

La imagen china en los reportajes chilenos sobre el COVID-19. Un estudio basado en el corpus lingüístico y análisis crítico del discurso

*The Chinese image in chilean reports on COVID-19. A study based
on the linguistic corpus and critical discourse analysis*
<https://doi.org/10.61820/s.2683-3301.v7n14.192>

Chen Zhi 

Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái, Shanghái, China
liriachen@shisu.edu.cn

Natalia Fernández Díaz 

Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España
nataliafdezdiaz@yahoo.es

Han Xu 

Universidad de Estudios Internacionales de Shanghái, Shanghái, China
cool_0124@163.com

Original recibido: 06/03/2025
Dictamen enviado: 09/06/2025
Aceptado: 21/07/2025

Resumen

El presente artículo indaga, dentro del Modelo Tridimensional del Discurso de Fairclough (1992), la imagen nacional de China creada por los principales medios de comunicación de Chile a través de un corpus lingüístico autoconstruido. Mediante la descripción y el análisis de las palabras más frecuentemente usadas, este artículo se propone descubrir cuál es la imagen china creada en los medios chilenos y cómo juegan un papel subyacente los elementos políticos, económicos, culturales e ideológicos en la construcción de la imagen nacional china.

Palabras clave: imagen nacional de China, medios de comunicación de Chile, Modelo Tridimensional del Discurso

Abstract

Based on the Three-dimensional Model of Discourse of Fairclough Theory (1992) and a self-built corpus, the present work aims to investigate the national image of China

Esta obra está bajo una Licencia CC BY-NC-SA 4.0.



created by Chilean mainstream media through their reports about the development of the COVID-19 epidemic in China. In addition, this paper attempt to explore the roles political, economic, and cultural factors play in this situation, as well as other elements - including the ideology behind the construction of China's image.

Keywords: *Chilean media, national image of China, Three-dimensional Model of Discourse*

Introducción

La imagen nacional es un tema bastante recurrente en China. De hecho, es en este país en el que se ha desarrollado en mayor medida. Se ven investigaciones en el ámbito internacional como la de Schulz (2002) que se centra en la imagen nacional (en su caso la alemana) en el mundo de los negocios internacionales y destaca un fuerte componente identitario. Pero, en comparación con el mundo occidental donde el individualismo adquiere más peso en los tratos sociales y relaciones interpersonales, China, o Asia, en un sentido más amplio, presta más atención a la relación entre la gente y la nación. De ahí se deduce que a los chinos nos preocupe más la imagen nacional, o sea, esa proyección que se refleja en la mente de otros pueblos. Como concepto, la imagen nacional se refiere a la percepción de un pueblo sobre su propio país, así como la percepción sobre él de otros lugares y/o instituciones de la comunidad internacional. Este fenómeno, que emerge sobre todo en los antiguos países comunistas, aunque no exclusivamente, pone en relieve la reputación nacional, la competitividad económica, el poder blando (del que hablaremos más adelante) y la política de la identidad (Eggeling, 2020). Dicha imagen cuenta, por lo tanto, con una dualidad inseparable, es decir, no solo abarca la identificación de uno mismo sino también la percepción de los demás (Zhang, 2017). Según Hu y Tian (2018), la construcción de la imagen nacional se divide en dos aspectos: la auto construcción y la identificación ajena. Ambos señalan la imagen nacional creada por la ciudadanía, los medios, organizaciones y gobiernos mediante el uso de símbolos; aunque el primero se centra en la perspectiva del propio país y el segundo, por la de otros. Además, la imagen nacional es una parte indispensable del poder blando de un Estado y se ha convertido en un factor determinante del Poder Nacional Integral, a la par de la política, la economía, el poder militar, la ciencia y la tecnología, la educación, la cultura, entre otros (Xie y Wang, 2018). De esta manera, es fundamental para cualquier país la construcción de una buena imagen nacional.

En los últimos años, China ha hecho muchos esfuerzos por difundir una imagen positiva hacia el extranjero; sin embargo, la identificación ajena de la imagen nacional china no es homogénea. Entendemos que el público de un país, restrin-

gido por el tiempo y el espacio, en la mayoría de los casos, conoce otro país a través de los reportajes de los medios de comunicación (Fowler, 1991; Gans, 2004; Tuchman, 2013). Por lo tanto, consideramos oportuno hacer una interpretación sistemática desde el punto de vista del análisis crítico del discurso para indagar qué lenguaje se usa y por qué se usa a la hora de abordar temas chinos.

El brote del COVID-19 en 2020 afectó a más de 200 países y regiones de todo el mundo. Muchos medios de comunicación extranjeros informaron sobre la expansión de la pandemia en su país y, en este proceso, fue difícil pasar por alto China. En estas circunstancias, el estudio de la imagen china creada en los medios extranjeros se ha convertido en un tema relevante.

Según Wang y Wei (2021), América Latina es una pieza indispensable de la “Iniciativa de La Franja y la Ruta” en términos históricos, políticos, económicos y culturales. Esta iniciativa es una estrategia de desarrollo de infraestructura global y cooperación internacional propuesta por Xi Jinping, presidente de la República Popular China. Plantea un nuevo concepto para las relaciones internacionales basado en la idea de “negociar, construir y compartir juntos”, a partir del libre comercio entre naciones, con el fin de crear un nuevo orden internacional, tomando como modelo las relaciones establecidas entre Oriente y Occidente en la era de la histórica Ruta de la Seda. La cooperación entre China y América Latina a largo plazo cobra vital importancia para el desarrollo de ambas partes. Por lo tanto, si bien esta fue la última región en incorporarse en el proyecto, llegó a ser uno de los territorios con mayor colaboración con China. De este modo, construir y mantener una buena imagen nacional de China en América Latina, socio estratégico del país asiático, determina la creación de más proyectos y más causas en común.

El foco de nuestro estudio es Chile, que estableció relaciones diplomáticas con China el 15 de diciembre de 1970 y fue el primer país sudamericano en hacerlo. Ambos países siempre han mantenido buenas relaciones y sus líderes han intercambiado visitas en muchas ocasiones. Al final del año 1999, Chile fue la primera nación en apoyar a China para ingresar a la OMC. En noviembre de 2004, se estableció la Asociación de Cooperación Integral entre China y Chile, y en noviembre de 2005, ambos firmaron el Tratado de Libre Comercio, que se puso en práctica a partir del 1 de octubre de 2006. Este es el primer acuerdo de libre comercio firmado entre China y un país latinoamericano. En junio de 2012, las dos patrias establecieron una asociación estratégica y en noviembre de 2016, una estratégica integral. En vista de todo ello, es particularmente importante analizar la imagen china creada por los reportajes del COVID-19 en China emitidos por los principales medios chilenos.

En la base de datos de Factiva hemos recopilado 142 reportajes informativos e interpretativos, 112 provenientes de *El Mercurio* y 30 de *La Cuarta* (publicaciones representativas de la ideología de derecha y de izquierda respectivamente). Basado en estos reportajes, hemos construido un corpus al que aplicamos el Modelo Tridimensional del Discurso de Fairclough (1992) para llevar a cabo una investigación tanto cualitativa como cuantitativa. Lo anterior, se llevó a cabo para contestar las siguientes preguntas: ¿Qué imagen sobre China se ha construido en los principales medios chilenos a partir de esta crisis sanitaria? ¿Con qué lenguaje? ¿Cuáles son las razones subyacentes? Es esperable, entonces, que el posicionamiento ideológico de cada periódico determine diferencias sistemáticas en la representación de China.

Revisión bibliográfica

A medida que crece la globalización y con los cada vez más frecuentes intercambios y cooperaciones internacionales, la “imagen nacional” se ha convertido en un tema recurrente para el círculo intelectual chino. Una buena imagen nacional favorece la realización de muchas actividades, sobre todo en el ámbito de la política exterior de un país. Xu (1996) considera que la imagen nacional es algo presentado o creado en el flujo de noticias internacionales. Xie y Wang (2018) creen que la imagen nacional es parte del poder blando nacional.

En los últimos años, muchos profesionales y expertos chinos han estudiado “la imagen de China construida por otros” bajo el marco teórico del análisis crítico del discurso. Desde el estallido de la pandemia del COVID-19 se han realizado bastantes estudios sobre la imagen china que han presentado otros países en sus medios de comunicación. Jiang (2021) analiza la imagen de China creada en las noticias del *New York Times* sobre la pandemia en este país. Huang (2021) revisa todos los reportajes relacionados con China durante el brote de la pandemia en 2020 en los dos medios estadounidenses, *FOX News* y *CNN* para revelar cómo los principales medios estadounidenses presentaron su imagen. Además, hay investigadores que centraron sus miradas en otros países: Wang (2020) estudió los dos periódicos principales en Sudáfrica; Li y Zhang (2021) investigaron *Rossiyskaya Gazeta* de Rusia; Li y Liu (2021) analizaron el periódico *Le Monde* de Francia, entre otros. Es importante reseñar que los estudios de este tema, enfocados en América Latina, aún son escasos. Se ha de reconocer que son, principalmente, los investigadores chinos quienes se preocupan más por el tema, cosa lógica y fácil de entender.

En resumen, son relativamente pocos los estudios de la imagen nacional china creada y/o reflejada en los medios extranjeros desde la perspectiva de la pandemia del COVID-19, y América Latina aún es una tierra por explorar. Por ello, el

presente artículo estudia la imagen nacional china creada en los medios chilenos a través del estudio del corpus y el análisis crítico del discurso. Asimismo, intentamos hacer una investigación de manera objetiva y acceder a una verdadera imagen china en este país andino.

Marco teórico

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) se basa, principalmente, en la teoría de las tres metafunciones de Halliday y Matthiessen (2014) en la Lingüística Sistémico-Funcional (LSF), en la que el uso del lenguaje debe estar integrado en el entorno social. En los años 80, lingüistas como Fowler (1991) y otros propusieron formalmente el método del Análisis Crítico del Discurso, que establece la conexión entre el discurso y factores sociales, políticos, culturales, entre otros. Se utiliza principalmente para averiguar la función del lenguaje en la ideología, especialmente en las actividades sociales; es decir, cómo interactúan ideológicamente los discursos y las relaciones sociales de poder. Por un lado, indaga cómo el discurso construye y refleja la identidad individual y social y, por otro, cómo la clase dominante controla la ideología social a través del discurso, con el fin de mantener su posición de poder. Sobre esta base, Fairclough (1992) combinó la teoría social y el análisis del discurso, profundizó en el estudio de varios factores ambientales a nivel social como la política, la economía, la historia y la cultura, y creó el Modelo Tridimensional del Discurso. Esta teoría sostiene que los discursos también son una práctica social y deben ser interpretados desde tres dimensiones: el análisis del texto, las prácticas discursivas y las prácticas sociales. Fairclough denominó estas tres dimensiones como “descripción”, “interpretación” y “explicación”.

El análisis lingüístico del texto tiene el fin de describir la organización lingüística; el de las prácticas discursivas se usa para interpretar la relación entre los textos y su generación, difusión y recepción; el de las prácticas sociales se enfoca en explicar la relación entre la producción del discurso y la condición del entorno social. En ese sentido, el análisis crítico del discurso es un instrumento que explica de manera explícita las ideologías subyacentes a los discursos y los dispositivos retóricos y discursivos empleados para persuadir. De igual modo, implica identificar los supuestos, las contradicciones, los significados ocultos.

Existen varios enfoques en el Análisis Crítico del Discurso. Entre ellos, se destaca el Análisis Socio-cognitivo de van Dijk (2013), en el que se realiza el análisis del discurso basado en reportajes y noticias. Van Dijk opina que este modelo nos permite estudiar los textos en los medios de comunicación de una manera más explícita y sistemática, ya que en estos el autor siempre es propenso, consciente o

inconscientemente, de mostrar su inclinación ideológica. Mediante el ACD nos sería posible interpretar todo lo oculto y lo recóndito teniendo en consideración el entorno sociocultural.

Diseño de investigación

Corpus de investigación

Con la búsqueda de palabras clave como “China”, “Beijing”, “Wuhan”, “COVID-19”, “coronavirus”, “pandemia” y “epidemia” en la base de datos Factiva, hemos obtenido 710 reportajes elaborados por los dos principales periódicos chilenos, *El Mercurio* y *La Cuarta*, desde el 23 de enero de 2020 (cierre de Wuhan) hasta el 9 de diciembre de 2021 (inicio de la investigación). Una vez realizado el filtro de informaciones no relevantes, hemos construido un corpus lingüístico con 142 reportajes. La Tabla 1 muestra las informaciones concretas:

TABLA 1. RESULTADOS DE BÚSQUEDA EN AMBOS DIARIOS.

FUENTE	ARTÍCULOS ENCONTRADOS	ARTÍCULOS VÁLIDOS	TOKENS
<i>El Mercurio</i>	653	112	53112
<i>La Cuarta</i>	57	30	11113
Total	710	142	64225

Fundado en 1827, *El Mercurio* pertenece a los periódicos tradicionales de la derecha ideológica chilena y no solo es el primer periódico publicado en Chile sino también el primero en español en el mundo (Santa, 2013, p. 15). Según las estadísticas, su circulación semanal total ocupa el primer lugar en Chile con 130 000 ejemplares entre semana, 180 000 los sábados y 310 000 los domingos (Ministerio de Asuntos Exteriores de China, 2025). Por otro lado, *La Cuarta* fue fundada en 1984 y es uno de los pocos diarios de ideología izquierdista en Chile, en contraste con el diario *El Mercurio*. A pesar de que *La Cuarta* nació en la época post dictadura de Pinochet y tuvo un inicio tardío, fue muy bien recibido por las clases media y baja de Chile una vez que se fundó y su popularidad ha crecido rápidamente. Actualmente es uno de los integrantes de PAL (Periódicos Asociados Latinoamericanos) y posee una gran influencia en este país.

Durante la pandemia del COVID-19, ambos periódicos informaron sobre la situación sanitaria en China. Entre los 710 artículos encontrados tras la búsqueda inicial, seleccionamos un total de 142 artículos, incluidos 112 en *El Mercurio* y 30 en *La Cuarta*, con el mismo lapso y de similares temas y géneros textuales. Asimismo, hicimos la comparación de los dos periódicos por cada cien palabras para que los datos sean comparables.

Procedimiento de investigación

Seguimos la pauta de las tres dimensiones e hicimos la investigación desde las tres perspectivas: el análisis del texto, las prácticas discursivas y las prácticas sociales.

En la primera dimensión extraeremos por separado verbos y sustantivos de alta frecuencia en el listado de resultados. En general, los sustantivos de alta frecuencia expresan los temas u objetos que capturan la atención del hablante y los verbos pueden reflejar las acciones que se toman con respecto a un tema o sus actitudes hacia dicho asunto u objeto. Segundo, procedemos al análisis de las prácticas discursivas de los dos periódicos, enfocándonos en las fuentes de información y la manera de emitir los mensajes. Finalmente, analizaremos los factores sociales que contribuyen y condicionan la producción del discurso, tales como los factores ideológicos, económicos y culturales. Con todo ello intentamos esbozar la imagen nacional de China creada en los dos periódicos chilenos.

Resultados y discusión

Análisis del texto de los dos periódicos chilenos sobre la pandemia en China

Verbos de alta frecuencia

Usamos la herramienta AntConc4.0.3 para hacer un listado de frecuencias de *El Mercurio* y *La Cuarta* respectivamente, y capturamos los 20 verbos de alta frecuencia, como se muestra en la Tabla 2.

TABLA 2. PRIMEROS 20 VERBOS DE ALTA FRECUENCIA EN AMBOS DIARIOS.

No.	<i>El Mercurio</i>			<i>La Cuarta</i>		
	VERBOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)	VERBOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)
1	<i>es</i>	358	0.674	<i>es</i>	78	0.702
2	<i>está</i>	125	0.235	<i>está</i>	21	0.189
3	<i>son</i>	100	0.188	<i>hay</i>	20	0.180
4	<i>ser</i>	92	0.173	<i>dijo</i>	17	0.153
5	<i>dijo</i>	78	0.147	<i>están</i>	15	0.135
6	<i>están</i>	73	0.137	<i>ser</i>	13	0.117
7	<i>hay</i>	71	0.134	<i>son</i>	13	0.117
8	<i>fue</i>	68	0.128	<i>tiene</i>	12	0.108
9	<i>podría</i>	65	0.122	<i>puede</i>	11	0.099
10	<i>puede</i>	63	0.119	<i>agregó</i>	10	0.090
11	<i>tiene</i>	61	0.115	<i>podría</i>	8	0.072
12	<i>hace</i>	40	0.075	<i>detalló</i>	7	0.063
13	<i>fuleron</i>	37	0.070	<i>estaba</i>	7	0.063
14	<i>tener</i>	36	0.068	<i>fuleron</i>	7	0.063
15	<i>debe</i>	34	0.064	<i>indicó</i>	7	0.063
16	<i>dice</i>	33	0.062	<i>confirmó</i>	6	0.054

	VERBOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)	VERBOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)
17	<i>pueden</i>	33	0.062	<i>debe</i>	6	0.054
18	<i>hacer</i>	32	0.060	<i>detectar</i>	6	0.054
19	<i>haber</i>	31	0.058	<i>estar</i>	6	0.054
20	<i>había</i>	31	0.058	<i>hace</i>	6	0.054

A continuación, se analizan las líneas de concordancia de los verbos más usados en los dos periódicos distinguiendo entre verbos copulativos y verbos predicativos. De esta forma, nos es posible visualizar, a la vez, una gran cantidad de ejemplos de uso de una palabra y su contextualización, es decir, la palabra anterior y posterior.

Análisis de líneas de concordancia de verbos copulativos de alta frecuencia

De acuerdo con la Tabla 2, los verbos copulativos más frecuentes en los dos diarios son *ser* y *estar*, así como sus conjugaciones en diferentes tiempos y personas. Entre ellos, *es*, la tercera persona singular del verbo *ser*, ocupa el primer lugar y la tercera persona plural, *son* también tiene mayor frecuencia que otros verbos. Según las estadísticas, descubrimos que la mayoría de las palabras que se colocan en oraciones con *ser* están relacionadas con la expansión del virus, el rastreo del origen y las medidas de prevención y control. En esas frases suelen aparecer palabras como *virus*, *epidemia*, *contagio*, *investigación*, *control*, *vacuna*, etc., entre la mayoría de las cuales también aparecen palabras como *China* y *Wuhan*. Véase los ejemplos (1-4).

- (1) Encontrar el origen y el modo de transmisión del virus de Wuhan a los humanos **es** clave. (*El Mercurio*, 17 de febrero de 2020)
- (2) Actualmente, los pacientes en China **son** dados de alta después de dos pruebas negativas de ácido nucleico. (*El Mercurio*, 4 de marzo de 2020)
- (3) Los resultados muestran que el nivel de contagios entre la población de China **es** bajo, indicando que el control de la epidemia ha sido exitoso y ha prevenido de manera efectiva la propagación a gran escala. (*El Mercurio*, 29 de diciembre de 2020)
- (4) China da otro paso en su vacuna: **es** segura y genera los deseados anticuerpos. (*La Cuarta*, 1 de enero de 2021)

Observando los anteriores, encontramos que, en diferentes etapas de la pandemia, desde el inicio del brote hasta la investigación y desarrollo de vacunas, Chile ha prestado gran atención a las acciones de China. Además, el país andino ha estado buscando activamente una estrecha cooperación con el país asiático desde el

comienzo del brote local. Incluso, algunos expertos chinos intercambiaron experiencias de prevención y control de pandemias con varios funcionarios y expertos chilenos a través de reuniones en línea a fines de marzo de 2020 (Universidad de Tsinghua, 2020). El gobierno chileno esperaba resolver varias crisis en su país causadas por la pandemia de una manera más rápida y eficiente, con la experiencia y las políticas aprendidas de China. También se puede ver que el gobierno chileno ha mostrado su confianza en China en términos de las medidas anti epidémicas y la gestión social durante la pandemia.

Del mismo modo, según el Cuadro 2, nos damos cuenta de que *está*, la tercera persona singular del verbo *estar* aparece en el segundo lugar en ambos diarios y la tercera persona plural *están* ocupa el sexto y quinto lugar respectivamente. Véanse los ejemplos (5-7).

- (5) China está utilizando aplicaciones para certificar quién **está** libre de la enfermedad y quién no. (*El Mercurio*, 26 de enero de 2020)
- (6) Primer foco de la epidemia y cuestionado por el manejo inicial del brote, China **está** enviando asistencia a los lugares que hoy son el epicentro de los contagios o tienen sistemas sanitarios precarios. (*El Mercurio*, 7 de abril de 2020)
- (7) Y aunque el camino es largo, ya se **están** viendo los primeros resultados positivos en China. (*La Cuarta*, 23 de mayo de 2020)

Según los ejemplos anteriores (5-7), se puede notar que los contenidos relacionados con el verbo *estar* en ambos diarios abarcan principalmente los impactos causados por la pandemia además de la situación social en cuanto al control del virus en China. Entretanto, *La Cuarta* ha informado que China ofreció ayudas a otros países en los momentos más difíciles en su propio país y les envió personal médico con experiencia anti epidémica, sobre todo a Italia; China fue el primer país en enviarle un equipo médico cuando el sistema de salud italiano estaba a punto del colapso. En ese tiempo, pese a la sobrecarga del sistema de salud interno, China les echó una mano a otros países sin dudarlo, lo cual ha sido afirmado y reconocido por los medios chilenos. Por lo tanto, de ello podemos inferir que los dos diarios han realizado reportajes relativamente objetivos y han creado una imagen positiva de China con respecto a este asunto.

Análisis de líneas de concordancia de verbos predicativos de alta frecuencia
Nos enfocamos en los verbos no copulativos como *dijo*, *tiene*, *hay* y extraemos al azar las líneas de concordancia tanto de *El Mercurio* (8-13) como de *La Cuarta* (14-18) para la discusión más específica sobre la imagen de China en ambos periódicos.

- (8) En general, yo diría que China ha intentado ser transparente, publicando los casos en revistas académicas en inglés, reconociendo su juicio erróneo (en el inicio de la crisis) y luego con el cierre de la ciudad de Wuhan. También han sido claros en sus reportes a la OMS y al público, explicando abiertamente cómo cambió su criterio para contabilizar los casos **dijo** a este diario Xiaobo Hu, experto en China de la Clemson University. (*El Mercurio*, 15 de febrero de 2020)
- (9) Larry Kudlow, asesor económico de la Casa Blanca, **dijo** que EE. UU. está decepcionado con “la falta de transparencia” del gobierno chino, luego de la confusión que provocó este jueves un cambio metodológico en el conteo de víctimas fatales y contagiados, que llevó a un verdadero baile de cifras. (*El Mercurio*, 15 de febrero de 2020)
- (10) El hecho de que la mayoría de los casos que hoy sufre China sean importados es un cambio notable. Refleja lo bien que funcionaron las medidas chinas para controlar la epidemia en febrero”, **dijo** a este diario David Jones, profesor de Cultura de la Medicina de la Universidad de Harvard, quien coincide en que todavía es pronto para cantar victoria. (*El Mercurio*, 20 de marzo de 2020)
- (11) Aun cuando diversos países no pudieran, o no debieran, copiar exactamente el proceder de China, su experiencia **tiene** tres lecciones importantes; hablar con la ciudadanía, retrasar la transmisión de la enfermedad y preparar los sistemas de salud para un aumento en la demanda. (*El Mercurio*, 1 de marzo de 2020)
- (12) China lidia ahora con un nuevo reto: **hay** cada vez más contagios que proceden del extranjero, que ayer sumaban 41 infectados. (*El Mercurio*, 22 de marzo de 2020)
- (13) China anuncia reapertura de Wuhan, pero **hay** dudas sobre las cifras. (*El Mercurio*, 25 de marzo de 2020)
- (14) Así también, la Comisión Nacional de Salud china **dijo** hoy que un total de 1,047 casos asintomáticos en el país aún estaban bajo observación médica. (*La Cuarta*, 6 de abril de 2020)
- (15) “Tengo una muy buena relación (con Xi), pero ahora mismo no quiero hablar con él”, **dijo** Trump a la cadena Fox Business, y agregó que está “muy decepcionado” por el manejo chino de la pandemia. (*La Cuarta*, 5 de mayo de 2020)
- (16) Eso significa que este medicamento potencial **tiene** un efecto terapéutico. (*La Cuarta*, 19 de mayo de 2020)
- (17) El equipo de expertos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) destinado en China para investigar los orígenes del coronavirus, ha concluido que el SARS-CoV-2 es de origen animal. También, que “no **hay** evidencia” de que

hubiera transmisión antes de su detección en diciembre de 2019 en la ciudad de Wuhan. (*La Cuarta*, 9 de febrero de 2021)

- (18) Algunos han acusado a los chinos de crear armas biológicas en el laboratorio, pero todavía no **hay** pruebas fundadas y, además, el hecho de que sus estudios sobre virus de murciélagos eran de público conocimiento, invita a pensar en teorías conspirativas. (*La Cuarta*, 31 de marzo de 2021)

Según los ejemplos anteriores, podemos ver que en ambos diarios han aparecido voces de diferentes partes: por un lado, los diarios se concentran en la situación de China bajo la influencia de la pandemia, así como sus planes y medidas de protección y tratamiento; por otro, han citado tanto las opiniones de expertos y profesionales de otros países como las palabras de organizaciones mundiales, cuyos comentarios positivos sobre las medidas antiepidémicas de China fomentan la buena imagen nacional de este país. Por ejemplo, en *El Mercurio* se han incluido las opiniones de la OMS sobre la experiencia y las prácticas del gobierno chino como dignas de aprender por parte de otros gobiernos, confirmando el esfuerzo del pueblo chino; y *La Cuarta* ha empleado términos como *no hay pruebas* y *teorías conspirativas* en respuesta a comentarios negativos contra el gobierno chino, mostrando directamente su actitud amistosa y su contribución para la salvaguarda de la imagen positiva internacional de este país. Dichas expresiones han demostrado de manera más explícita la buena imagen de China como un país responsable al responder rápidamente a la repentina pandemia, y también como un país eficaz al ser capaz de coordinar prontamente todos los departamentos gubernamentales y agentes sociales en momentos de urgencia.

Por otro lado, en los dos periódicos se ven inevitablemente comentarios negativos que apuntaban al gobierno chino, tales como la crítica del manejo de la pandemia o la duda sobre la transparencia de la prensa respecto a las cifras. Es verdad que surgieron tales comentarios durante la etapa inicial del brote, debido a que la gente de otros países y regiones no tenía acceso a las fuentes primarias y la situación resultada aterradora, lo cual conducía a esas sospechas y dudas. Sin embargo, se ha de señalar que las siguientes gestiones y ayudas que ofreció China a otros países de manera desinteresada cambiaron esta percepción en la opinión pública de dichos lugares, lo cual provocó el aumento de comentarios positivos.

Análisis de sustantivos de alta frecuencia

Elaboramos la siguiente lista de los 20 sustantivos más usados de *El Mercurio* y *La Cuarta* respectivamente, como se muestra en la Tabla 3.

TABLA 3. LOS 20 PRIMEROS SUSTANTIVOS DE ALTA FRECUENCIA EN AMBOS DIARIOS.

No.	EL MERCURIO			LA CUARTA		
	SUSTANTIVOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)	SUSTANTIVOS	FRECUENCIA	PROPORCIÓN (%)
1	<i>China</i>	506	0.953	<i>China</i>	105	0.945
2	<i>coronavirus</i>	212	0.399	<i>coronavirus</i>	91	0.819
3	<i>virus</i>	168	0.316	<i>virus</i>	55	0.495
4	<i>casos</i>	163	0.307	<i>Wuhan</i>	54	0.486
5	<i>pandemia</i>	159	0.299	<i>covid</i>	53	0.477
6	<i>covid</i>	152	0.286	<i>personas</i>	53	0.477
7	<i>Wuhan</i>	152	0.286	<i>casos</i>	48	0.432
8	<i>personas</i>	136	0.256	<i>pandemia</i>	35	0.315
9	<i>país</i>	131	0.247	<i>salud</i>	33	0.297
10	<i>gobierno</i>	125	0.235	<i>país</i>	30	0.270
11	<i>salud</i>	112	0.211	<i>mundo</i>	28	0.252
12	<i>Beijing</i>	110	0.207	<i>ciudad</i>	27	0.243
13	<i>países</i>	108	0.203	<i>vacuna</i>	24	0.216
14	<i>ciudad</i>	105	0.198	<i>OMS</i>	23	0.207
15	<i>brote</i>	99	0.186	<i>Chile</i>	21	0.189
16	<i>medidas</i>	88	0.166	<i>países</i>	19	0.171
17	<i>OMS</i>	88	0.166	<i>caso</i>	17	0.153
18	<i>mundo</i>	76	0.143	<i>brote</i>	16	0.144
19	<i>autoridades</i>	73	0.137	<i>laboratorio</i>	16	0.144
20	<i>contagios</i>	69	0.130	<i>cuarentena</i>	15	0.135

De acuerdo con la Tabla 3, observamos que, entre estos 20 sustantivos en los dos diarios, los más frecuentes son *China*, *coronavirus*, *virus*, así como *brote*, *salud*, *ciudad*, *país*, *mundo*, etc. Tras la búsqueda en las líneas de concordancia con estas palabras, encontramos que casi la mitad de los sustantivos de alta frecuencia tiene relación con la situación epidémica en Chile o en el mundo. Estos textos, pese a la mención de China o Wuhan, no son reportajes específicos sobre este país. Al examinar el resto de los textos que sí son reportajes especiales sobre China, notamos que la mayoría se enfoca en contenidos fácticos como las cifras, las reacciones del gobierno chino frente a las dificultades internas y los problemas externos provocados por la pandemia. Véase los ejemplos (19-21).

- (19) Con 54 fallecidos hasta ayer por el brote de coronavirus, el presidente de China, Xi Jinping, dijo este sábado que su nación está enfrentando una “situación grave” y convocó a una reunión a su comisión política para analizar medidas de combate, al tiempo que decidió suspender los festejos por el Año Nuevo Lunar. (*El Mercurio*, 26 de enero de 2020)

- (20) El gobierno chino anunció ayer la donación de 30 millones de dólares a la Organización Mundial de la Salud (OMS) para la lucha contra el covid-19, una medida que se produce tras la suspensión de EE. UU. a su aporte financiero al organismo. (*El Mercurio*, 4 de abril de 2020)
- (21) Esta semana el brote de coronavirus en Wuhan, China ha sido una de las noticias más lamentables de lo que va de año. Ya van 17 personas muertas en el país asiático debido a dicha bacteria y cientos de contagiados. (*La Cuarta*, 23 de enero de 2020)

Se ha de señalar que los dos periódicos muestran actitudes ligeramente diferentes en cuanto al uso de términos: *El Mercurio* informa principalmente sobre los hechos objetivos; mientras que *La Cuarta*, además de eso, expresa algunas apreciaciones más cercanas a la emoción producida, como el lamento de las desgracias vividas por el país asiático, usando términos como *noticias lamentables*. Tales expresiones están justamente conformes con la filosofía diplomática de China: la comunidad humana con un futuro compartido, los ciudadanos, no importa el país de origen ni la nacionalidad, cuando enfrentamos problemas como el cambio climático, la contaminación ambiental y las pandemias, debemos abandonar los prejuicios causados por la ideología, construir una comunidad de destino común para toda la humanidad y resolver juntos los problemas. En este sentido, *La Cuarta* está emocionalmente más cercana a China en comparación con *El Mercurio* y ha creado una imagen nacional más positiva, pero el segundo también ha dado a conocer las contribuciones que ha hecho este país para todo el mundo durante los momentos más duros de esta crisis sanitaria.

Asimismo, tras la búsqueda de estos sustantivos clave en líneas de concordancia, se pueden encontrar contenidos desfavorables al gobierno chino, especialmente en *El Mercurio*. Véase los ejemplos (22-24):

- (22) La revelación aumentó las sospechas de que Beijing podría no haber sido transparente con las cifras de la pandemia que en la ciudad de Wuhan, donde los propios residentes han puesto en duda los datos oficiales, según medios locales críticos con el gobierno. (*El Mercurio*, 1 de abril de 2020)
- (23) Esa relación estrecha [entre China y OMS] crea suspicacias sobre los elogios que hace un tiempo le regaló a Beijing por la “rapidez para identificar el virus” y la “transparencia, compromiso y seriedad” para manejar la epidemia, evitando cuestionar cifras que se han demostrado poco rigurosas. (*El Mercurio*, 20 de abril de 2020)

- (24) China es un Estado autoritario y controlar la información es una táctica de supervivencia. (*El Mercurio*, 14 de mayo de 2020)

Cabe señalar que se encuentran más los comentarios negativos que criticaban a China en la primera mitad del año 2020. Al principio del brote, las dudas, sospechas y reproches provenían del desconocimiento y el miedo. A partir del 3 de marzo de 2020, cuando se confirmó el primer caso en Chile, la situación cambió ya que el peligro realmente cayó en la propia casa. Es probable que el miedo se haya transformado en ira, y ello exige normalmente una salida y un escape. Por otro lado, hay un componente “culpabilizador” importante, que concuerda con las teorías que Fowler (1991) propone sobre la cohesión social en que la diferencia entre “nosotros” (las víctimas) y “ellos” (los que han traído el virus) es fundamental. Así que, en los siguientes meses, China se convirtió en el blanco de ataques.

Análisis de las prácticas discursivas de los dos diarios chilenos sobre la pandemia en China

Objetivo del análisis de las palabras discursivas

Después del análisis del texto que hemos realizado en el apartado anterior, comenzaremos aquí la segunda dimensión del análisis: la de las prácticas discursivas, considerada por Fairclough como el mediador entre la práctica social y los textos. En este apartado, examinaremos las fuentes de información y de qué manera esta es emitida por los medios de comunicación.

Discusión del análisis

Dado que uno no siempre puede experimentar personalmente lo que sucede en un país extranjero y muchas veces no tiene otro remedio que documentarse por los diversos canales de información, resulta que las fuentes de información son instrumentos básicos e importantes no solo para la producción de noticias, sino también para determinar la credibilidad de ellas. Según el corpus que hemos generado se puede apreciar que existen distintos tipos de fuentes de información en ambos periódicos, según la clasificación de identidad del parlante: primero, datos y cifras publicados por las organizaciones e instituciones públicas, como la OMS; segundo, discursos o declaraciones de líderes o portavoces de distintos gobiernos; tercero, opiniones de expertos y profesionales, tales como catedráticos universitarios, especialistas en sanidad pública, etc.; y, cuarto, palabras de gente de a pie, tales como ciudadanos chinos, estudiantes extranjeros en China, etc. Es interesante observar que *El Mercurio* también incluye como fuente a empresarios,

lo que refleja su posición, ya que, al dar cabida al mundo empresarial como fuente, deja entrever su postura frente a la economía, la cual estaría más cercana a una ideología de derechas.

Entre estos textos, se ven los reportajes objetivos que solo informan los hechos relacionados con la situación social de China durante la pandemia, las medidas y políticas anti epidémicas adoptadas, los problemas y dificultades que confrontaba el gobierno chino, etc. También se encuentran reportajes con opiniones subjetivas del periodista, algunos de ellos a favor del gobierno chino y otros, en contra. Cabe mencionar que la mayoría de los reportajes que critican al gobierno chino aparecen al inicio del brote del virus. La humanidad sintió pánico frente a algo tan desconocido y fatal, sobre todo cuando ese “algo” afecta al entorno más inmediato. Con el transcurso del tiempo, las dudas y las sospechas se fueron desvaneciendo poco a poco, pues se vieron los esfuerzos del gobierno chino por controlar y detener la expansión del virus.

Consideramos que los reportajes negativos sí perjudicaron la imagen nacional china, pero la construcción de esta tampoco es una cuestión estática, más bien es dinámica, debido a que cambia constantemente con el flujo de las noticias, las relaciones diplomáticas entre los países, los intereses compartidos, etc.

Análisis de las prácticas sociales de los dos diarios chilenos sobre la pandemia en China

Objetivo del análisis de las prácticas sociales

De acuerdo con el Modelo Tridimensional del Discurso, el análisis de las prácticas sociales, bajo la perspectiva del análisis crítico del discurso, tiene como objetivo revelar cómo los factores de la práctica social o los socioculturales, sobre todo la ideología, influyen en la generación e interpretación del discurso (Fairclough, 1992). En cuanto al periodismo y la comunicación, los factores ideológicos tienen una influencia esencial en la generación y difusión de los textos.

Discusión y resumen de la función de distintos factores

En primer lugar, vale la pena mencionar los comentarios negativos sobre China en los periódicos, los cuales se pueden clasificar en varios aspectos: acusaciones y reproches relacionados con la pandemia; dudas y sospechas sobre la transparencia de la prensa y del gobierno; así como críticas sobre el régimen político y la gestión social de la crisis. Todo ello principalmente se debe a la diferencia ideológica entre el mundo occidental y este país asiático, la cual desemboca en el mutuo desconocimiento y el conflicto de intereses entre ambas partes. Por lo

tanto, no es de extrañar la aparición de tales contenidos en los medios de comunicación del Occidente.

Efectivamente, se ve en el apartado Análisis del texto de los dos periódicos chilenos sobre la pandemia en China que el gobierno chino ha estado tomando medidas de control estrictas desde el inicio del brote ya que este país cuenta con una población de 1,44 mil millones de habitantes y toda China se habría paralizado si no hubieran manejado bien los problemas provocados por la pandemia. De todos modos, es sabido que el brote de la pandemia se extendió rápidamente y causó millones de muertes, por lo que fue necesario adoptar medidas estrictas. Tales medidas manifestaron resultados que han sido obvios hasta ahora, pues en comparación con los grandes países del Occidente, China mantiene abajo tanto la tasa de crecimiento epidémico y de mortalidad (por persona), como el número de casos acumulativos en total (World Health Organization, 2024), especialmente después de la etapa inicial, que fueron los momentos más duros. Lo interesante consiste en que la mayor parte de los comentarios negativos aparecieron en los momentos tempranos, sin embargo, a medida que avanzaba la situación, no solo eran menos las voces críticas y opiniones desfavorables, sino que surgieron comentarios positivos, como se muestra en el ejemplo (25).

- (25) La gran diferencia es que en Asia pudieron tomar medidas como hacer que la gente se quedara en sus casas, mientras que en Europa o EE. UU. ya es demasiado tarde para hacerlo. Los países asiáticos fueron capaces de contener la pandemia de forma temprana, mientras que los gobiernos en Occidente han sido muy lentos en entender y reaccionar de forma adecuada. (*El Mercurio*, 29 de marzo de 2020)

En este contexto, la brecha ideológica dio lugar a algunos discursos perjudiciales, pero al final los hechos pudieron superar los prejuicios y estereotipos que traen los diferentes tipos de ideología, lo cual favorece a la construcción de la buena imagen de un país.

Por otro lado, como hemos observado en el apartado Análisis del texto de los dos periódicos chilenos sobre la pandemia en China, en *El Mercurio* aparecen más contenidos negativos sobre China que en *La Cuarta*. Según los datos expuestos en el apartado Corpus de investigación, *La Cuarta* pertenece a una ideología de izquierdas y *El Mercurio*, a derecha más conservadora chilena; en otras palabras, en comparación con el primero, el segundo tiene una inclinación hacia los países occidentales más cercanos a su ideología conservadora. Además,

de acuerdo con su historia de fundación y desarrollo, *El Mercurio* tiene un vínculo más estrecho con países como EE. UU., así que no es difícil entender por qué en este diario aparecieron más contenidos en contra del gobierno chino. No obstante, también partiendo del análisis del texto en el apartado Análisis del texto de los dos periódicos chilenos sobre la pandemia en China, se puede ver que *El Mercurio* ha incluido comentarios que ayudan a salvaguardar la buena imagen de China, así como los contraataques del gobierno chino frente a las acusaciones y dudas infundadas de otros países, afirmando indirectamente el desempeño del país asiático durante este periodo. En resumen, ambos medios de comunicación chilenos reconocen plenamente la determinación y la capacidad del gobierno chino en la lucha contra la pandemia. Aparte de eso, gracias a las constantes interacciones, se ha visto la cada día más estrecha cooperación política entre China y Chile, acortando la distancia ideológica y fomentando el entendimiento mutuo respecto al tema de la gobernabilidad nacional y global.

En segundo lugar, desde el punto de vista económico, factor fundamental de la práctica social, Chile es un socio importante de China en América Latina (es su tercer socio comercial en Latinoamérica) y también una parte indispensable de la estrategia “la Franja y la Ruta”. Por ello, ambas naciones han mantenido relaciones amistosas durante más de 50 años. Desde el establecimiento de relaciones diplomáticas, los intercambios de comercio e inversión entre los dos países se han fortalecido continuamente y se ha profundizado la cooperación en todos los ámbitos. En la actualidad, China se ha convertido en el principal socio económico y comercial del país andino, el mercado más extenso para sus exportaciones y la mayor fuente de sus importaciones, así como la mayor fuente de inversión extranjera.

Sin embargo, bajo el impacto de la pandemia del COVID-19, la economía mundial se ha visto gravemente afectada. El gobierno chileno no solo quiere recuperarse de la crisis de la pandemia lo antes posible, sino que también espera que China pueda seguir promoviendo una cooperación más profunda entre ambas naciones. Por esta razón, el 17 de julio de 2020, China y Chile emitieron juntos una declaración conjunta sobre la decisión de fortalecer la cooperación de libre comercio y luchar contra la pandemia de COVID-19, con la esperanza de mejorar los acuerdos de libre comercio, de oponerse conjuntamente al proteccionismo comercial y de reducir el impacto de la pandemia. Quizás todos estos factores han hecho que se tratara de dar, con un tono relativamente objetivo, una buena imagen de China por encima de cualquier estereotipo o creencia.

Por último, entre ambos países, además de mantener una estrecha cooperación política y económica, también son constantes los intercambios a nivel cultural, tales como las recíprocas visitas de expertos y académicos, grupos de arte, delegaciones deportivas o educativas, etc. Dichas actividades culturales involucran una gran variedad de campos que a menudo aparecen en los principales medios de comunicación chilenos, lo cual proporciona una base para que ambos pueblos profundicen el entendimiento mutuo y fortalezcan la confianza y la ayuda mutua. Por consiguiente, desde la perspectiva cultural, estos medios de comunicación chilenos han jugado un papel importante en la difusión de la imagen positiva sobre China al acortar la distancia entre los dos pueblos y fomentar el aprecio recíproco.

Conclusión

Este artículo tiene el fin de estudiar la imagen nacional de China creada y reflejada en los dos principales periódicos de Chile: *El Mercurio*, representante de la derecha y *La Cuarta*, portavoz de la izquierda. El marco teórico que hemos aplicado es el Análisis Crítico del Discurso de Fairclough (1992). Mediante el Modelo Tridimensional del Discurso, hemos realizado la investigación en los tres niveles basados en dos corpus auto contruidos.

El estudio ha mostrado que ambos periódicos han creado una imagen positiva de China, el cual es un país responsable que sabe asumir sus compromisos frente a la comunidad internacional; también es capaz de coordinar y movilizar todas las fuerzas sociales en las situaciones urgentes y ha demostrado ser eficaz al controlar y retrasar la expansión del virus. Es importante mencionar que la construcción de esta imagen tiene mucho que ver con los profundos intercambios políticos y las constantes cooperaciones económicas que existen entre China y Chile. Asimismo, la organización de eventos culturales en ambos países también promueve el conocimiento mutuo y eso, en los momentos cruciales, podría ser una carta fundamental.

Es cierto que no debemos ignorar los comentarios desfavorables en algunos reportajes, pues hemos descubierto que la construcción de la imagen nacional de un país no es un proceso estático, sino dinámico. En el caso de China, los comentarios negativos aparecieron, en la mayoría de los casos y como ya señalamos, al principio del brote y a medida del transcurso del tiempo, la situación fue mejorando. Así es que la construcción de la imagen nacional depende del flujo de noticias y el cambio de papel en las constantes interacciones entre distintos países. Por otro lado, la existencia de las voces críticas también es una alarma y advertencia para que un país nunca se estanque en la zona de confort. Un país que tiene la inten-

ción de conformar una buena imagen internacional debe hacer frente a todo tipo de comentarios mientras sigue fortaleciendo el poder integral, presta más atención a la publicidad y fomenta los intercambios y las cooperaciones internacionales.

Este artículo se presenta como uno de los primeros intentos para indagar la imagen nacional china en los medios latinoamericanos. De esta manera, nuestro estudio parece desvelar una imagen positiva de China en los dos medios de comunicación chilenos analizados, pero hemos de tener en cuenta que, para determinar dicha imagen, nos hemos centrado únicamente en valores verbales y en sustantivos. Por ello, somos conscientes de que se necesitarían ulteriores análisis que corroboren nuestros resultados y los enriquezcan con otros matices, pues no hay que descartar que una aproximación a otros elementos lingüísticos o extralingüísticos revelen sutilmente formas negativas que no son objeto de nuestro estudio.

Es así como esperamos ver más trabajos de esta índole para poner en contexto a la construcción de la imagen nacional china, ya que creemos que conocer la imagen construida por los ojos ajenos es un medio para conocerse a uno mismo, lo cual es fundamental para establecer una conexión más fluida y armoniosa con el mundo.

Referencias

- Eggeling, K. A. (2020). *Nation-branding in practice: the politics of promoting sports, Cities and Universities in Kazakhstan and Qatar*. Routledge.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. Northwestern University Press.
- Halliday, M. A. K. y Matthiessen, C. M. (2014). *An introduction to functional grammar*. Routledge.
- Hu, K. y Tian, X. (2018). A Study on China's Diplomatic Image in the English Translation of Chinese Diplomatic Discourse. A corpus-based study. *Chinese Foreign Language* (6), 79-88.
- Huang, Q. (2021). El sesgo discursivo en la imagen de China en los principales medios de comunicación estadounidenses: el caso de la cobertura sobre la COVID-19. *Lenguas Extranjeras y Literatura*, (4), 85-96.
- Jiang, Y. (2021). Análisis crítico del discurso de textos de noticias en inglés desde la perspectiva del modelo de análisis tridimensional de Fairclough: El caso de la cobertura del New York Times sobre la epidemia de COVID-19 en China. *Zhaotong Xueyuan Xuebao*, 43(3), 80-86.

- Li, C. y Zhang, J. (2021). The construction of China's image in Rossiyskaya Gazeta under the Background of COVID- 19. *Eurasian Humanities Studies (Chinese-Russian)* (01), 64-72. <https://oyrw.cbpt.cnki.net/WKH3/WebPublication/paperDigest.aspx?paperID=de46b490-a12a-4892-b0ff-8c0fa2959fe2>
- Li, X. y Liu, W. (2021). La imagen de China construida por *Le Monde* en el contexto de la pandemia de la COVID-19. *Estudios Franceses*, (01), 101-112.
- Ministerio de Asuntos Exteriores de China. (2025). *Perfil de país de Chile*. https://www.mfa.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/nmz_680924/1206_681216/1206x0_681218/
- Santa, E. (2013). *Prensa y sociedad en Chile, siglo XIX*. Editorial Universitaria de Chile.
- Schulz, P. (2002). *Internationalising a national image: the case of "Made in Germany" in Western Australia*. Diplomica Verlag.
- Tuchman, G. (2013). The production of news. En *A handbook of media and communication research* (pp. 90-102). Routledge.
- Universidad de Tsinghua. (2020). *Expertos chinos compartieron la experiencia de China en la prevención y el control de epidemias con diversos sectores en Chile*. <https://www.tsinghua.edu.cn/info/1178/30589.htm>
- van Dijk, T. A. (2013). *News as discourse*. Routledge.
- Wang, F. y Hu, W. (2021). La situación actual, los problemas y las implicaciones de la construcción conjunta de la Iniciativa de la Franja y la Ruta entre China y América Latina: una perspectiva basada en estudios de *think tanks*. *Revista de la Universidad de Chongqing Ciencias Sociales*, (04), 71-82.
- Wang, Q. (2020). *La construcción discursiva de la imagen de China en los principales medios sudafricanos* [Tesis de maestría, Universidad Normal de Zhejiang]. <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202101&filename=1020381111.nh>
- World Health Organization. (2024). *World health statistics 2024: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals*. <https://covid19.who.int/table>
- Xie, L. y Wang, Y. (2018). Estudio sobre la traducción del discurso político desde la perspectiva de la construcción de la imagen internacional de China. *Foreign Language Teaching*, 39(05), 7-11. <https://doi.org/10.16362/j.cnki.cn61-1023/h.2018.05.002>
- Xu, X. (1996). The issue of national image in international news communication. *Journal of Journalism and Communication Studies* 3(2). https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=-yxn0y4Pbok6X6emvGsl3mAhhjbrPccxlj7hCUjBqbGayylSVxHycpBERp0lUsT868vn1-fQWK3_

OfDMR0QbfskcUHmYb07b0T7b5hXbAEMe-FeXyvsqEZ_meDKBybs
beiOFXWPHtZMJ_4I5Op4DbxSKpqGMSAsMalfYbOqJfbBU=&unipl
atform=NZKPT&language=CHS

Zhang, Y. (2017). National image as a Form of Soft Power. *World Knowledge* (23), 16-18.