



Pesquisar a comunicação da China com a América Latina

Pablo Sebastian **Morales** [autor 1]; P.S.Morales@lse.ac.uk;
Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science,
Londres (Reino Unido).

Resumo

Na América Latina a maioria dos meios de comunicação não dispõe de recursos para enviar correspondentes à China. Por isso, as agências internacionais de notícias são uma das fontes principais de informação. Para mudar essa situação, a diplomacia pública tem se tornado uma das prioridades para a China. O objetivo é melhorar sua reputação internacional, espalhar sua cultura e criar *soft power*. Este artigo examina a evolução da estratégia internacional da China em matéria de comunicação e propõe uma série de linhas de pesquisa sobre o impacto da presença da China na América Latina. Este estudo visa contribuir para a crescente literatura sobre a diplomacia pública chinesa na América Latina e pretende estender um convite para mais pesquisadores da região prestarem atenção a este fenômeno. A primeira parte examina a pesquisa empírica existente e avalia as limitações da abordagem tradicional da China atingir a região por meio da mídia impressa e a radiodifusão. A segunda parte foca na diversificação dessa estratégia nos últimos anos e analisa as dinâmicas de cooperação entre veículos chineses e latino-americanos. A dinâmica de cooperação a través de parcerias não só ajuda a China ganhar mais plataformas para atingir maior número de pessoas, mas também fornece um maior controle sobre o jeito do país ser apresentado ao público latino-americano. Ao mesmo tempo, os parceiros latino-americanos se beneficiam com um maior acesso a informações e notícias da China, o que lhes permite mostrar uma imagem da China além da das agências internacionais de notícias.

Palavras-chave

Comunicação internacional; Diplomacia pública; Jornalismo; Imagem nacional; Coproduções



GRUPO DE ESTUDOS
BRASIL CHINA UNICAMP & UFABC

ANAIS

7º SEMINÁRIO PESQUISAR CHINA CONTEMPORÂNEA

24, 25 e 26 de outubro de 2023
Evento híbrido

Agência(s) de fomento

UK Research and Innovation

Principais referências

- Camoça, A., & Araújo, M. (2021). Desocidentalizando a Imagem Sobre a China: Um Olhar Sobre O Contra-Fluxo Midiático Chinês No Brasil. *Intus-Legere Historia*, 15(1), Article 1.
- Guo, C. (2017). La imagen de China en América Latina en el siglo XXI. *Orientando: Temas de Asia Oriental, Sociedad, Cultura y Economía*, 14, 11–44.
- Morales, P. S. (2018). Could Chinese News Channels Have a Future in Latin America? *Wesminster Papers in Communication and Culture*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.16997/wpcc.276>
- Morales, P. S. (2022). China's Communication Strategy in Latin America: From External Actor to Close Partner. In X. Zhang & C. Schultz (Eds.), *China's International Communication and Relationship Building*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003254157>
- Morales, P. S., & Menechelli, P. (2023). Mundo China: The media partnership reframing China's image in Brazil. *International Communication Gazette*, 85(1). <https://doi.org/10.1177/17480485221139465>

