Maritime Silk Road», *State Council*, 28 de março de 2015. Disponível em <http://english.www.gov.cn/archive/publications/2017/06/20/content_281475691873460.htm> Acesso em 10 de junho de 2018.

²⁴ Yang, Suzanne Xiao, «Soft Power and the strategic context for China's 'media going global' policy», eds. Thussu, Daya Kishan, Burgh, Hugo de y Shi, Anbi, *China's Media Go Global*, Routledge, New York, 2018.

²⁵ Brooks, Stephen y Wohlforth, William, «The Rise and Fall of the Great Powers in the Twenty-First Century: China's Rise and the Fate of America's Global Position», *International Security*, vol. 40, 2016 (pp. 7-53).

²⁶ Mearsheimer, John J., «Can China rise peacefully?», *The National Interest*, 25 de outubro de 2014. Disponível em <<https://nationalinterest.org/commentary/can-china-rise-peacefully-10204>> Acesso em 10 de janeiro de 2018; Mearsheimer, John J., *The tragedy of great power politics*, W. W. Norton & Company, New York, Updated Edition, 2014; Navarro, Peter, *The Coming Wars on China: where they will be fought, how can they be won*, FT Press, New Jersey, 2007; Navarro, Peter, *Crouching Tiger: what China's militarism means for the world*, Prometheus Book, New York, 2015; Navarro, Peter y Autry, Greg, *Death by China: confronting the dragon - a global call for action*, Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2011; Gertz, Bill, *The China Threat: How the People's Republic Target America*, Regnery Publishing, Washington, 2002; Bernstein, Richard y Munro, Ross, «The Coming Conflict with America», *Foreign Affairs*, vol. 76, n° 2, 1997.

As teorias a respeito da «*China Threat*» emergiram nos anos 1990 para designar a ascensão chinesa como uma ameaça especificamente contra os EUA, seus aliados e ao modo de vida ocidental. De acordo com Broomfield, as produções que categorizavam a China como uma ameaça assumiram várias formas e podiam ser classificadas como ideológica, econômica e militar²⁷. Broomfield debate tais pontos no início dos anos 2000, e foram reproduzidos posteriormente na literatura especializada e até mesmo na mídia tradicional. Afinal, a contínua ascensão chinesa ainda gera receios por parte de lideranças e de acadêmicos.

Na medida em que as relações entre os países é composta por uma logística de hierarquias de poder, disparidades econômicas e características históricas distintas, observa-se que por conta dessa hierarquização, colonização e reprodução de relações de poder em nível global, existem certas narrativas e ideias preponderantes, que dominam e circulam o imaginário e que são frequentemente retroalimentados pela mídia. No entanto, com as recentes transformações na ordem global, é natural que esses pressupostos sejam postos à prova, uma vez que as nações que têm adquirido certo protagonismo nessa cadeia tentam assumir o controle sobre as próprias narrativas, como ilustra o processo chinês.

Com a separação do *Eu* do *Outro*, segue-se um processo de inferiorização do diferente, identificado como reflexo de barbárie, imaturidade e degeneração. Isso nos ajuda a compreender os retratos da China produzidos dentro da própria academia norte-americana, ao retratá-la como ameaça ou inimigo e como o governo norte-americano apresenta receios em relação ao seu desenvolvimento²⁸. Assuntos que podem ser facilmente observáveis em trabalhos acadêmicos modernos e contemporâneos e na própria mídia ocidental.

Para citar alguns exemplos, podemos recorrer aos autores da corrente realista das relações internacionais que constantemente tendem a enfatizar o caráter belicoso da ascensão chinesa e como ela representaria uma ameaça para o modelo liberal e a «ordem» que vem sendo estabelecida pelos EUA desde a Segunda Guerra Mundial²⁹. Um dos maiores representantes de tal concepção é John J. Mearsheimer que na republicação do livro *The Tragedy of the Great Power Politics* afirma que «*the picture I have painted of what is likely to happen if China continues to rise is not a pretty one. Indeed, it is downright depressing. I wish I could tell a more hopeful story about the prospects for peace in Asia*»³⁰.

Também cabe ressaltar exemplos mais atuais: o artigo de Jeffrey W. Hornung originalmente publicado no *Los Angeles Times* em maio de 2020 e, posteriormente, na Rand Corporation, intitulado «*Don't Be Fooled by China's Mask Diplomacy*» criticando e acusando o governo chinês de esconder a doença e utilizar-se da cooperação em saúde para levar adiante seus interesses hegemônicos. Logo, o autor aponta como a China vem atuando assertivamente desde 2010 em disputas territoriais no Mar do Leste e no Mar do Sul da China e tem agido de forma robusta mesmo em meio a pandemia, sem criticar a postura do governo de Donald Trump de acusar, por exemplo, a China de ter criado o vírus em laboratório ou as práticas e acusações de países aos EUA no que tange ao confisco ou compra de ventiladores destinados a outros países³¹. Outro exemplo bastante atual em face a todas as tensões relacionadas ao coronavírus são os discursos xenófobos e críticos à China por parte de algumas lideranças. Em maio de 2020, Mike Pompeo, atual Secretário de Estado dos EUA, reproduziu as imagens da China como uma

²⁷ Broomfield, Emma V., «Perceptions of Danger: The China threat theory», *Journal of Contemporary China*, vol. 12, n° 35, (pp. 265-284), p. 266.

²⁸ Ooi, Su-mei; D'Arcangelis, Gwen, *op. cit.*, p. 271.

²⁹ Mearsheimer, John J., *Can China rise...*, *op. cit.*; Navarro, Peter, *The Coming Wars...*, *op. cit.*; Navarro, Peter, *Crouching Tiger...*, *op. cit.*

³⁰ Mearsheimer, John J., *The tragedy of great...*, *op. cit.*, p. 411.

³¹ «Coronavirus: US accused of 'piracy' over mask 'confiscation'», *BBC*, 4 de abril de 2020. Disponível em <<https://www.bbc.com/news/world-52161995>> Acesso em 10 de junho de 2020.

ameaça, como um inimigo, como o Outro. Nas palavras do político, «*this is a Chinese Communist Party that has come to view itself as intent upon the destruction of Western ideas, Western democracies [and] Western values. It puts Americans at risk*»³². Além disso, vale a menção ao *National Security Strategy* de 2017 que apresenta a China como uma ameaça à segurança não somente norte-americana, mas também a «ordem» internacional vigente. No documento a China e a Rússia são apresentadas como potências revisionistas e que desafiam o poder, a influência e os interesses dos EUA, bem como sua segurança e prosperidade. Além disso, o documento de segurança dos EUA ainda menciona que «they are determined to make economies less free and less fair, to grow their militaries, and to control information and data to repress their societies and expand their influence»³³.

Por fim, deve-se destacar a crítica crescente de diversos analistas e veiculadas nas mais diversas mídias e *think tanks* sobre como diplomatas chineses têm reagido mais assertivamente às críticas de países, sobretudo ocidentais, em relação ao país ou ao partido³⁴. Tal ponto se refere ao que ficou conhecido como «*Wolf Warrior Diplomacy*» ou diplomacia do lobo lutador, em referência a um *blockbuster* chinês. Em resumo, diplomatas chineses que se envolveram em discussões acaloradas sobre as imagens da China foram rotulados pelos meios de comunicação ocidentais como «guerreiros lobo» devido a suas batalhas verbais com políticos, sobretudo dos EUA, durante a pandemia do COVID-19. Editoriais do jornal chinês *Global Times*, vem apresentando uma defesa às práticas de diplomatas chineses que estariam defendendo os interesses do país³⁵. Nisso, Hua Chunying, porta-voz chefe do Ministério das Relações Exteriores, afirmou «we've approached the center of the world stage like never before, but we still don't have full grasp of the microphone in our hands»³⁶. No intuito de romper com esses estigmas difundidos sobre a China e com o objetivo de ser capaz de projetar a sua voz e as suas narrativas. No século XXI, o governo chinês tem feito esforços para desenvolver estratégias midiáticas capazes de rivalizar com as de países líderes neste campo. Para tanto, a China reciclou sua estratégia *going global*³⁷ redirecionando esforços para a área de comunicação - o que alguns autores chamam de *Media Going Global*³⁸.

A mídia é central para refletirmos sobre a difusão de narrativas e construção, fortalecimento e desconstrução de imagens. Um dos papéis da mídia na arena internacional é justamente na expressão, na reprodução e na difusão de informações,

³² Taylor, Guy, «Mike Pompeo blasts China's Communist Party: 'Intent upon the destruction of Western ideas'», *The Washington Times*, 31 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.washingtontimes.com/news/2020/may/31/mike-pompeo-blasts-china-communist-party-intent-up/>> Acesso em 10 de junho de 2020.

³³ NSS, National Security Strategy of the United States of America, White House, 2017.

³⁴ Para exemplos ver: Poling, Gregory, «America First versus Wolf Warriors: Pandemic Diplomacy in Southeast Asia», *CSIS*, 18 de junho de 2020. Disponível em <<https://www.csis.org/analysis/america-first-versus-wolf-warriors-pandemic-diplomacy-southeast-asia>> Acesso em 10 de julho de 2020; Wong, Chu Han y Deng, Chao, «China's 'Wolf Warrior' Diplomats Are Ready to Fight», *The Wall Street Journal*, 19 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.wsj.com/articles/chinas-wolf-warrior-diplomats-are-ready-to-fight-11589896722>> Acesso em 10 de junho de 2020; Pei, Mixin, «China's 'wolf warrior' diplomats are being more reckless than Donald Trump. That's a mistake», *The South Morning Post*, 13 de junho de 2020. Disponível em <<https://www.scmp.com/comment/opinion/article/3088462/chinas-wolf-warrior-diplomats-are-being-more-reckless-trump-thats>> Acesso em 10 de julho de 2020.

³⁵ Ver mais em: «West feels challenged by China's new 'Wolf Warrior' diplomacy», *Global Times*, 16 de Abril de 2020. Disponível em <<https://www.globaltimes.cn/content/1185776.shtml>> Acesso em 10 de agosto de 2020.

³⁶ Kang, Dave, «China's Diplomats Show Teeth in Defending Virus Response», *The Diplomat*, 25 de Abril de 2020. Link <<https://thediplomat.com/2020/04/chinas-diplomats-show-teeth-in-defending-virus-response/>> Acesso em 10 de junho de 2020.

³⁷ O *going global* ou *going out* foi uma estratégia concebida no 10º Plano Quinquenal da China (2000-2005) e estabeleceu o estímulo governamental para que as empresas chinesas, especialmente as grandes estatais do país, iniciassem suas operações estrangeiras com o intuito de divulgar internacionalmente o país.

³⁸ Thussu, Daya Kishan, Burgh, Hugo de y Shi, Anbi, *op. cit.*

valores, ideologias e estruturas³⁹. De acordo com Coban, «*these roles make them ideological instruments that produce meanings and naturalize power relations; they become the means to realize domination*»⁴⁰. E ainda, a mídia pode ser um instrumento para persuadir audiências e até mesmo plataformas para levar adiante agendas de algumas lideranças políticas. No caso chinês, considerando os próprios investimentos chineses para a expansão das quatro maiores empresas estatais do segmento midiático: *China Global Television Network*⁴¹ (CGTN), *China Daily* (mídia impressa), Rádio Internacional da China, e *Xinhua* (agência de notícias). O plano para globalizar a mídia do país parte de quatro abordagens: (i) internacionalização de grandes estatais, através de fusões, aquisições e compra de ativos, acumulando *know-how*; (ii) participação de empresas chinesas de capital privado complementando este processo de expansão; (iii) interação com correspondentes estrangeiros estacionados na China; (iv) incentivo para mídia internacional usar fontes chinesas, principalmente as diásporas nacionais⁴². Logo, esse movimento propõe um maior impulso à internacionalização da mídia chinesa e o reforço no investimento no setor cultural chinês, por meio da divulgação de dramas de TV, filmes produzidos na China e até mesmo por meio da proliferação de institutos culturais, como o caso do Instituto Confúcio⁴³.

Internacionalização da Mídia Chinesa

Há mais de uma década as agências de mídia chinesa vêm se internacionalizando⁴⁴, mas é justamente durante o governo Xi Jinping (2013 –) que se tornaram corriqueiros os discursos enfatizando a necessidade do governo «*better communicate China's message to the world*»⁴⁵ e de contar «*China's story right*»⁴⁶. Para cumprir com esses objetivos, a *China Central Television* (CCTV), a *China Radio International*, *China Daily* e outras empresas de mídia chinesas vêm sendo financiadas pelo governo, visando um maior alcance de espectadores internacionais⁴⁷.

O crescimento econômico da China e a proliferação de investimentos em infraestrutura, telecomunicações e internacionalização de empresas está coincidindo com as mudanças no sistema internacional que enaltecem, principalmente desde a crise financeira de 2008, terminologias sobre um mundo pós-Americano e pós-Occidental⁴⁸. O Consenso de Washington, baseado na liberalização econômica, desregulação e privatização, difundido pelo governo norte-americano e pelas instituições de Bretton Woods, vem sendo tensionado devido aos efeitos da crise e concepções sobre a ascensão

³⁹ Richardson, John, *Analysing Newspapers: An Approach From Critical Discourse Analysis*, Palgrave Macmillan, New York, 2007, p. 114; Coban, Filiz, «The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al-Jazeera Effect», *Journal of International Relations and Foreign Policy*, vol. 4, n° 2, 2016 (pp. 45-61), p. 48.

⁴⁰ *Idem*.

⁴¹ Antiga China Central Television (CCTV).

⁴² Yang, Suzanne Xiao, *op. cit.*, pp. 87-90.

⁴³ Becard, Danielly y Filho, Paulo, «Chinese Cultural Diplomacy: instruments in China's strategy for international insertion in the 21st Century», *Revista Brasileira de Política Internacional*, vol. 62, n° 05, 2019.

⁴⁴ Sun, Wanning, «Slow boat from China: public discourses behind the 'going global' media policy», *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, n° 4, 2015 (pp. 400-418); Yang, Suzanne Xiao, *op. cit.*

⁴⁵ «Xi eyes more enabling international environment for China's peaceful development», *Xinhua Agency*, 30 de novembro de 2014. Disponível em <<http://en.people.cn/n/2014/1130/c90883-8815967-3.html>> Acesso em 10 de agosto de 2018.

⁴⁶ «Xi: Spreading China's story key mission», *China Daily*, 23 de agosto de 2018. Disponível em <<https://www.chinadaily.com.cn/a/201808/23/ws5b7de976310add14f387392.html>> Acesso em 10 de junho de 2020.

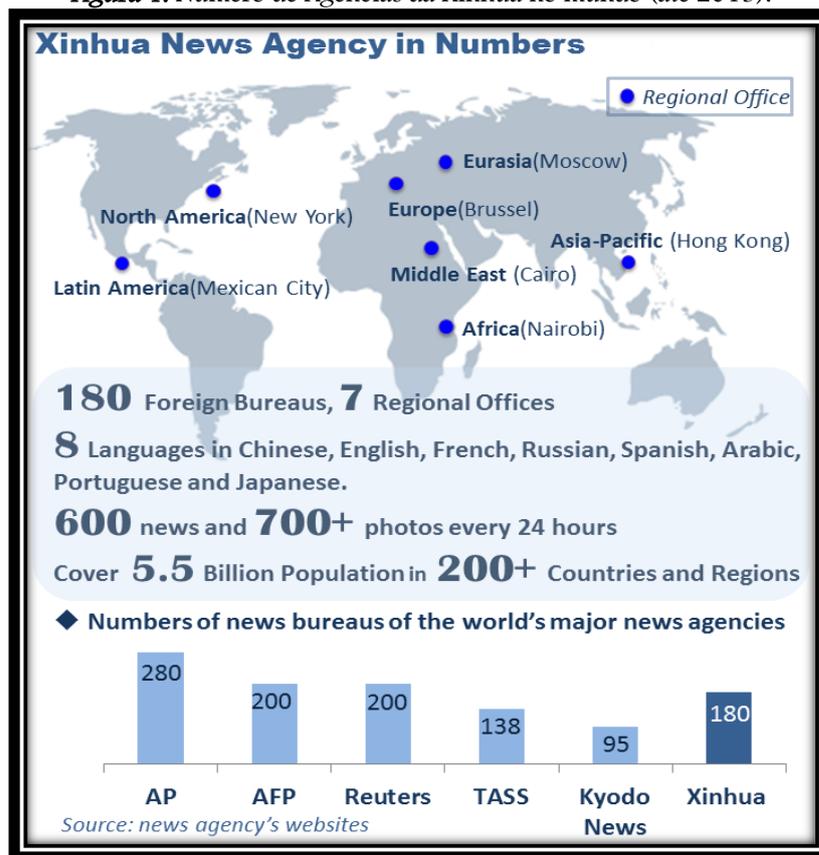
⁴⁷ Shambaugh, David, *China Goes Global: the partial power*, Oxford University Press, Oxford, 2013.

⁴⁸ Zakaria, Fareed, *O mundo pós-americano*, Companhia das Letras, São Paulo, 2008; Zhao, Yuezhi, «Communication, crisis, and global power shifts: an introduction», *International Journal of Communication*, vol. 8, 2014 (pp. 275-300).

chinesa, enaltecendo argumentos sobre a possível existência de um Consenso de Pequim⁴⁹. Nisso, o governo chinês se aproveitou do momento para buscar legitimação internacional de seu modelo político e econômico, ao mesmo tempo em que teceu críticas ao sistema ocidental.

Os investimentos chineses em difundir sua mídia para outras regiões são crescentes. Com isso, nota-se uma expansão de programação específica para públicos direcionados em outros territórios, a partir da inserção de conteúdo em diversos idiomas, como em espanhol, inglês, árabe e outros. A *Xinhua News Agency*, por exemplo, já detêm mais de 180 escritórios internacionais, superando diversas mídias convencionais como a *Reuters* e a *Agence France Press*⁵⁰.

Figura 1: Número de Agências da Xinhua no mundo (até 2015).



Fonte: WEF, 2015

A Xinhua chegou na América Latina em 1985, com abertura de um escritório regional na Cidade do México e, desde 1995, abriu um serviço de notícias em português para contemplar outros países que falam a língua no continente africano, como Moçambique e Angola, e no Brasil. O governo chinês aparece como um grande financiador da indústria de mídia e seu projeto de expansão midiática vem se consolidando em consonância com estratégias como o *Going Global*, que é caracterizada por uma forte inserção das empresas chinesas no mundo. No caso da América Latina, é perceptível que essa atuação chinesa ainda ocorre de forma incipiente, ao ser comparada com essa performance em outras regiões do globo, como a África. Ainda assim, acreditamos que esse processo vive um pleno momento de expansão e, justamente por isso, precisa ser investigado.

⁴⁹ Halper, Stefan, *The Beijing Consensus: How China's Authoritarian Model Will Dominate the Twenty first century*, Basic Books, New York, 2010.

⁵⁰ Becard, Danielly y Filho, Paulo, *op. cit.*, p. 4.

As agências de mídia chinesas têm desenvolvido estratégias para se inserir nos meios de comunicação estrangeiros, a partir do conceito de *pegar emprestado o barco para chegar ao mar* (借船出海). Um dos exemplos mais expressivos da utilização desse método está na inclusão periódica de notícias e publicidade paga do *China Daily* nas edições impressas de jornais como o *Washington Post*, o *New York Times* e o *Wall Street Journal*. Inserções publicitárias semelhantes apareceram nos principais jornais de outros países, incluindo Reino Unido, Argentina e Senegal. Também são impulsionados programas conjuntos em forma de co-produção de séries e documentário especiais, como foi o caso da cooperação entre a *China Global Television Network* (CGTN) e o *Grupo América*, que coproduziram um documentário de 30 minutos sobre o relacionamento diplomático entre a China e a Argentina⁵¹.

Para além da internacionalização das mídias, cabe destacar os investimentos chineses no setor de telecomunicações e a internacionalização de empresas como a *Huawei Technologies* e a *Zhongxing Telecommunication Equipment* (ZTE) Corp. Em 2019, a Huawei confirmou tanto um aporte financeiro de 800 milhões de dólares para São Paulo entre 2020 e 2022, quanto a abertura de um fábrica da Huawei no estado⁵². A China se tornou o principal investidor da América Latina no setor tecnológico, que se encontra em expansão. Não obstante, diversas empresas chinesas já investiram em *startups* brasileiras como ilustra o caso do Nubank - uma operadora de cartão de crédito - e já adquiriram outras *startups*, como a 99 táxi⁵³.

A presença midiático-cultural da China no Brasil

Os últimos anos têm revelado uma série de eventos que, juntos, apontam para a tendência de uma multipolarização do mundo. Nisso, poderíamos citar a ascensão econômica dos tigres asiáticos desde a década de 1960⁵⁴ e a imponência político-econômica que a China vem obtendo, além do gigante asiático ter se tornado a segunda maior economia do mundo⁵⁵. No campo midiático-cultural, poderíamos pontuar a emergência de indústrias cinematográficas alternativas a Hollywood, como ilustra o caso indiano com Bollywood, o expressivo sucesso do cinema de Hong Kong na década de 1970, seguido pelo *boom* das animações japonesas nas décadas de 1980 e 1990 para, enfim, durante os anos 2000, percebermos os fluxos midiáticos oriundos da Coreia do Sul através de suas séries televisivas e música pop e o forte investimento chinês na diplomacia cultural mediada pelo difusão de Institutos Confúcio a partir de 2004 e

⁵¹ Cook, Sarah, «Beijing's Global Megaphone», *Freedom House*, 2020. Disponível em <https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijings-global-egaphone#footnoteref46_1lqbn30> Acesso em 1 de abril de 2020.

⁵² Venceslau, Pedro, «Huawei vai abrir outra fábrica de celular em São Paulo», *O Estadão*, 9 de agosto de 2019. Disponível em <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,doria-diz-que-huawei-vai-abrir-fabrica-de-celular-em-sao-paulo,70002960884>> Acesso em 10 de junho em 2020.

⁵³ Destaca-se que o investimento chinês nas áreas de tecnologia e telecomunicações é um dos pontos centrais para compreender a iniciativa da Nova Rota da Seda. Em 2015, o governo chinês anunciou a Rota da Seda Digital, que contempla a política externa e doméstica, incluindo a criação de infra-estrutura digital centrada na China, facilitação da expansão das empresas de tecnologia chinesas, acesso a grandes conjuntos de dados. Cote-muñoz, Natalia y Laskai, Lorand, «Is Latin America Prepared for China's Booming Tech Investments? China-Latin America 2.0», *Americas Quarterly*, 23 de abril de 2019. Disponível em <<https://www.americasquarterly.org/content/chinese-companies-are-betting-latin-american-tech-players>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.

⁵⁴ Rowen, Henry, «The political and social foundations of the rise of East Asia: an overview», ed. Rowen H. S., *Behind East Asian Growth: The Political and Social Foundations of Prosperity*, Routledge, London, 1998.

⁵⁵ Albuquerque, Afonso y Cortez, Krystal, «Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo Oriente», orgs. Carreiro, R., Ferraraz, R. y Sá, S., *Cultura Pop*, Edufba, Salvador, 2015 (pp. 247-268).

totalizando mais de mil filiais do instituto em 142 países em 2017⁵⁶. No entanto, o conhecimento acerca da presença midiático-cultural da China no Brasil ainda se faz limitada, carecendo de um mapeamento dessa presença em nosso país. Com isso em mente, trazemos um breve histórico da relação Brasil-China, com ênfase no quadro dessa presença chinesa no âmbito midiático-cultural.

Embora a imigração chinesa para o Brasil tenha início no século XIX, devido a necessidade de mão-de-obra após a abolição da escravidão, é somente com a Revolução Chinesa em 1949 que uma grande quantidade de imigrantes chega ao país. Esse movimento acarretou na abertura das primeiras indústrias chinesas em território brasileiro⁵⁷. Em paralelo, as relações oficiais entre Brasil e China também têm início no final do século XIX, mas somente foram consolidadas durante a década de 1970. Em 1993, essas relações diplomáticas ficaram ainda mais próximas, tendo em vista uma parceria estratégica entre os dois países que contribuiu para que a China se tornasse, em 2009, o maior parceiro comercial do Brasil⁵⁸.

Mesmo com o sucesso das relações diplomáticas e comerciais entre China e Brasil, as narrativas que imperam sobre os imigrantes e a própria China continuaram a ser negativas. Desde a chegada dos chineses no país, no século XIX, a sensação que pairava era a de uma ameaça iminente, por conta das narrativas tecidas de que os chineses eram um povo atrasado e decadente em território norte-americano. Desde tal momento, temia-se o despertar econômico da China, que era compreendido como um perigo para a civilização ocidental⁵⁹. Essa percepção de uma China ameaçadora impera até os dias de hoje. Recentemente, conforme elucidado na introdução, o deputado federal Eduardo Bolsonaro, utilizou sua conta no Twitter para atacar a postura da China diante da eclosão do COVID-19 e recebeu apoio do **ex**-Ministro de Relações Exteriores, Ernesto Araújo, em notas posteriores. Dias depois desse evento, o ex-Ministro da Educação, Abraham Weintraub, insinuou que a China poderia se beneficiar, de propósito, da crise mundial causada pelo COVID-19, além de apresentar uma imagem xenófoba e racista do país, ao reduzi-la a ideia das pastelarias e dos *pastéis de flango* comumente vinculada aos chineses no Brasil. Esses acontecimentos vão de acordo com uma imagem inferiorizada da China no país, que continuam a ser propagadas. É justamente por conta de tais imagens construídas ou percebidas que, nos últimos anos, a China tem tentado disseminar uma imagem condizente com seus valores através de seu aparato midiático-cultural para outras nações.

Assim, a expansão midiática chinesa para o Brasil tem início em 2010, com a chegada de sua rede de TV estatal, a *China Central Television* (CCTV). No ano seguinte, o *Grupo Bandeirantes* e a CCTV fecharam um acordo de compartilhamento de conteúdo jornalístico e, desde então, a relação entre as duas empresas tem sido fortalecida. Essa parceria foi renovada em 2017, com a inserção de programas de entretenimento e sobre agricultura⁶⁰. Em 2019, o *Grupo Bandeirantes* também assinou um acordo de cooperação com o *China Media Group* (CMG), no qual está previsto produções conjuntas e compartilhamento de conteúdo. O CMG é um grupo estatal criado em 2018 como resultado da fusão da *China Central Television*, *China National Radio* e *China Radio International*. Alguns dos projetos ressaltados no acordo de 2019 foram o lançamento dos projetos *Frases Clássicas Citadas pelo Presidente Xi Jinping*, série do

⁵⁶Filho, Paulo, «Diplomacia cultural chinesa: instrumentos da estratégia de inserção internacional da China no século XXI», Dissertação de mestrado em Relações Internacionais, Universidade de Brasília, 2018.

⁵⁷ Chen, Jye, Shyu, David y Menezes Jr, Antônio. «Os imigrantes chineses no Brasil e sua língua», *Synergies Brésil*, n° 7, 2009, p. 58.

⁵⁸ Gallagher, Kevin, *The China Triangle: Latin America's China boom and the fate of the Washington Consensus*, Oxford University Press, Oxford, 2016.

⁵⁹ Tchen, John, «Notes for a History of paranoia “Yellow Peril” and the Long Twentieth Century», *The Psychoanalytic Review*, vol. 97, 2010.

⁶⁰ «Grupo Bandeirantes amplia parceria com a chinesa CCTV», *Band Notícias*, 6 de dezembro de 2017. Disponível em <<https://noticias.band.uol.com.br/noticias/100000889990/grupo-bandeirantes-amplia-parceria-com-a-chinesa-cctv.html>> Acesso em 10 de outubro de 2019.

CMG que exibida nos canais BandNews TV e Arte 1, e a coprodução *Mundo China*, exibida no BandNews TV. Além disso, a BandNews tem apresentado um quadro chamado *O Giro Semanal da CCTV*, apresentando conteúdo chinês sobre o que está acontecendo no gigante asiático. Não obstante, a CCTV se tornou parceira da TV 247 no Brasil, passando a reproduzir notícias sobre a China e sobre o mundo que foram originalmente produzidas pelos jornalistas da emissora⁶¹. Por fim, também cabe destacar a parceria entre a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), responsável pela TVV Brasil, e o CMG, que assinaram um acordo de cooperação para troca de conteúdo e tecnologia, produções conjuntas, transmissões cooperativas e treinamento de pessoal em 2019, ampliando a cooperação anterior entre a EBC e a antiga rádio nacional chinesa⁶².

Cabe apontar que a China também tem investido na proliferação de seus institutos culturais com o intuito de apresentar a cultura chinesa para o mundo. Uma forma essa de tomar o controle de suas narrativas e projetar uma imagem mais próxima de si para o Ocidente. A parceria do Instituto Confúcio (IC) com Universidades brasileiras tem início em 2008, com a inserção do IC na UNESP. Trata-se de uma instituição financiada pelo governo no intuito de promover o conhecimento da língua e cultura chinesa ao redor do mundo. Além dos ICs, também existem as *Confúcio Classroom*, que operam em uma lógica semelhante aos ICs, mas detêm como público-alvo são alunos de ensino fundamental e médio. Tal instituto também é responsável por promover eventos culturais e oferecem bolsas de estudo para estudantes e pesquisadores estrangeiros.

No entanto, antes mesmo da chegada oficial, já proliferaram os cursos de mandarim em escolas de idiomas, institutos culturais, a inserção do mandarim na grade curricular de algumas escolas privadas em São Paulo e até mesmo a graduação em mandarim na USP⁶³. No entanto, a presença dos ICs no país marca um novo momento para a difusão da cultura chinesa por aqui, visto que os ICs também são responsáveis por planejar eventos - como exposições artísticas - e promover um intercâmbio cultural, mas também na área acadêmica. Hoje contamos com ao menos 10 institutos sediados em diversos estados brasileiros e 4 *Confucius Classroom*, que servem como instrumentos para o governo chinês propagar uma imagem mais positiva sobre a China em nosso país. Em 2019, também houve a abertura da primeira Escola Chinesa no Rio de Janeiro, com o apoio do Consulado Geral da China no Rio de Janeiro. A escola tem como objetivo promover a educação chinesa no Brasil e no mesmo ano foi eleita como o Programa Piloto Oficial de Escolas Chinesas Internacionais.

Em paralelo, também convém ressaltar que as novas tecnologias da comunicação contribuíram para uma facilidade de acesso à produtos midiáticos para além do eixo ocidental. Nesse sentido, plataformas de *streaming* como a Netflix, embora seja norte-americana, trabalham com certa diversidade de produções internacionais em seu catálogo e conta hoje, no Brasil, com algumas dezenas de filmes e séries de TV⁶⁴ disponíveis para o consumo. De acordo com a CNTV, as produções audiovisuais chinesas estão se tornando cada vez melhores e a empresa tem vendido mais desses

⁶¹ «TV 247 fecha parceria com a CCTV, maior emissora de televisão da China», *Brasil 247*, 25 de fevereiro de 2019. Disponível em <<https://www.brasil247.com/midia/tv-247-fecha-parceria-com-a-cctv-maior-emissora-de-televisao-da-china>>. Acesso em: 30 de julho de 2020.

⁶² «Brazil's and China's communication firms expand cooperation», *Agência Brasil*, 14 de novembro de 2019. Disponível <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/en/geral/noticia/2019-11/brazils-and-chinas-communication-firms-expand-cooperation>> Acesso dia 19 de janeiro de 2020.

⁶³ Paulino, Luis, «O papel dos Instituto Confúcio no Brasil durante o período 2008-2018: a experiência do Instituto Confúcio na UNESP», *Mundo e desenvolvimento*, vol. 1, n° 2, 2019.

⁶⁴ Aqui, consideramos o que o algoritmo da Netflix compreende como conteúdo chinês, incluindo HongKong e Taiwan.

programas para outros países⁶⁵. Mesmo com esses investimentos, a China ainda dispõe de uma posição de menor destaque quando pensamos à luz da influência e exportação midiática. Historicamente, seus principais competidores externos (Japão e Coreia do Sul) adotaram estratégias específicas para conquistar seus espaços na arena internacional; e seus competidores internos (Taiwan e Hong Kong) se apresentam mais como um obstáculo a ser superado pela China continental do que como porta-vozes de um movimento agregador da promoção da entidade «China». No entanto, ao considerarmos sua totalidade percebemos que a presença de conteúdo chinês na Netflix não é tão insignificante assim: a China continental dispõe hoje de 38 produções na plataforma, mas, ao somarmos os conteúdos oriundos das províncias de Hong Kong (n=79) e Taiwan (n=40), a China desfruta de um espaço considerável, com 157 filmes, séries de TV e reality shows⁶⁶.

Em relação ao mercado de quadrinhos, o primeiro *manhua* a ser publicado no Brasil foi *Quadrinhos Digimon* de Yuen Wong Yu, baseado na obra japonesa, em 2001, pela editora Abril Jovem. Em 2006, a Panini lançou *O Tigre e o Dragão*, devido a popularidade que o filme do diretor Ang Lee conquistou no país. Em 2009, foi a vez da Conrad lançar *Melodia Infernal*, de dois volumes, de autoria de Lu Ming. Em 2019, a Editora Figura lançou uma campanha no Catarse para a publicação do *manhua A balada de Sylvan*, da autora chinesa Zao Dao, que foi publicado em outubro do mesmo ano com o título de *O vento que sopra os pinheiros*.

Por vias não oficiais, existem comunidades de fãs especializadas em legendar e distribuir esses produtos midiáticos na internet, como o *Mahal Dramas Fansub*, que traduz filmes e dramas de TV japoneses, sul-coreanos, tailandeses, filipinos e chineses, e o *Wei Fansub* e o *Fox Fansub*, que iniciou suas atividades no início de 2019 com a premissa de disponibilizar principalmente conteúdo chinês, que ainda é mais raro de ser encontrado em português devido ao pouco interesse dos grupos de *fansub*⁶⁷. No campo da animação, a *Tokyo:Re animes* é um grupo de *fansub* focado em traduzir exclusivamente animações chinesas (*donghua*) e seu catálogo conta hoje com 13 *donghuas* para *download*. Atendo-se à lógica do «de fã para fã» de plataformas de *streaming* não oficiais, pode-se encontrar uma gama de *donghuas* legendados por diversos grupos para o consumo brasileiro, misturados com conteúdos japoneses e sul-coreanos.

Decerto, se comparado as suas contrapartes orientais, nota-se que a expressividade da cultura pop chinesa (C-pop) no Brasil é consideravelmente reduzida. Ainda assim, acreditamos que com a popularidade das animações japonesas desde a década de 1990 e da música pop sul-coreana em torno de 2010, são fatores que contribuem para aproximar a juventude brasileira de produções oriundas de outros países do Extremo Oriente, dentre as quais, a própria China e, conseqüentemente, ajudar na construção de imaginários mais simpáticos ao país asiático.

Considerações finais

Embora existam esforços do PCC em internacionalizar a mídia chinesa, através do investimento em parcerias, com o objetivo de promover novas interpretações sobre a China em outros países, essa presença no Brasil se revelou bastante limitada. Ainda assim, esses crescentes esforços são combatidos no Ocidente, como recentemente pudemos observar no Brasil, quando representantes políticos, acompanhando a linha

⁶⁵ «Chinese TV producers look to foreign markets», *China Daily*, 11 de junho de 2015. Disponível em <http://www.chinadaily.com.cn/culture/2015-06/11/content_20975376.htm> Acesso em 7 de abril de 2020.

⁶⁶ Dados extraídos da Netflix no mês de julho de 2020. É importante ressaltar que o catálogo da plataforma é dinâmico.

⁶⁷ Grupos de *fansub* são uma comunidade de fãs que legendam e distribuem online conteúdo audiovisual sem fins lucrativos.

de atuação norte-americana, insistiram em demonizar a imagem da China em suas mídias sociais. Tais declarações fortalecem a percepção da China como o Outro bárbaro, não civilizado e ameaçador.

Dessa forma, qualquer discurso chinês sobre «contar a história correta» da China ou «melhor comunicar a imagem da China» para outros países, ainda encontra empecilhos, sobretudo quando analisamos a presença midiático-cultural chinesa no Brasil. Os recentes eventos envolvendo a pandemia de COVID-19 e os fortes posicionamentos de governos no mundo todo, como no caso dos EUA de Donald Trump que constantemente enfatizou que o coronavírus seria o «vírus chinês» a despeito deste tipo de terminologia ser rejeitado e criticado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), existem implicações preocupantes de nomear doenças infecciosas com base em seu local de origem ou população étnica.

Apesar de toda a conjuntura internacional, a China continua visando reescrever tais narrativas inferiorizantes e produzir um contra fluxo de informações sobre si. As lideranças chinesas vêm buscando projetar e (re)produzir uma imagem diferenciada da China, mais positiva e menos negativa internacionalmente. De fato, ainda há um longo caminho a ser percorrido pela China para obter êxito nas mudanças de narrativas sobre si e para que ela deixe de ser vista como o Outro, o bárbaro e o inimigo na esfera internacional.

Bibliografia

- ALBUQUERQUE, Afonso, Cortez, Krystal, «Cultura Pop e Política na Nova Ordem Global: lições do Extremo Oriente», orgs. Carreiro, Rodrigo, Ferraraz, Rogério y Sá, Simone, *Cultura Pop*, Edufba, Salvador, 2015 (pp. 247-267).
- BAND, «Grupo Bandeirantes amplia parceria com a chinesa CCTV», *Band Notícias*, 6 de dezembro de 2017. Disponível em <<https://noticias.band.uol.com.br/noticias/100000889990/grupo-bandeirantes-amplia-parceria-com-a-chinesa-cctv.html>> Acesso em 10 de outubro de 2019.
- BBC, «Coronavirus: US accused of ‘piracy’ over mask ‘confiscation’», *BBC*, 4 de abril de 2020. Disponível em <<https://www.bbc.com/news/world-52161995>> Acesso em 10 de junho de 2020.
- BECARD, Danielly y Filho, Paulo, «Chinese Cultural Diplomacy: instruments in China’s strategy for international insertion in the 21st Century», *Revista Brasileira de Política Internacional*, vol. 62, n° 05, 2019 (pp. 1-20).
- BERNSTEIN, Richard y MUNRO, Ross, «The Coming Conflict with America», *Foreign Affairs*, vol. 76, n° 2, 1997 (pp. 18-32).
- BOUKALA, Salomi, *European Identity and the Representation of Islam in the Mainstream Press*, Palgrave Macmillan, Athens, 2019.
- Brasil 247, «TV 247 fecha parceria com a CCTV, maior emissora de televisão da China», *Brasil 247*, 25 de fevereiro de 2019. Disponível em <<https://www.brasil247.com/midia/tv-247-fecha-parceria-com-a-cctv-maior-emissora-de-televisao-da-china>>. Acesso em: 30 de julho de 2020.
- BROOKS, Stephen y Wohlforth, William, «The Rise and Fall of the Great Powers in the Twenty-First Century: China’s Rise and the Fate of America’s Global Position», *International Security*, vol. 40, 2016 (pp. 7-53).
- BROOMFIELD, Emma, «Perceptions of Danger: The China threat theory», *Journal of Contemporary China*, vol. 12, n° 35, 2003 (pp. 265-284).
- CAIXIN, «习近平讲述“中国故事” 诠释官方外交语言新“温度”», *Caixin*, 23 de abril de 2015, Disponível em <<http://www.caixin.com/2015-04-23/100802893.html>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.
- CHEN, An, «On the Source, Essence of “Yellow Peril” Doctrine and Its Latest Hegemony “Variant” – the “China Threat” Doctrine: From the Perspective of Historical Mainstream of Sino-Foreign Economic Interactions and Their Inherent Jurisprudential Principles», *The Journal of World Investment & Trade*, vol. 13, 2012, (pp. 1-58).
- CHEN, Jye, Shyu, David y Menezes JR, Antônio, «Os imigrantes chineses no Brasil e sua língua», *Synergies Brésil*, n° 7, 2009 (pp. 57-64).
- China Daily, «Chinese TV producers look to foreign markets», *China Daily*, 11 de junho de 2015. Disponível em <http://www.chinadaily.com.cn/culture/2015-06/11/content_20975376.htm> Acesso em 7 de abril de 2020.
- China Daily, «Xi: Spreading China’s story key mission», *China Daily*, 23 de agosto de 2018. Disponível em <<https://www.chinadaily.com.cn/a/201808/23/ws5b7de976310add14f387392.html>> Acesso em 10 de junho de 2020.
- COBAN, Filiz, «The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al –Jazeera Effect», *Journal of International Relations and Foreign Policy*, vol. 4, n° 2, 2016 (pp. 45-61).

- COOK, Sarah, «Beijing's Global Megaphone», *Freedom House*, 2020. Disponível em <https://freedomhouse.org/report/special-report/2020/beijings-global-gaphone#footnoteref46_1lqbn30> Acesso em 1 de abril de 2020.
- COTE-MUÑOZ, Natalia y LASKAI, Lorand, «Is Latin America Prepared for China's Booming Tech Investments? China-Latin America 2.0», *Americas Quarterly*, 23 de abril de 2019. Disponível em <<https://www.americasquarterly.org/content/chinese-companies-are-betting-latin-american-tech-players>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.
- EBC, «Brazil's and China's communication firms expand cooperation», *Agência Brasil*, 14 de novembro de 2019. Disponível <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/en/geral/noticia/2019-11/brazils-and-chinas-communication-firms-expand-cooperation>> Acesso dia 19 de janeiro de 2020.
- FILHO, Paulo, *Diplomacia cultural chinesa: instrumentos da estratégia de inserção internacional da China no século XXI*, Dissertação de Mestrado em Relações Internacionais, PPG Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília, 2018.
- Folha, «China proíbe exibição de filme de Tarantino após pedido da filha de Bruce Lee», *Folha de São Paulo*, 19 de outubro de 2019. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2019/10/china-proibe-exibicao-de-filme-de-tarantino-apos-pedido-da-filha-de-bruce-lee.shtml>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.
- FoxNews, «China's live animal market are dangerous breeding grounds: Donald Luskin», *Fox News*, 24 de fevereiro de 2020. Disponível em <<https://video.foxbusiness.com/v/6135606545001/#sp=show-clips>> Acesso 20 de março de 2020.
- GALLAGHER, Kevin, *The China Triangle: Latin America's China boom and the fate of the Washington Consensus*, Oxford University Press, Oxford, 2016.
- GERTZ, Bill. *The China Threat: How the People's Republic Target America*, Regnery Publishing, Washington, 2002.
- HALL, Stuart, «The Spectacle of the 'Other'», ed. Hall, Stuart, *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage Publication, London, 1997 (pp. 223-290).
- HALPER, Stefan, *The Beijing Consensus: How China's Authoritarian Model Will Dominate the Twenty first century*, Basic Books, New York, 2010.
- HRUBY, Aubrey, «In Africa, China Is the News», *Foreign Policy*, 13 de agosto de 2019. Disponível em <<https://foreignpolicy.com/2019/08/13/in-africa-china-is-the-news/>> Acesso 10 de janeiro de 2020.
- IstoÉ, «Huawei: China exige libertação de executiva da empresa ao Canadá», *IstoÉ*, 22 de agosto de 2019. Disponível em <<https://www.istoedinheiro.com.br/huawei-china-exige-libertacao-de-executiva-da-empresa-ao-canada/>> Acesso em 10 de janeiro de 2020.
- JI, Fengyuan, «The West and China: discourses, agendas and change», *Critical Discourse Studies*, vol. 14, n° 4, 2017 (pp. 325-340).
- KANG, Dave, «China's Diplomats Show Teeth in Defending Virus Response», *The Diplomat*, 25 de Abril de 2020. Link <<https://thediplomat.com/2020/04/chinas-diplomats-show-teeth-in-defending-virus-response/>> Acesso em 10 de junho de 2020.
- MEARSHEIMER, John, *The tragedy of great power politics*, Norton & Company, New York, 2014.

- MOULIN, Carolina. «Narrative», eds. Mhurchú, Aoileann Ní y Shindo, Reiko, *Critical imaginations in international relations*, Routledge, London, 2016 (pp. 136-152).
- NAVARRO, Peter y AUTRY, Greg, *Death by China: confronting the dragon - a global call for action*, Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2011.
- NAVARRO, Peter, *Crouching Tiger: what China's militarism means for the world*, Prometheus Book, New York, 2015.
- NAVARRO, Peter, *The Coming Wars on China: where they will be fought, how can they be won*, FT Press, New Jersey, 2007.
- NSS National Security Strategy of the United States of America, White House, 2017.
- OOI, Su-mei y D'ARCANGELIS, Gwen, «Framing China: Discourses of othering in US news and political rhetoric», *Global Media and China*, vol. 2, 2018 (pp. 269–283).
- PAULINO, Luís, «O papel dos Instituto Confúcio no Brasil durante o período 2008-2018: a experiência do Instituto Confúcio na UNESP», *Mundo e desenvolvimento*, vol. 1, n° 2, 2019 (pp. 173-193).
- RICHARDSON, John, *Analysing Newspapers: An Approach From Critical Discourse Analysis*, Palgrave Macmillan, New York, 2007.
- ROWEN, Henry, «The political and social foundations of the rise of East Asia: an overview», ed. Rowen, Henry, *Behind East Asian Growth, The Political and Social Foundations of Prosperity*, Routledge, New York, 1998.
- SAID, Edward, *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*, Companhia das Letras, São Paulo, 2007.
- SHAMBAUGH, David, *China Goes Global: The Partial Power*, Oxford University Press, New York, 2013.
- SPENCE, Jonathan, *The Search for a Modern China*, Norton & Company, New York, 1990.
- State Council, «Vision and Actions on Jointly Building Silk Road Economic Belt and 21st Century Maritime Silk Road», *State Council*, 28 de março de 2015. Disponível em <http://english.www.gov.cn/archive/publications/2017/06/20/content_281475691873460.htm> Acesso em 10 de junho de 2018.
- SUN, Wanning, «Slow boat from China: public discourses behind the 'going global' media policy», *International Journal of Cultural Policy*, vol. 21, n° 4, 2015 (pp. 400-418).
- TAYLOR, Guy, «Mike Pompeo blasts China's Communist Party: 'Intent upon the destruction of Western ideas'», *The Washington Times*, 31 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.washingtontimes.com/news/2020/may/31/mike-pompeo-blasts-china-communist-party-intent-up/>> Acesso em 10 de junho de 2020.
- TCHEN, John, «Notes for a History of Paranoia: "Yellow Peril" and the Long Twentieth Century», *The Psychoanalytic Review*, vol. 97, 2010 (pp. 263-283).
- THUSSU, Dayan, «Globalization of Chinese Media: the global context» eds. Thussu, Daya *et al.*, *China's Media Go Global*, Routledge, New York, 2018.
- TODOROV, Tzvetan, *A conquista da América: a questão do outro*, Martins Fontes, São Paulo, 1982.
- VENCESLAU, Pedro, «Huawei vai abrir outra fábrica de celular em São Paulo», *O Estadão*, 9 de agosto de 2019. Disponível em <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,doria-diz-que-huawei-vai-abrir-fabrica-de-celular-em-sao-paulo,70002960884>> Acesso em 10 de junho de 2020.

- WANG, Vivian y QIN, Amy, «As Coronavirus Fades in China, Nationalism and Xenophobia Flare», *The New York Times*, 11 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2020/04/16/world/asia/coronavirus-china-nationalism.html>> Acesso em 29 de julho de 2020.
- Xinhua, «Xi eyes more enabling international environment for China's peaceful development», *Xinhua Agency*, 30 de novembro de 2014.
- YANG, Suzanne Xiao, «Soft Power and the strategic context for China's 'media going global' policy», eds. Thussu, Daya, Burgh, Hugo de y Shi, Anbi, *China's Media Go Global*, Routledge, New York, 2018.
- ZAKARIA, Fareed. *O mundo pós-americano*, Companhia das Letras, São Paulo, 2008.
- ZHAO, Yuezhi, «Communication, crisis, and global power shifts: an introduction», *International Journal of Communication*, vol. 8, 2014 (pp. 275-300).