

SOFT POWER EM TEMPOS DE QUARENTENA: AS ESTRATÉGIAS DA DIPLOMACIA CHINESA EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

Alana Camoça Gonçalves de Oliveira¹
Felipe Gusmão Carioni Fernandes²

SINOPSE

O ano de 2020 se encaminha para ser um momento paradigmático na história do sistema internacional. A pandemia global contribuiu para esclarecer as dinâmicas de poder que permeiam as relações entre os Estados. São observáveis práticas de cooperação, assim como políticas que priorizam o interesse nacional das unidades sistêmicas. Com relação à China, o país vem promovendo o que ficou conhecido como “diplomacia das máscaras”, com a intenção de mitigar os efeitos da pandemia em sua imagem internacional. Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo analisar as estratégias de cooperação e autopromoção dos chineses, observando os efeitos temporários e duradouros da pandemia, as estratégias de promoção da imagem e do *soft power* do país no cenário internacional. Nesse sentido, a hipótese da pesquisa é que as estratégias chinesas para promover seu *soft power* se transformaram durante a pandemia, e sua diplomacia passou a ser mais assertiva em defesa da sua imagem e das narrativas a seu respeito.

Palavras-chave: China; *soft power*; diplomacia; Covid-19.

ABSTRACT

The year 2020 is heading to be a paradigmatic moment in the history of the international system. The global pandemic has helped to clarify the power dynamics that permeate relations between States. Cooperative practices are observed, as well as policies that prioritize the national interest of systemic units. Regarding China, the country has been promoting what became known as “mask diplomacy” in order to mitigate the effects of the pandemic on its international image. Given this scenario, this article aims to analyze the Chinese cooperation and self-promotion strategies, observing the temporary and lasting effects of the pandemic, the strategies to promote the country’s image and its soft power in the international scenario. In this sense, the research hypothesis is that Chinese strategies to promote its soft power were transformed during the pandemic, and Chinese diplomacy became more assertive in defense of its image and the narratives about itself.

Keywords: China; soft power; diplomacy; Covid-19.

JEL: F50; F59.

Artigo recebido em 21/7/2020 e aprovado em 24/8/2020.

DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/bepi27art6>

1 INTRODUÇÃO

Atualmente a China é um ator imprescindível nas mais importantes discussões em nível global, sendo inclusive cotada para restabelecer uma bipolaridade ou multipolaridade abrangente no sistema de nações. Não surpreende, portanto, que ao longo do tempo consolidaram-se narrativas internacionais –

1. Pós-doutoranda em ciências militares na Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (ECEME); e doutora em economia política internacional pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Política Internacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PEPI/UFRJ). Atualmente, é membro do Laboratório de Estudos em Economia Política da China (LabChina) e do Laboratório de Estudos em Mídia e Relações Internacionais (LEMRI) da UFRJ. *E-mail:* <alanacamoca@gmail.com>.

2. Doutorando em economia política internacional pelo PEPI/UFRJ. *E-mail:* <felipecarioni@hotmail.com>.

impulsionadas tanto pela China quanto por outros países – acerca dos reais objetivos e da atuação exterior chinesa. De fato, nos últimos anos, tornou-se comum a propalação de discursos por parte das lideranças chinesas a respeito da necessidade de o país se reafirmar internacionalmente por meio do controle das narrativas sobre si mesmo, com a ideia de “melhor comunicar a mensagem da China para o mundo” (Xi eyes..., 2014, tradução nossa) e de contar “direito a história da China” (Baijie, 2018, tradução nossa). O ano de 2020 se apresenta então como um exemplo ilustre para se refletir sobre as ações chinesas de autopromoção de sua imagem e, conseqüentemente, de seu *soft power*.

Tão logo a crise de saúde do novo coronavírus se espalhou pelo mundo, a China passou a contribuir internacionalmente para o alívio das conseqüências da pandemia, concedendo equipamentos médicos, máscaras, medicamentos, entre outros artigos importantes para o combate à doença, em um esforço político-diplomático que alguns analistas nomearam de “diplomacia das máscaras” (Wong, 2020; Hornung, 2020), ou “diplomacia do coronavírus” (Li e Musiitwa, 2020), ou ainda “diplomacia médica” (Bing, 2020). Rapidamente, notou-se a disseminação de diversos artigos acadêmicos e matérias jornalísticas, com vieses tanto positivos quanto negativos, sobre como a pandemia poderia transformar as relações internacionais.

Muitos dos articulistas eram da opinião que, mediante a “diplomacia das máscaras”, a China ganharia impulso para emergir como um novo líder no sistema internacional, e/ou que os chineses estariam se utilizando da crise para fortalecer seu *soft power*, sua imagem e sua legitimidade como país cooperativo e responsável (Campbell e Doshi, 2020; Hornung, 2020). Em relação a isso, People’s Daily (2020) declara que, entre 1º de março e 10 de abril de 2020, a China exportou cerca de 7,12 bilhões de máscaras e 20.100 unidades de ventiladores (equipamento essencial no combate ao vírus nas fases mais graves da doença).

Diante desse cenário, este artigo tem como objetivo analisar as estratégias de cooperação e autopromoção internacional dos chineses, observando os efeitos temporários e duradouros da pandemia, as estratégias de promoção da imagem, da legitimidade e do *soft power* do país no cenário internacional. Nesse sentido, a hipótese da pesquisa é que as estratégias chinesas para promover seu *soft power* se transformaram durante a pandemia, e sua diplomacia passou a ser mais assertiva em defesa da sua imagem e das narrativas a seu respeito.

Para isso, o artigo se divide em duas seções, além desta introdução e das considerações finais. Na seção 2 da pesquisa, apresentamos os debates da literatura a respeito da legitimidade e do *soft power* chinês nas relações internacionais, enfatizando aspectos do comportamento da China na arena internacional. Ainda, analisamos as estratégias adotadas pelo país no século XXI, com destaque para a internacionalização das mídias chinesas. Na seção 3, detalhamos a conjuntura da pandemia de Covid-19, levando em consideração as estratégias adotadas pela China.

Devido à contemporaneidade do assunto, para a coleta de informações acerca das estratégias chinesas durante a pandemia, analisaram-se qualitativamente notícias e artigos veiculados nas mais relevantes mídias tradicionais de diversos países do mundo. As notícias advêm principalmente de jornais internacionais de grande circulação, como *The Diplomat*, *The Washington Post* e *The Financial Times*. Além disso, foram consultadas notícias veiculadas em mídias chinesas como o *China Daily*, a *Xinhua* e o *People’s Daily* em mandarim, em inglês e em português no período de 1º de janeiro a 1º de julho de 2020.

2 DIPLOMACIA, LEGITIMIDADE, IMAGEM INTERNACIONAL E *SOFT POWER*: AS ESTRATÉGIAS E AS PERCEPÇÕES DA CHINA NO SÉCULO XXI

O campo da pesquisa acadêmica que se dedica ao estudo de iniciativas internacionais de construção de imagem e fortalecimento de legitimidade como a que está em questão aqui é devedor do conceito de *soft power* (poder brando) como concebido por Joseph Nye. O autor sintetiza poder brando como a capacidade de um Estado conseguir o que quer dos outros por meio da atração e da persuasão. Assim, o poder brando é sempre relativo e conecta-se diretamente ao nível de legitimidade que um ator desfruta entre seus pares: “A legitimidade é uma dimensão do poder” (Nye, 2012, p. 117). Ele observa que existem três fontes de poder brando para um país: sua cultura (em locais onde ela é atrativa); seus valores políticos (quando ele os cumpre interna e externamente); e suas políticas externas (quando os outros as veem como legítimas e possuindo autoridade moral).

Ademais, Nye (2012) sinaliza que “informação cria poder” – logo, no tempo atual da era da informação, a característica normativa e discursiva do poder ganha ainda mais relevância. Hoje, graças à evolução tecnológica, à globalização e ao avanço da democracia liberal, cada vez mais pessoas têm acesso ao poder advindo da capacidade de informar e transmitir conhecimento. No entanto, em vez de o aumento da informação disponível promover a emancipação das mentes, ele acaba por produzir o efeito contrário: “Quando as pessoas são esmagadas pelo volume de informações que têm diante de si, têm dificuldade para saber em que se concentrar” (Nye, 2012, p. 141-142). Assim, aqueles que conseguem dar sentido ao mar de informações adquirem o poder subjacente aos demais, e a demanda por aqueles que nos fornecem pistas aumenta. Nesse sentido, na era da informação, os governos competem entre si e com outros atores, como organizações não governamentais (ONGs), comunidade científica e organizações internacionais, pelo domínio de narrativas; portanto, como afirma Nye (2012, p. 142), “as narrativas se tornam a moeda do poder brando”.

Para além disso, instrumentos econômicos e militares também podem ser usados com o intento atrativo e/ou persuasivo. Ajuda econômica, investimento direto estrangeiro ou a criação de um modelo de crescimento econômico de sucesso também produzem atração. Similarmente, treinamentos conjuntos e cooperação militar ou a simples existência de Forças Armadas modernas e eficientes reservam alguma capacidade persuasiva. Por isso, o poder brando possui característica tanto passiva quanto ativa, sendo empregado mediante o bom exemplo (passivo), ou o Estado pode deliberadamente se utilizar de políticas específicas, como a diplomacia pública³ (ativo), para promover atração para si. Por sua vez, a utilização do *soft power* produzirá efeitos diretos quando afeta os líderes de uma nação, ou indiretos quando quem é afetado é o público. Ao agir sobre o público, cria-se um ambiente receptivo ou repulsivo à ação que foi alvo da política de poder brando, o que, conseqüentemente, limita a escolha da liderança.

Em relação à China, especificamente no que diz respeito ao projeto de reformulação de sua imagem internacional, sua gênese pode ser traçada ainda na década de 1990. Kurlantzick (2006; 2007) coloca que nesse período houve a consolidação dos benefícios econômicos e sociais do programa de

3. De acordo com a definição de Cull (2008), a diplomacia pública opera com cinco elementos: *i*) escuta, que significa coletar informações e opiniões internacionais por meios legais e secretos; *ii*) *advocacy*, que se refere à promoção de algumas políticas, ideias e interesses para audiências externas por meio das embaixadas; *iii*) diplomacia cultural, que pode ser resumida na promoção dos recursos culturais de um país em nível internacional e na facilitação da transmissão de sua cultura internacionalmente; *iv*) diplomacia da troca (*exchange diplomacy*), que almeja promover trocas recíprocas entre as pessoas (intercâmbio acadêmico, por exemplo); e *v*) *broadcasting* internacional, que significa o uso de agências de notícias, rádio, televisão e comunicação virtual para interagir com as audiências externas.

Reforma e Abertura; assim, criaram-se as condições necessárias para que um senso de *dàguó* (大国 – grande potência) emergisse entre as lideranças e a sociedade chinesa em geral. Ao analisar textos de estrategistas chineses da época, o autor nota que a ideia de o país conduzir as relações internacionais em pé de igualdade com as demais grandes potências tornava-se cada vez mais difundida (Kurlantzick, 2007, p. 42-43) – mesmo que essa ideia fosse somente abraçada pelas lideranças chinesas de forma assertiva após a crise financeira de 2008 (Zhao, 2015).

No século XXI, a China passou a atuar ativamente na ordem internacional, aumentando sua participação em instituições internacionais, como o caso de sua entrada em 2001 na Organização Mundial do Comércio (OMC). Por meio de relações mais construtivas com as grandes potências, as lideranças chinesas optaram por estratégias conciliatórias diante de um Estados Unidos receptivo e acomodativo em relação à China, em razão da necessidade norte-americana de apoio em questões do Oriente Médio (Zhao, 2015). Ademais, para além da participação em iniciativas multilaterais, o mote dos relacionamentos bilaterais do país passou a ser, principalmente, os ganhos mútuos (*win-win relations*) e os empréstimos sem contrapartidas no âmbito econômico com os países do Sul Global (Zhao, 2015). O governo chinês também fomentou trocas culturais e políticas entre sociedades e lideranças nacionais, aumentando as visitas de Estado e estabelecendo os Institutos Confúcio como centros oficiais para o ensino da língua e cultura chinesa em solo estrangeiro – leia-se diplomacia cultural. Tais estratégias foram adotadas com o intuito de transmitir a imagem do Estado como um membro ordeiro e respeitoso das regras e da diversidade internacional em um esforço que ficou conhecido como “ofensiva de charme” (*charm offensive*) (Kurlantzick, 2007).

Como argumenta Shambaugh (2013), entretanto, a popularidade chinesa é deveras frágil e pouco influente quando comparada às demais grandes potências. Tal fragilidade ficou evidente em 2008, quando protestos em favor da independência do Tibete eclodiram ao longo do trajeto da Pira Olímpica pelo globo. As perturbações foram televisionadas, colocando o foco da imprensa internacional em cima da China em uma postura crítica ao país, algo que não acontecia desde o Massacre da Praça da Paz Celestial em 1989.

Naquele momento ficou evidente que a China deveria, além de promover as iniciativas oficiais, Estado-Estado, estimuladas pela ofensiva de charme, partir também para o engajamento centrado na diplomacia pública. Assim, o país teria melhores chances de narrar os fatos a sua maneira, não mais ficando refém da difusão ocidental de imagens e interpretações estereotipadas e danosas, como a ideia de “ameaça chinesa”. As palavras de Li Changchun, ministro do Comitê Central do Departamento de Propaganda do Partido Comunista da China (PCC), são esclarecedoras.

Reforçar nossa capacidade de comunicação é uma questão urgente. Diz respeito à posição internacional da China; diz respeito ao crescimento do poder brando cultural da China; e diz respeito ao lugar e à função da mídia chinesa na opinião pública da comunidade internacional. Nossa primeira e principal missão a partir de agora é fortalecer nossa capacidade de comunicação dentro e fora da China. Todos devem estar cientes dessa responsabilidade e missão (*apud* Yang, 2018, p. 87, tradução nossa).

Desde então, o governo chinês tem direcionado seus planos e esforços para desenvolver estratégias e capacidades midiáticas capazes de rivalizar com as de países líderes nesse campo, como Estados Unidos, Inglaterra e França. Para tanto, a China reciclou sua estratégia *going global*,⁴ mas, agora, com foco na área de comunicação, algo que autores como Thussu, Burgh e Shi (2018), além de Yang (2018),

4. O *going global* ou *going out* foi uma estratégia concebida no X 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.

chamaram de *media going global*. O plano para globalizar a mídia do país parte de quatro abordagens: *i)* internacionalização de grandes estatais, por meio de fusões, aquisições e compra de ativos, assim acumulando *know-how*; *ii)* participação de empresas chinesas de capital privado complementando o processo de expansão; *iii)* interação com correspondentes estrangeiros que se encontram na China e são fontes para audiências internacionais; e *iv)* incentivo para a mídia internacional usar fontes chinesas, principalmente as diásporas nacionais (Yang, 2018).

À frente desse processo de internacionalização, temos as quatro maiores empresas estatais por segmento: China Global Television Network⁵ (CGTN), *China Daily* (mídia impressa), Rádio Internacional da China e Xinhua (agência de notícias). Shambaugh (2013) estima que foram destinados aproximadamente US\$ 8 bilhões para operacionalizar a “saída” dessas empresas com o objetivo de quebrar o monopólio ocidental sobre os fluxos de informação que circulam pelo globo.

Yang (2018) argumenta que a principal questão que determina a “deficiência do poder discursivo” dos países em desenvolvimento é sua dependência de notícias e informações de segunda mão, uma vez que esses Estados não possuem meios próprios para coletar dados além de suas fronteiras. Nesse sentido, os investimentos chineses foram realizados com o intuito de garantir aos seus meios de comunicação acesso a fontes primárias de informação, otimizando, assim, suas possibilidades de ditar as narrativas e agendas de discussão. Em pouco tempo as companhias do país alcançaram escala mundial.⁶

Vistas essas estratégias e iniciativas, podemos observar que atualmente o alcance do aparato midiático chinês é de fato cada vez mais global e está começando a impor desafios aos poderes tradicionais no campo da difusão internacional de narrativas. O que continuamos a registrar, contudo, é o predomínio daqueles discursos produzidos nos centros de poder de sempre, enquanto, por vezes, a China aparece apenas posteriormente para rebater críticas ou visões deturpadas. A questão que diz respeito à capacidade de penetração, persuasão/credibilidade e aglutinação dos discursos chineses será tratada com mais detalhe na próxima seção. A seguir, lidaremos com o contexto global do coronavírus, as estratégias diplomáticas chinesas específicas para o tratamento da crise e algumas percepções internacionais acerca do binômio China-Covid-19.

3 A CHINA EM TEMPOS DE PANDEMIA: UM DRAGÃO AMEAÇADOR OU UM PANDA COOPERATIVO/LÍDER?

Em tempos de crises, é comum observar o surgimento de numerosas análises buscando compreender o mundo pós-crise. O período atual não é exceção. Pululam artigos de opinião de acadêmicos, jornalistas e lideranças tentando antecipar o futuro das configurações de poder na arena internacional assim que a pandemia for debelada. Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou, após o crescente número de casos em escala global que vivemos, uma pandemia causada

5. Antiga China Central Television (CCTV).

6. Atualmente a CGTN tem mais de setenta escritórios estrangeiros transmitindo nas seis línguas oficiais das Nações Unidas para 171 países, cobrindo todos os continentes, além de canais locais como CGTN-América, CGTN-África e CGTN-Europa. A Xinhua possui mais de 180 repartições ao redor do mundo publicando textos, fotos, áudios e vídeos 24 horas por dia; ainda em 2011 abriu o canal de notícias em inglês CNC World nos mesmos moldes da americana CNN. A Rádio Internacional da China se encontra atrás apenas da BBC em termos de alcance global, possuindo noventa estações de rádio ao redor do mundo e transmitindo em 64 idiomas diferentes. Por fim, o *China Daily* publica correntemente seis edições regionais, incluindo Hong Kong, Ásia, Estados Unidos, América Latina, Europa e África (Yang, 2018). Entre as empresas privadas engajadas no projeto de expansão midiática chinesa, cabe destaque ao diário *Global Times*, atualmente o jornal mais lido na China, e sua edição em inglês disputa com o *China Daily* para determinar a visão chinesa acerca do noticiário internacional (Edney, 2014).

pelo Sars-Cov-2.⁷ Ainda, em janeiro do mesmo ano, a própria instituição além de lideranças políticas já esboçavam preocupações, uma vez que houve a confirmação de casos de Covid-19 fora da China continental.⁸

Ao passo que a pandemia ganhava proporções globais, foi possível observar o aparecimento de ao menos duas retóricas, uma positiva e outra negativa, a respeito da atuação chinesa. A primeira argumentava sobre como a China estaria despontando no cenário internacional como uma liderança e promovendo, por meio da sua diplomacia específica para o coronavírus, o auxílio para os países atingidos pela crise (Campbell e Doshi, 2020). Tais iniciativas se traduziram em um aumento do *soft power* chinês e, conseqüentemente, de sua legitimidade internacional.

A segunda transparece a narrativa da China como uma ameaça. A ideia de um “perigo amarelo”⁹ provocou uma onda de discursos anti-China, por vezes mobilizados por lideranças locais e veículos midiáticos internacionais que desencadearam ações xenófobas e racistas em diversos países do mundo, não somente em retaliação à China, mas também ojerizando refugiados, imigrantes e outros grupos minoritários. Nesse sentido, destacam-se as afirmações de Donald Trump, presidente dos Estados Unidos, sobre o coronavírus como um “vírus chinês” e as falas de Mike Pompeo, secretário de Estado, como o “vírus de Wuhan”. Essa postura tem sido alvo frequente de críticas por parte da OMS, que rejeita a atribuição do vírus a um país. A instituição se coloca contra qualquer forma de nomenclatura que associe uma doença infecciosa a seu local de origem ou população étnica, tendo reconhecido em 2015 implicações preocupantes de se promover tal aproximação, aconselhando pesquisadores, cientistas e a mídia a não fazê-la.

Um dos grandes debates envolvendo a pandemia mundial no campo das relações internacionais tem sido sobre a possibilidade de a China emergir como uma das lideranças mundiais no que tange à questão da saúde. Alguns observadores apresentaram que a China vem buscando retomar o controle das narrativas por meio do seu *soft power*, com o intuito de ultrapassar os Estados Unidos como líder global nesse campo (Campbell e Doshi, 2020). Do nosso ponto de vista, a China o faz tanto por meio da promoção da sua diplomacia pública – sobretudo via difusão midiática dos métodos exitosos empregados pelo país para lidar com a crise –, da realização de reuniões e da ativa participação nas organizações internacionais relevantes, como a OMS, quanto por meio do envio para países do mundo todo de ajuda material, como equipamentos e medicamentos essenciais.

De acordo com Edney (2014) e Campbell e Doshi (2020), o governo chinês objetiva controlar os fluxos de informações sobre o país. Nesse sentido, o PCC como autoridade política máxima é responsável por intermediar a entrada e a saída de informações da China, e o faz por meio de práticas de propaganda. No contexto do coronavírus, o Departamento de Publicidade¹⁰ do governo

7. Anteriormente, em 30 de janeiro de 2020, a OMS havia decretado que o surto do novo coronavírus (2019-nCoV) constitui uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII).

8. A Tailândia foi o primeiro país que apresentou um caso confirmado de Covid fora da China continental ainda em 13 de janeiro de 2020, e posteriormente demais países, como Coreia do Sul, Japão, Estados Unidos, França e outros, tiveram casos confirmados. Mais detalhes disponíveis em: <<https://www.who.int/news-room/detail/13-01-2020-who-statement-on-novel-coronavirus-in-thailand>> e <<https://www.nytimes.com/article/coronavirus-timeline.html>>.

9. A ideia de “perigo amarelo” foi concebida ao final do século XIX para designar o medo das ondas imigratórias de trabalhadores chineses para o Ocidente. Ao que parece, o Kaiser Guilherme II (1895) teria feito a primeira menção a esse tipo de “perigo amarelo” (em alemão, *gelbe gefahr*) curiosamente em um momento histórico em que eram justamente as potências ocidentais que ocupavam a China.

10. O Departamento de Publicidade (antigo Departamento de Propaganda) é um órgão diretamente subordinado ao Comitê Central do PCC, responsável pelo trabalho ideológico, pela difusão e pela censura de informações dentro e fora da China (Edney, 2014).

tem promovido propagandas sobre como a China lidou positivamente com o surto de Covid-19, e, conforme afirmam os autores, “Pequim está trabalhando para transformar esses primeiros sinais de sucesso em uma narrativa maior a ser transmitida para o resto do mundo – uma narrativa que faz da China o ator essencial em uma recuperação global vindoura enquanto apaga sua inicial má administração da crise” (Campbell e Doshi, 2020, tradução nossa).

Não por acaso, diversos artigos, *tweets* e mensagens públicas nos mais diversos idiomas têm sido difundidos elogiando o enfrentamento positivo da crise pelo gigante asiático. É preciso destacar que o esforço de propaganda externa chinesa inspira-se diretamente em sua experiência interna, sendo esta última centrada na tentativa permanente de fazer a sociedade chinesa identificar seus objetivos pessoais com aqueles do governo central. Logo, tais discursos visam fortalecer doméstica e internacionalmente, sobretudo, a própria figura do PCC como entidade responsável e capaz de guiar a China não só em tempos de estabilidade, mas também nos de crise, respaldando-lhe, assim, legitimidade para continuar a governar (Edney, 2014). Como exemplos de propaganda interna, observa-se que, em fevereiro de 2020, o governo chinês publicou um livro intitulado 大国战 “疫” (*Dàguó zhàn “yì”*) sobre os esforços para prevenir e controlar a pandemia de Covid-19 – livro que foi publicado também em inglês, francês, espanhol, russo e árabe.¹¹ Internamente, no entanto, as propagandas têm sido também acompanhadas por críticas de parte da população em mídias sociais como a Weibo, especialmente depois da morte do médico Li Wenliang¹² ainda em fevereiro de 2020.¹³

Em um editorial *on-line* publicado no jornal *People’s Daily* em chinês, intitulado *As políticas chinesas na guerra contra a epidemia* (战疫中国策 – *Zhàn yì zhōngguó cè*), são apresentados de forma sistemática os feitos do PCC sob o comando de Xi Jinping em relação ao combate do coronavírus. As informações presentes no site estão divididas em nove categorias com a ideia dos “nove ideogramas” de Xi Jinping no combate à pandemia: liderança ou líder (领), unificar (统), acertar (准), rigoroso ou firme (严), legislação (法), povo ou grupo (群), estábulo¹⁴ (稳), estudo ou pesquisa (研) e união (合). Cada uma das seções apresenta dados sobre como o governo tem agido para combater o vírus.

Além das iniciativas para promover uma imagem positiva de como a China vem tratando a crise, analistas têm constantemente reforçado que o Ministério de Relações Exteriores da China vem adotando um tom cada vez mais estridente contra países e lideranças políticas que criticam o governo chinês ou evocam imagens estereotipadas do país internacionalmente. Essa política tem sido apelidada de *wolf warrior diplomacy*, ou “diplomacia do guerreiro lobo,”¹⁵ e vem sendo exercitada, sobretudo, pelas mídias estatais chinesas e porta-vozes oficiais no exterior (Zhu, 2020; Westcott e Jiang, 2020; Wang, 2020). Diplomatas e porta-vozes têm buscado proativamente defender a China

11. De acordo com o *site* da Xinhua (Commentary..., 2020, tradução nossa), “o livro é compilado para mostrar a força da liderança do Partido Comunista da China (PCC) e do sistema socialista da China, bem como os esforços da China no fortalecimento da cooperação com a comunidade internacional para proteger conjuntamente a saúde pública global e regional”.

12. Médico chinês considerado a primeira pessoa a alertar o público sobre a pandemia de Covid-19.

13. Mais informações disponíveis em: <<https://www.bbc.com/news/world-asia-china-51409801>> e <<https://www.scmp.com/abacus/culture/article/3087608/coronavirus-doctors-last-social-media-post-draws-commemorations>>.

14. No caso, o significado de tal ideograma é a ideia de como manter a sociedade calma e tranquila por meio da transparência e das ações do governo.

15. O termo tem origem em dois *blockbusters* chineses intitulados *Wolf Warrior* e *Wolf Warrior II*, lançados, respectivamente, em 2015 e 2017. Tais filmes endossam o papel das Forças Armadas chinesas, People’s Liberation Army (PLA), que combatem inimigos em casa e no exterior para defender os interesses chineses.

contra os insultos ocidentais. Como exemplo disso, Hua Chunying¹⁶ e Zhao Lijian¹⁷, dois porta-vozes do governo, foram ao Twitter em diversos momentos para se opor às críticas externas a respeito da ação chinesa na contenção da pandemia dentro do país e da má qualidade dos equipamentos médicos exportados, além de contra-atacar as afirmações do governo de Donald Trump sobre a origem do vírus (Zhu, 2020; Wang, 2020).

Em 24 de maio de 2020, quando questionado a respeito da diplomacia mais assertiva da China desde 2019, sobretudo nos últimos meses, o ministro de Relações Exteriores, Wang Yi, afirmou à imprensa que “nunca escolhemos brigar ou intimidar os outros, mas, ao mesmo tempo, temos princípios e coragem”, e continuou dizendo que “certamente lutaremos contra qualquer calúnia para defender a honra e a dignidade nacional chinesa” (Those..., 2020, tradução nossa). A diplomacia do “lobo lutador” é uma resposta a como países ocidentais, especialmente os Estados Unidos, tratam a China e a sua população.

O governo chinês tem comprado anúncios em *sites* de notícias, como já o fez no passado, e em mídias sociais como Facebook e Instagram para promover a resposta chinesa à pandemia ou criticar o governo norte-americano e as acusações de Trump por meio da promoção de conteúdo produzido por Xinhua, CGTN e Global Times.¹⁸ Ademais, os jornais *The Wall Street* e *The New York Times* publicaram em junho notícias de que o Twitter Inc. removeu de sua plataforma social cerca de 174 mil contas rotuladas como falsas e operadas pelo governo chinês para divulgar narrativas sobre a Covid-19, os protestos de Hong Kong e outros tópicos.¹⁹

Com o objetivo de minimizar as opiniões negativas que têm sido veiculadas a seu respeito, a China tem buscado promover o seu *soft power* em paralelo com sua diplomacia assertiva. De acordo com Campbell e Doshi (2020), Xi Jinping compreende que o fornecimento de bens globais pode promover uma imagem positiva do país, além de o maior engajamento em iniciativas bilaterais e multilaterais também desenvolver sua legitimidade e liderança internacionalmente. O projeto da Nova Rota da Seda (Belt and Road Initiative – BRI), a criação de instituições internacionais como o Novo Banco de Desenvolvimento do BRICS, o Banco de Infraestrutura Asiática (Asian Infrastructure Investment Bank – AIIB), os Fóruns de Cooperação China-Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos (CELAC) e China-África, por exemplo, são iniciativas que estimulam esse maior engajamento e promoção externa do país.

A BRI, inclusive, tem sido seu maior empreendimento econômico e político, impulsionando não somente a projeção econômica do ponto de vista logístico, mas também tem promovido desdobramentos para as áreas de saúde, tecnologia, cultura, entre outras. Cabe destacar o que ficou conhecido a partir de 2016²⁰ como a Rota da Seda da Saúde, ou Health Silk Road (HSR), após um discurso de Xi Jinping no Uzbequistão.²¹ De acordo com Bing (2020), nos últimos anos, a HSR estava

16. Disponível em: <<https://twitter.com/spokespersonchn>>.

17. Disponível em: <<https://twitter.com/zlj517>>.

18. Ver mais em: <<https://www.telegraph.co.uk/technology/2020/04/05/china-floods-facebook-instagram-undeclared-coronavirus-propaganda/>>.

19. Ver mais em: <<https://www.wsj.com/articles/twitter-takes-down-chinese-government-linked-accounts-it-says-pushed-propaganda-11591909280>> e <<https://www.nytimes.com/2020/06/11/technology/twitter-chinese-misinformation.html>>.

20. A HSR foi definida em um documento preparado pelas autoridades de saúde da China em 2015, no qual era apresentada uma proposta de três anos (2015-2017) para promover a BRI por meio da cooperação no setor de saúde (Bing, 2020).

21. No Fórum da BRI de 2017, a China assinou com a OMS, a United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS) e outros trinta países o *Beijing Communique of the Belt and Road Health Cooperation and Health Silk Road*, em que expressam a necessidade de cooperação na área de saúde por meio de trocas, treinamentos, monitoramentos e investimentos em saúde e outros.

progredindo, mesmo que de forma lenta, e a cooperação estava sendo estimulada em diversos fóruns regionais, como o China-ASEAN Health Cooperation Forum e o China-Arab Health Cooperation Forum, e em programas de treinamento como o China-ASEAN Human Resources Training Program of Health Silk Road. Em 16 de março de 2020, a HSR foi retomada quando, em uma conversa telefônica com o primeiro-ministro da Itália, Xi Jinping abordou a ideia de trabalhar com o país europeu para construir a HSR (Lancaster, Rubin e Rapp-Hooper, 2020).

De fato, as relações sino-italianas, quando a crise assolava a região e notícias sobre a situação emergencial do país tornaram-se corriqueiras, foram estimuladas, uma vez que o país asiático investiu em uma ampla campanha de envio de assistência médica para os italianos (Lancaster, Rubin e Rapp-Hooper, 2020). Afinal, como argumentam Campbell e Doshi (2020), quando nenhum Estado europeu respondeu ao apelo urgente da Itália por equipamentos médicos e de proteção, a China se comprometeu publicamente a enviar 1 mil ventiladores, 2 milhões de máscaras, 100 mil respiradores, 20 mil roupas de proteção e 50 mil *kits* de teste.

Além disso, a China enviou suprimentos, máscaras e equipes médicas a diversos países do mundo com o objetivo de conter a pandemia, o que motivou muitos analistas a apontar a consolidação do *soft power* chinês. Isso deve-se ao fato de que a China possui larga vantagem em promover assistência, uma vez que muito do que o mundo precisa para combater o coronavírus é fabricado no país – máscaras, respiradores e ingredientes farmacêuticos para a produção de medicamentos (Campbell e Doshi, 2020). Nota-se ainda a especial atenção dada à África pelo governo chinês. Na 73ª Assembleia Mundial de Saúde, Xi Jinping declarou que a comunidade internacional deveria prestar maior assistência aos países em desenvolvimento, em especial aos países africanos (FMPRC, 2020).

A China vem cooperando tanto do ponto de vista bilateral como por meio das instituições multilaterais, mesmo em um ambiente em que se observam a crise do multilateralismo e o crescente unilateralismo norte-americano. Referente ao último ponto, os Estados Unidos foram acusados de roubo de equipamentos que estavam destinados a outros países²² e têm constantemente criticado instituições internacionais multilaterais. Em 29 de maio de 2020, por exemplo, Donald Trump anunciou o rompimento de seu país com a OMS, determinando a realocação do financiamento antes destinado ao órgão para outras iniciativas e criticando uma suposta subordinação da instituição à China.²³ Ademais, enquanto os Estados Unidos foram acusados de oferecer uma grande quantia a uma empresa alemã pelo acesso exclusivo da vacina,²⁴ Xi Jinping afirmou, também na 73ª Assembleia Mundial de Saúde, que “o desenvolvimento e a implantação de vacinas para Covid-19 na China, quando disponíveis, tornar-se-ão um bem público global, que será a contribuição da China para garantir o acesso e a acessibilidade da vacina nos países em desenvolvimento” (FMPRC, 2020, tradução nossa).

Por fim, diante das diversas iniciativas de *soft power* adotadas pela China na direção do aumento de sua legitimidade política por meio do controle sobre as narrativas internacionais a seu respeito, estaria a imagem do país asiático alcançando as audiências internacionais e gerando percepções positivas? Existem efeitos diferentes em como a mensagem e a atuação diplomática chinesa são interpretadas quando comparamos o Sul e o Norte Global? Apesar de ainda ser cedo para observar

22. Ver mais em: <<https://www.bbc.com/news/world-52161995>>.

23. Ver mais em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/29/trump-diz-que-esta-encerrando-relacoes-com-a-oms-e-faz-criticas-a-china.ghml>> e <<https://edition.cnn.com/2020/05/19/us/trump-who-funding-threat-explainer-intl/index.html>>.

24. Ver mais em: <<https://www.theguardian.com/us-news/2020/mar/15/trump-offers-large-sums-for-exclusive-access-to-coronavirus-vaccine>>.

os efeitos finais de todo esse processo conjuntural, é importante elucidar alguns pontos que podem fornecer pistas acerca das percepções da China no pós-pandemia.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E PROPOSIÇÕES DE PESQUISAS FUTURAS

Em termos de conclusão, podemos apontar primeiro que, a partir de 2008, a China tomou ciência do impacto que a disseminação de narrativas internacionais pode ter para minar a legitimidade de um Estado e de seu governo. Consequentemente, os líderes chineses renovaram sua atenção para a importância dos mecanismos de *soft power* para a construção de um “poder internacional compreensivo”,²⁵ ou seja, que fosse além dos tradicionais âmbitos econômico e militar. Desde então, o PCC fez da construção de um moderno e amplo aparato midiático uma política estratégica, a ponto de atualmente as mídias chinesas de fato possuírem cobertura global e a disputa pelo controle das narrativas internacionais entre China e Ocidente se acirrar como nunca antes. Foi nesse contexto que o coronavírus tomou o globo.

Diante da contemporaneidade do assunto aqui tratado, seria imprudente fazermos qualquer previsão ou afirmação que seja mais que meramente tentativa com relação aos efeitos das políticas de *soft power* chinesas, específicas ao período pandêmico, no mundo pós- crise. Sendo assim, consideramos que o coronavírus pode estar servindo como um multiplicador de algumas tendências prévias à pandemia no que toca à questão da imagem internacional da China e a sua busca pelo controle das narrativas. Ao passo que a crise foi multiplicando discursos em relação à China (positivos e negativos), esse Estado também aumentou seus esforços no campo do *soft power* a fim de neutralizar críticas e difundir narrativas elogiosas sobre si. Contudo, reforçamos que mais estudos precisam ser feitos para corroborar e validar definitivamente tal conclusão. Independentemente disso, afirmamos que de acordo com a hipótese proposta houve sim uma transformação das estratégias chinesas de promoção de seu *soft power* durante a pandemia, assim como a diplomacia chinesa realmente passou a ser mais assertiva em defesa da sua imagem e das narrativas a seu respeito.

Além disso, esclarecemos como as políticas de *soft power* podem ser operadas pelos Estados em seus esforços de construção de imagem e legitimidade no ambiente internacional. Acreditamos que esse aumento do entendimento sobre as ações estatais pode ser estimulante para pesquisadores que estejam interessados em estudar iniciativas de poder brando. Logo, apontamos alguns caminhos que ainda precisam ser explorados com o objetivo de incrementar nosso conhecimento acerca dos efeitos e das consequências da pandemia sobre o sistema internacional, sobre as relações interestatais e sobre a China.

A questão da avaliação do impacto das políticas de *soft power* dos Estados uns sobre os outros ainda é de difícil definição – cabe colocar o problema da capacidade de essas políticas superarem estereótipos históricos fortemente arraigados no imaginário coletivo das sociedades. As diversas ações racistas e xenófobas que começaram a ocorrer logo nos primeiros momentos de proliferação do coronavírus são ilustrativas desse questionamento. Notícias nas mais diversas mídias internacionais apresentam casos de xenofobia nos Estados Unidos contra a comunidade de descendentes asiáticos por meio de agressão verbal e física;²⁶ casos esses que não ficaram restritos somente ao território norte-americano,

25. Para mais informações sobre “poder compreensivo”, ver Shambaugh (2013).

26. Ver mais em: <<https://www.nytimes.com/2020/04/16/world/asia/coronavirus-china-nationalism.html>>.

tendo ocorrido também na França,²⁷ no Reino Unido,²⁸ na Coreia do Sul,²⁹ no Japão,³⁰ na Suécia,³¹ entre outros. Além disso, discursos xenófobos também aparecem nas redes sociais.³² O centro de denúncia chamado Stop AAPI Hate nos Estados Unidos afirmou ter recebido 2.066 denúncias de incidentes de racismo, discursos de ódio, discriminação e ataques físicos contra asiáticos e asiáticos-americanos de 19 de março a 3 de junho de 2020 (Borja *et al.*, 2020).

Ainda é preciso, inclusive, observar os efeitos da pandemia e da disputa de narrativas entre China e Estados Unidos a respeito da origem do vírus, nas relações sino-americanas. Deve-se observar também que as relações entre os países têm se deteriorado diante da guerra comercial e tecnológica e da recente proibição de aplicativos chineses (TikTok e WeChat) em território nacional dos Estados Unidos.³³ Além disso, o governo norte-americano também vem adotando sanções contra as autoridades de Hong Kong em razão da lei de segurança imposta por Pequim à antiga colônia britânica. Recentemente, o Departamento do Tesouro anunciou o congelamento dos bens americanos de autoridades chinesas, e os Estados Unidos foram acusados pela China de semear a desordem e o sentimento anti-China.³⁴ Ressalta-se que, no caso das questões de Hong Kong, o governo chinês tem sido criticado por diversos países (Reino Unido, Austrália e outros),³⁵ o que vem afetando a sua imagem internacionalmente.

Ainda, é preciso que trabalhos futuros debatam acerca das mudanças nas percepções de lideranças assim como da opinião pública, quem deve ser o alvo prioritário de influência, quais métodos são utilizados e em que contextos. Canadá e Japão, por exemplo, costumavam registrar altas taxas de desaprovação pública em relação à China mesmo antes da pandemia,³⁶ contudo, seus governos demonstraram cautela em recriminar demasiadamente o governo chinês pela pandemia, em virtude da capacidade chinesa de auxiliar no combate ao coronavírus com o envio de mantimentos, respiradores e equipamentos médicos. Recentemente, Justin Trudeau, primeiro-ministro canadense, quando questionado por que estaria sendo cuidadoso ao falar sobre a China em discursos oficiais, respondeu afirmando sobre a importância de trabalhar com outros países a fim de obter equipamentos de proteção essenciais.³⁷

Ademais, é importante ressaltar e observar possíveis diferenças entre as percepções dos países centrais e dos periféricos, na medida em que a constituição social e política nesses espaços é diversa, assim como as pressões a que eles estão sujeitos, o que faz as estratégias estatais e seus efeitos também serem diferentes. Assim, um trabalho que reflita a respeito da relação entre os investimentos econômicos chineses na África e a construção de percepções acerca da China é imperioso. Nos últimos anos, a projeção econômica chinesa para a África tem crescido, e com ela casos de xenofobia contra nacionais

27. Ver mais em: <<https://www.bbc.com/news/world-europe-51294305>>.

28. Ver mais em: <<https://www.bbc.com/news/uk-england-london-51771355>>.

29. Ver mais em: <<https://asia.nikkei.com/Spotlight/Coronavirus/Hate-China-virus-puts-South-Korea-s-Moon-under-pressure>>.

30. Ver mais em: <<https://www.japantimes.co.jp/news/2020/02/10/national/discrimination-japan-rise-coronavirus-fears/#.XwyvKChKjb1>>.

31. Ver mais em: <<https://sverigesradio.se/artikel/7404778>>.

32. Ver mais em: <<https://www.aljazeera.com/news/2020/04/anti-asian-hate-continues-spread-online-covid-19-pandemic-200405063015286.html>>.

33. Ver mais em: <<https://www.wsj.com/articles/trumps-moves-against-china-driven-by-security-concerns-navarro-says-11596820246>>.

34. Ver mais em: <<https://www.ft.com/content/6822dfd-8cb8-494d-9a89-c6ee29a345d4>> e <<https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/mundo/tens%C3%A3o-entre-eua-e-china-se-agrava-por-san%C3%A7%C3%B5es-contra-autoridades-em-hong-kong-1.462285>>.

35. Ver mais em: <<https://www.scmp.com/news/china/article/3092075/uk-politicians-urge-use-human-rights-sanctions-chinese-hong-kong>> e <<https://www.afr.com/world/asia/australia-condemns-hong-kong-security-laws-but-says-no-china-sanctions-20200529-p54xm3>>.

36. Ver mais em: <<https://www.pewresearch.org/global/2019/12/05/attitudes-toward-china-2019/>>.

37. Ver mais em: <<https://www.theglobeandmail.com/canada/article-trudeau-defends-beijing-envoy-says-its-totally-normal-to-question/>>.

chineses têm se multiplicado; no entanto, as lideranças do continente continuam demonstrando boa vontade e simpatia para com as autoridades do país asiático.

Por fim, ainda é necessário detalhar até que ponto o tom diplomático mais assertivo característico da “diplomacia do lobo lutador” não poderia surtir efeito contrário ao desejado pelos chineses, ou seja, em vez de elevar a reputação internacional do país, prejudicá-la, minando, assim, sua legitimidade internacional e, conseqüentemente, sua capacidade de persuadir outros, como argumentou o embaixador canadense na China, Dominic Barton.³⁸ Seria fácil (como já está ocorrendo) para a mídia ocidental relacionar esse aumento de assertividade diplomática chinesa a um intrínseco autoritarismo do sistema político do país e logo construir uma narrativa do PCC como um governo opressor e dos chineses como um povo destituído de liberdade.

Visto isso, esses são apenas alguns temas e caminhos para pesquisas futuras que podem contribuir para o nosso entendimento sobre como a pandemia global alterou as relações internacionais e mais especificamente sobre como se operou a estratégia chinesa no que toca a sua busca por legitimidade internacional e por poder durante este momento de crise sistêmica. É certo que para continuar seu desenvolvimento e alcançar seus objetivos estratégicos a China deverá investir cada vez mais em sua capacidade de convencimento, de maneira a criar um sistema internacional mais acomodativo aos seus interesses ao mesmo tempo que evita a confrontação militar com a potência hegemônica. Dessa forma, os temas relacionados às políticas de *soft power* permanecerão como um nicho relevante dentro do campo de estudos sobre poder e China.

REFERÊNCIAS

- BAIJIE, A. Xi: spreading China's story key mission. **China Daily**, 23 Aug. 2018. Disponível em: <<http://www.chinadaily.com.cn/a/201808/23/WS5b7de976a310add14f387392.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- BING, N. C. COVID-19 speeds up China's 'Health Silk Road'. **East Asia Forum**, 26 May 2020. Disponível em: <<https://www.eastasiaforum.org/2020/05/26/covid-19-speeds-up-chinas-health-silk-road/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- BORJA, M. *et al.* Anti-Chinese rhetoric tied to racism against Asian Americans Stop AAPI Hate report. **Asian Pacific Policy and Planning Council**, 2020. Disponível em: <http://www.asianpacificpolicyandplanningcouncil.org/wp-content/uploads/Anti-China_Rhetoric_Report_6_17_20.pdf>. Acesso em: 9 jun. 2020.
- CAMPBELL, K.; DOSHI, R. The coronavirus could reshape global order. **Foreign Affairs**, 18 March 2020. Disponível em: <<https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2020-03-18/coronavirus-could-reshape-global-order>>.
- COMMENTARY: China's endeavors help world heal pandemic pain. **Xinhua**, 8 June 2020. Disponível em: <http://www.xinhuanet.com/english/2020-06/08/c_139123725.htm>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CULL, N. J. Public diplomacy: taxonomies and histories. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, v. 616, n. 1, p. 31-54, 2008.
- EDNEY, K. **The globalization of Chinese propaganda: international power and domestic cohesion**. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

38. Ver mais em: <<https://www.theglobeandmail.com/canada/article-trudeau-defends-beijing-envoy-says-its-totally-normal-to-question/>>.

FMPRC – MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS OF THE PEOPLE’S REPUBLIC OF CHINA. **Fighting COVID-19 through solidarity and cooperation: building a global community of health for all 2020.** Beijing: FMPRC, 2020. Disponível em: <https://www.fmprc.gov.cn/mfa_eng/zxxx_662805/t1780221.shtml>. Acesso em: 10 jul. 2020.

HORNUNG, J. W. Don’t be fooled by China’s mask diplomacy. **Rand Corporation**, 2020. Disponível em: <<https://www.rand.org/blog/2020/05/dont-be-fooled-by-chinas-mask-diplomacy.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

KURLANTZICK, J. China’s latin leap forward. **World Policy Journal**, Durham, 2006.

_____. **Charm offensive: how China’s soft power is transforming the world.** New York: Yale University Press, 2007.

LANCASTER, K.; RUBIN, M.; RAPP-HOOPER, M. Mapping China’s Health Silk Road. **Council of Foreign Relations**, 2020. Disponível em: <<https://www.cfr.org/blog/mapping-chinas-health-silk-road>>. Acesso em: 10 jul.2020.

LI, H.; MUSIITWA, J. ‘Coronavirus diplomacy’: China’s opportune time to aid Africa. **The Africa Report**, 24 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.theafricareport.com/26750/coronavirus-diplomacy-chinas-opportune-time-to-aid-africa/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

NYE, J. S. **O futuro do poder.** São Paulo: Benvirá, 2012.

PEOPLE’S DAILY. 战疫中国策, 2020. Disponível em: <<http://politics.people.com.cn/GB/8198/432321/index.html?showcase-show=0&showcase-show=6&showcase-show=8&showcase-show=8&showcase-show=7#page>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

SHAMBAUGH, D. **China goes global: the partial power.** United Kingdom: Oxford University Press, 2013.

THOSE labeling China hegemonic are those refusing to relinquish hegemony: FM. **Xinhua**, 24 May 2020. Disponível em: <http://www.xinhuanet.com/english/2020-05/24/c_139084428.htm>. Acesso em: 10 jul. 2020.

THUSSU, D. K.; BURGH, H. de; SHI, A. Introduction. *In*: _____. **China’s media go global** (internationalizing media studies). London: Routledge, 2018. (E-book).

WANG, W. West feels challenged by China’s new ‘Wolf Warrior’ diplomacy. **Global Times**, 16 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.globaltimes.cn/content/1185776.shtml>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

WESTCOTT, B.; JIANG, S. China is embracing a new brand of foreign policy. Here’s what wolf warrior diplomacy means. **CNN**, 28 May 2020. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2020/05/28/asia/china-wolf-warrior-diplomacy-intl-hnk/index.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

WONG, B. China’s mask diplomacy. **The Diplomat**, 25 Mar. 2020. Disponível em: <<https://thediplomat.com/2020/03/chinas-mask-diplomacy/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

XI EYES more enabling international environment for China’s peaceful development. **Xinhua**, 30 Nov. 2014. Disponível em: <<http://en.people.cn/n/2014/1130/c90883-8815967-3.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

YANG, S. Soft power and the strategic context for China’s ‘media going global’ policy. *In*: THUSSU, D. K.; BURGH, H. de; SHI, A. **China’s media go global** (internationalizing media studies). London: Routledge, 2018. (E-book).

ZHAO, S. China’s power from a Chinese perspective (I): a developing country versus a great power. *In*: CHUNG, J. **Assessing China’s power.** United Kingdom: Palgrave Macmillian, 2015. p. 251-270.

ZHU, Z. Interpreting China’s ‘wolf-warrior diplomacy’. What explains the sharper tone to China’s overseas conduct recently? **The Diplomat**, 15 May 2020. Disponível em: <<https://thediplomat.com/2020/05/interpreting-chinas-wolf-warrior-diplomacy/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- CHASE, S.; VANDERKLIPE, N. Trudeau defends China envoy, says it's "totally normal" to question Beijing's conduct. **The Globe and Mail**, 13 May 2020. Disponível em: <<https://www.theglobeandmail.com/canada/article-trudeau-defends-beijing-envoy-says-its-totally-normal-to-question/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CHINA to develop culture into pillar industry by 2020. **China Daily**, 9 May 2017. Disponível em: <https://www.chinadaily.com.cn/culture/2017-05/09/content_29267046.htm>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CHINESE in Sweden report increased stigmatisation since corona virus outbreak. **Radio Sweden**, 10 Feb. 2020. Disponível em: <<https://sverigesradio.se/artikel/7404778>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CONGER, K. Twitter removes Chinese disinformation campaign. **The New York Times**, 11 Jun. 2020. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/06/11/technology/twitter-chinese-misinformation.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CORONAVIRUS: French Asians hit back at racism with "I'm not a virus". **BBC News**, 29 Jan. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-europe-51294305>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CORONAVIRUS: teens arrested over "racially aggravated" attack. **BBC News**, 6 Mar. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/uk-england-london-51771355>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- CORONAVIRUS: US accused of "piracy" over mask "confiscation". **BBC News**, 4 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-52161995>>. Acesso em: 10 jun. 2020.
- DODDS, L. China floods Facebook with undeclared coronavirus propaganda ads blaming Trump. **Telegraph**, 5 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.telegraph.co.uk/technology/2020/04/05/china-floods-facebook-instagram-undeclared-coronavirus-propaganda/>>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- HU URGES enhancing "soft power" of Chinese culture. **China Daily**, 15 Oct. 2007. Disponível em: <https://www.chinadaily.com.cn/china/2007-10/15/content_6226620.htm>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- LAU, S. UK politicians urge use of sanctions on Chinese, Hong Kong official. **SCMP**, 7 Jul. 2020. Disponível em: <<https://www.scmp.com/news/china/article/3092075/uk-politicians-urge-use-human-rights-sanctions-chinese-hong-kong>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- LEARY, A.; MICHAEL, B. Security concerns, anger over coronavirus fuel Trump moves against Chinese app. **The Wall Street Journal**, 7 Aug. 2020. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/trumps-moves-against-china-driven-by-security-concerns-navarro-says-11596820246>>. Acesso em: 20 ago. 2020.
- LI, M. **The rise of China and the demise of the capitalist world economy**. New York: Monthly Review Press, 2009.
- LI WENLIANG: coronavirus death of Wuhan doctor sparks anger. **BBC News**, 7 Feb. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-asia-china-51409801>>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- MACGUIRE, E. Anti-Asian hate continues to spread online amid Covid-19 pandemic. **Al Jazeera**, 5 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.aljazeera.com/news/2020/04/05/anti-asian-hate-continues-to-spread-online-amid-covid-19-pandemic/>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- MCMILLAN, R. Twitter takes down Chinese government-linked accounts it says pushed propaganda. **The Wall Street Journal**, 11 Jun. 2020. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/twitter-takes-down-chinese-government-linked-accounts-it-says-pushed-propaganda-11591909280>>. Acesso em: 10 jul. 2020.
- MEALE, D. L. V de. Xi Jinping and the Sino-Latin American relations in the 21st century: facing the beginning of a new phase? **Journal of China and International Relations**, v. 5, n. 1, 2017.
- NIGERIANS sue China for \$200B over coronavirus pandemic. **Anadolu Agency**, 7 July 2020. Disponível em: <<https://www.aa.com.tr/en/africa/nigerians-sue-china-for-200b-over-coronavirus-pandemic/1902797>>. Acesso em: 15 jul. 2020.

OSUMI, M. Discrimination in Japan on the rise as coronavirus fears grow. **Japan Times**, 10 Feb. 2020. Disponível em: <<https://www.japantimes.co.jp/news/2020/02/10/national/discrimination-japan-rise-coronavirus-fears/#.XwyvKChKjb1>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

OTTERMANN, P. Trump “offers large sums” for exclusive US access to coronavirus vaccine. **The Guardian**, 15 Mar. 2020. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/us-news/2020/mar/15/trump-offers-large-sums-for-exclusive-access-to-coronavirus-vaccine>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

PICHETA, R.; YEUNG, J. Trump announced the US will pull out of the WHO. What does that actually mean? **CNN**, 30 May 2020. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2020/05/19/us/trump-who-funding-threat-explainer-intl/index.html>>. Acesso em: 10 out. 2020.

SHAMBAUGH, D. China’s propaganda system: institutions, processes and efficacy. **The China Journal**, n. 57, p. 25-58, Jan. 2007. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/20066240>>.

SHEN, X. Coronavirus doctor’s last social media post draws commemorations of Tiananmen crackdown. **SCMP**, 4 Jun. 2020. Disponível em: <<https://www.scmp.com/abacus/culture/article/3087608/coronavirus-doctors-last-social-media-post-draws-commemorations>>. Acesso em: 20 jul. 2020.

SMITH, M.; MCLLROY, T. Australia condemns Hong Kong security laws but says no China sanctions. **Financial Review**, 29 May. 2020. Disponível em: <<https://www.afr.com/world/asia/australia-condemns-hong-kong-security-laws-but-says-no-china-sanctions-20200529-p54xm3>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

SUZUKI, S. “Hate China virus” puts South Korea’s Moon under pressure. **Nikkei Asia Review**, 10 Feb. 2020. Disponível em: <<https://asia.nikkei.com/Spotlight/Coronavirus/Hate-China-virus-puts-South-Korea-s-Moon-under-pressure>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

TENSÃO entre EUA e China se agrava por sanções contra autoridades em Hong Kong. **Correio do Povo**, 8 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/mundo/tens%C3%A3o-entre-eua-e-china-se-agrava-por-san%C3%A7%C3%B5es-contra-autoridades-em-hong-kong-1.462285>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

TRUMP escalates anti-China campaign with Hong Kong sanctions. **Financial Times**, 8 Aug. 2020. Disponível em: <<https://www.ft.com/content/6822dfd-8cb8-494d-9a89-c6ee29a345d4>>. Acesso em: 10 ago. 2020.

TRUMP rompe com OMS e acusa China de ser responsável por “sofrimento no mundo”. **G1**, 29 maio 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/29/trump-diz-que-esta-encerrando-relacoes-com-a-oms-e-faz-criticas-a-china.ghtml>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

VEGA, P. Residents of Mexicali’s Chinatown face prejudice, blow to culture with coronavirus. **Los Angeles Times**, 17 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.latimes.com/california/story/2020-04-17/residents-of-mexicalis-chinatownface-prejudice-blow-to-culture-with-coronavirus>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

WANG, J. Introduction: China’s search of soft power. **Soft power in China: public diplomacy through communication**. New York: Palgrave Macmillan, 2011.

WANG, V.; QIN, A. As coronavirus fades in China, nationalism and xenophobia flare. **The New York Times**, 20 Apr. 2020. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2020/04/16/world/asia/coronavirus-china-nationalism.html>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

WHO – WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO statement on novel coronavirus in Thailand. **WHO News Release**, 13 Jan. 2020. Disponível em: <<https://www.who.int/news-room/detail/13-01-2020-who-statement-on-novel-coronavirus-in-thailand>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

