

## **O drama televisivo como estratégia de *soft power* da República Popular da China: o caso da série 'Amor Eterno'<sup>1</sup>**

Aline SANTOS<sup>2</sup>  
Guibson DANTAS<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Desde o fim da década de 1970, a China se abre cada vez mais ao mundo. Além da economia, alcança visibilidade através da exportação de produtos de sua indústria cultural. Entre os produtos, destacam-se as séries televisivas de drama - como o *xianxia*, gênero de fantasia -, presentes no catálogo de grandes plataformas de streaming. O propósito deste trabalho é identificar as características do gênero *xianxia* e, por meio da análise da série Amor Eterno (2017), sob a ótica das relações públicas internacionais, entender o seu potencial como um recurso de *soft power* da República Popular da China. Conclui-se que Amor Eterno (2017) tem características que permitem construir uma boa imagem da China no exterior, gerando admiração e atração pelo país, pois o gênero do qual faz parte - o *xianxia* - destaca aspectos positivos da milenar e rica cultura do referido país asiático.

**PALAVRAS-CHAVE:** China; *Xianxia*; *Soft power*; Relações Públicas Internacionais; *C-drama*.

### **INTRODUÇÃO**

Desde o final dos anos 70, com sua abertura para o mundo, a China passou a se fazer cada vez mais presente no exterior, seja com a sua robusta plataforma de exportação comercial ou com elementos de sua rica e milenar cultura. Hoje, a potência asiática é um dos principais países do sistema internacional vigente.

O aumento da presença da cultura chinesa em outros países acontece, por exemplo, através da culinária, do idioma, de artistas<sup>4</sup>, e dos dramas televisivos, ou “*c-dramas*” como são chamados na Internet. Este último produto cultural, em

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ Estudos Interdisciplinares da Comunicação, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Relações Públicas da FABICO-UFRGS, email: alinebla@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas da FABICO-UFRGS, email: guibsondantas@outlook.com

<sup>4</sup> Por exemplo: os atores Jackie Chan e Jet Li e, a revelação mais recente, o cantor pop Jackson Wang.

---

específico, tem revelado um crescimento significativo em termos de exportação, se fazendo presente em plataformas de streaming proeminentes como Netflix e Viki.

No escopo do “*c-drama*”, há uma série de gêneros que propõem temáticas e estéticas diferentes entre si, ainda que compartilhem enredos voltados ao drama romântico. Alguns focam em contextos contemporâneos, outros históricos, ou ainda fantasiosos. É neste último tipo que se encaixa o gênero *xianxia* que, tanto na literatura como na televisão, retrata universos baseados na mitologia chinesa e em seu passado dinástico.

No entanto, constata-se que a imagem do país no Ocidente tende a ser bastante negativa por uma série de motivos - entre eles as alegações de falta de liberdade de imprensa e violações de direitos humanos. Com isso, a política externa da China enfrenta um desafio: gerar atração junto ao público estrangeiro, superando, assim, as barreiras impostas por imagens preexistentes. Em outros termos, reforçar o seu *soft power* dentro do sistema internacional.

Após a apresentação dos dois contextos com o qual a China se depara - a presença de elementos culturais da China em outros países e o desafio de melhorar sua imagem internacional -, este trabalho é norteado pela seguinte pergunta: séries do gênero *xianxia* poderiam contribuir em estratégias de relações públicas internacionais da China para melhorar sua imagem junto a outras nações e, conseqüentemente, aumentar seu *soft power*?

Com isso, o propósito, através da elaboração deste trabalho, consistiu justamente em identificar as características do gênero *xianxia* e, sob a ótica das relações públicas internacionais, entender como este se relaciona com a percepção atual a respeito do país e se haveria a possibilidade de uso do mesmo como um recurso de *soft power* da China.

Para dar conta de tais objetivos, definimos o fenômeno de análise levando em consideração sua adequação ao gênero, além de alcance e relevância no cenário internacional: a série 'Amor Eterno', de 2017, um dos maiores sucessos de audiência na China e fora dela.

Com o intento de apontar indícios para cumprir com o seu objetivo, a pesquisa se baseou no conceito de *soft power* de Joseph Nye (2004) e foi desenvolvida em caráter

---

exploratório. Isso porque o que se pretende com os resultados do estudo é a proposição de um debate sobre o assunto. Sobre esse nível de pesquisa, Gil (2008, p. 27) sustenta que elas “têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.” Ou seja, há na pesquisa exploratória uma natureza de continuidade que apreciamos na concepção deste trabalho.

Em relação às técnicas de pesquisa, dois tipos foram utilizadas: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. A primeira, como explica Gil (2008), é desenvolvida com base em materiais já construídos: livros e artigos científicos, principalmente. Essa técnica foi essencial ao longo de todo o trabalho, especialmente para a compreensão do objeto e construção do aporte teórico. Por sua vez, a pesquisa documental leva semelhanças com a bibliográfica. No entanto, nesta técnica, a natureza das fontes é diferente. Godoy (1995) exemplifica materiais que podem fazer parte dessa pesquisa: jornais, revistas, imagens, filmes etc. Recorremos à técnica para dar conta, principalmente, das exposições acerca de temas bastante atuais, comunicações oficiais e, claro, do próprio fenômeno analisado - uma série televisiva.

### **SOFT POWER E RELAÇÕES PÚBLICAS INTERNACIONAIS**

O cientista político estadunidense Joseph Nye (2004, p. 2), ao refletir sobre a disputa entre os países dentro do sistema internacional contemporâneo, conceituou "poder" como “a habilidade de influenciar o comportamento de outros para chegar aos resultados desejados.” Segundo o autor - que atua no campo das relações internacionais -, o advento dos meios de comunicação de massa e o desenvolvimento das tecnologias de tempo real fez com o que as relações de poder entre as nações se tornassem ainda mais complexas. Por conta disso, ele concebeu dois tipos de poder no âmbito internacional: *hard power* e *soft power*.

No que diz respeito ao *hard power*, Nye (2004) o define como aquele poder exercido através da força ou pagamentos, isto é, através de coerção ou de incentivos. É o exercício de poder mais primitivo na história da humanidade e o mais utilizado pelas nações em nossos dias. Como visto em Ballerini (2017, p. 15): “o poder mais recorrente de todos os povos é a violência, a dominação pelas armas e pelo dinheiro”.

---

Nye (2004) explica, porém, que um país também pode alcançar os seus objetivos dentro do sistema internacional ao fazer com que os outros países admirem os seus valores. Ou seja, *soft power* diz respeito a conseguir, através da atração e admiração, que outros desejem o que você deseja. “*Soft power* se baseia na habilidade de dar forma às preferências de outros” (NYE, 2004, p. 5).<sup>5</sup>

Ambas as formas de poder irão se utilizar de recursos para alcançar os comportamentos supracitados. No caso do *hard power*, o Nye (2004) argumenta que tais recursos são mais tangíveis, fáceis de se identificar – exércitos, armamento, pagamentos etc. Por outro lado, o *soft power* se baseia em três recursos – que tendem a ser, por sua vez, subliminares: "sua cultura (em lugares onde seja atrativa ao outro), seus valores políticos (quando seguidos interna e externamente), e suas políticas externas (quando vistas como legítimas e com autoridade moral)" (NYE, 2004, p. 11).

Nye (2004) explica que o recurso da cultura se materializa em manifestações culturais. Além de arte, literatura e educação, citados pelo autor como alta cultura, é possível elencar também filmes e programas de TV, música, gastronomia, idioma, esportes, e tantas outras expressões da cultura de um país.

Nesta altura, vale acrescentar duas ponderações. A primeira é de Nye (2004), que destaca que um governo não domina totalmente seu *soft power*. Ações que partem da iniciativa privada também podem ter impactos em públicos estrangeiros - é o caso de Hollywood, por exemplo. A segunda questão, em continuidade a essa, é de Ohnesorge (2020), que argumenta que não é necessário haver intencionalidade para geração de *soft power*. Ou seja, uma determinada ação pode gerar atração em outros povos e tornar-se um recurso de *soft power*, ainda que tal configuração não tenha sido planejada.

Então, como poderia um país entender a eficácia de seu *soft power*? A reflexão pode se guiar pela ideia de Nye (2004) de que o poder é medido pela mudança de comportamento do outro. O autor também coloca que é necessário, portanto, que se entendam as preferências prévias daquele analisado. Para compreender a eficácia de atração de uma estratégia ou manifestação cultural específica, o autor defende que se realizem pesquisas ou grupos focais, antes e após o uso do recurso de *soft power*.

---

<sup>5</sup> Tradução nossa.

---

Neste ponto, encontramos aproximações entre o conceito oriundo das relações internacionais (DANTAS, 2022; DANTAS, 2023) e alguns conceitos que compõem a referida subárea: pesquisa, diagnóstico e monitoramento dos públicos interlocutores de uma organização.

As definições para relações públicas internacionais são várias, mas, em geral, possuem pontos de convergência. Cândido Teobaldo de Souza Andrade (2003, p. 125), um dos pesquisadores pioneiros das relações públicas no Brasil, defende a atividade como “método de ação que visa fomentar a compreensão entre os povos, utilizando-se de técnicas próprias, ajustadas às culturas, tradições e características locais.”

Outra definição sobre relações públicas internacionais pode ser encontrada em Brasil (apud SILVA, 2005, p. 7), que reforça os aspectos relacionais, desenvolve finalidades e objetivos, além de trazer um elemento comum com o conceito anterior: a cultura.

(...) o conjunto de medidas, iniciativas, esforços, e formas práticas de ação e expressão, que visam obter mais estreito e produtivo relacionamento entre os povos, no sentido de estimular e facilitar o entendimento, a coexistência e a cooperação entre eles; no sentido também de fomentar melhores e mais amplas atividades de intercâmbio comercial e industrial e finalmente, com o objetivo de ampliar os níveis de cultura geral, através de mútuas facilidades de acessos aos respectivos patrimônios e instrumentos de cultura.

Ao analisar as definições citadas, nota-se que a natureza da atividade internacional é a mesma daquela que conhecemos por relações públicas. A principal diferença está na prática, isto é, na ênfase dada ao fator cultural no processo laboral. Ainda que haja, em nível doméstico, a necessidade de compreender os públicos com os quais uma organização se relaciona, no caso das relações públicas internacionais se espera, em decorrência das distâncias tangíveis e intangíveis, que a cultura tenha um peso grande na execução de estratégias de comunicação.

Portanto, entende-se que as relações públicas internacionais podem ser vistas, de fato, como um conjunto de técnicas de comunicação que podem colaborar na construção de *soft power* de um país. O primeiro indicativo se refere ao gerenciamento das relações de poder no qual se ocupam as relações públicas<sup>6</sup>. Nas ideias de Nye (2004), *soft power* trata justamente das relações de poder entre dois ou mais agentes.

---

<sup>6</sup> Está no cerne na atividade, como colocado por Simões (1995), dedicar-se a entender o cenário e encontrar pontos de equilíbrio entre a organização e seus públicos.

---

## O CONTEXTO CHINÊS

Apesar da República Popular da China se destacar como nação por conta da grandeza de seu território, do volume populacional ou do seu rápido crescimento econômico, Krukowska (2015, p. 1) afirma que “sua força atual é baseada principalmente em recursos financeiros e econômicos, com limitada capacidade em *soft power*.” Shambaugh (2015, p. 99), por sua vez, afirma que a China apresenta uma imagem mista no cenário internacional, pois “enquanto a destreza econômica chinesa impressiona grande parte do mundo, seu sistema político repressivo e práticas mercantilistas de mercado mancham sua reputação.”

Para obter um retrato do sentimento de outros povos em relação à China, o Pew Research Center<sup>7</sup> conduz uma série de pesquisas quantitativas e qualitativas, que incluem indivíduos de vários continentes. Em 2019, uma dessas pesquisas revelou que, entre os 34 países analisados, apenas 11 tinham ao menos 50% dos respondentes favoráveis<sup>8</sup> à China.

O mesmo centro de pesquisa revela em outros trabalhos que, em geral, a percepção da China vem declinando em diversos países. Em sua análise, o Pew Research Center revela que tal resultado se dá, entre outros motivos: (1) pela percepção quanto ao atual presidente Xi Jinping, que seria visto como excessivamente controlador e autoritário; (2) pelo país ser considerado uma ameaça, no sentido de uma possível dominação militar, econômica ou política de outros territórios; (3) e, mais recentemente, pela pandemia do Covid-19, que teve seu início na cidade de Wuhan. Este último acontecimento gerou, inclusive, ondas de violência e discriminação contra pessoas asiáticas “com aparência chinesa”<sup>9</sup>, como contam Gao e Liu (2021).

Shambaugh (2015), como visto, além de Wang (2011), apontam para o caráter misto da imagem da China. Isso acaba, de alguma forma, tornando as pesquisas do Pew

---

<sup>7</sup> Centro de pesquisa apartidário estadunidense. Suas metodologias de pesquisa estão disponíveis em <https://www.pewresearch.org/our-methods/>.

<sup>8</sup> Os critérios analisados na pesquisa em questão levaram em consideração aspectos econômicos. Ou seja, objetivou-se entender qual a percepção do respondente quanto à gestão econômica chinesa. A imagem de um país bem-sucedido nesse campo, como vimos anteriormente, pode ser um recurso de *soft power* positivo.

<sup>9</sup> Tradução nossa para o termo “Chinese-looking Asians”.

---

Research Center como um indicativo de tal argumento. O centro indica em seus trabalhos que, apesar da opinião negativa crescente quanto à China, os motivos são massivamente direcionados a questões de governabilidade. Ou seja, direcionados ao país enquanto Estado, e não enquanto nação. As pessoas, cultura e tradição chinesas, tendem a ser vistas de maneira positiva por públicos estrangeiros. Entre algumas respostas para pesquisa qualitativa<sup>10</sup> de 2021, os participantes dizem que a China possui “um povo inovador, inteligente e trabalhador”, que o país possui uma “história maravilhosa”, uma “bela arquitetura”, uma “comida deliciosa” etc.

Fallows (2008, n.p.)<sup>11</sup>, expert em gestão da comunicação política e governamental, com vários serviços prestados ao governo estadunidense, afirma que a China é uma mistura de prós e contras, mas que raras vezes viu “uma estrutura de governo e comunicação tão consistente em esconder os lados bons e destacar os maus.” A crítica parte de um olhar comunicacional e implica uma possível necessidade em rever as estratégias e táticas do país asiático na gestão de sua imagem internacional e, conseqüentemente, de seu *soft power*.

Essa, de fato, é uma preocupação das lideranças recentes do país que vem percebendo a importância de disseminar a sua cultura e seus valores. Ballerini (2017) conta que, em 2012, em Congresso do Partido Comunista, Hu Jintao, presidente do país à época, afirmou que “cultura é a seiva da nação”, e a partir dessa colocação, divulgou programas para promover o país a partir da combinação entre arte milenar e turismo, língua, educação e novas mídias. Xi Jinping, atual presidente, tem feito uma série de declarações públicas sobre o tema nos últimos anos.

Com isso, a China tem investido, entre outros recursos, na sua indústria cultural<sup>12</sup> como uma maneira de propagar seus valores culturais no exterior. Entre as atrações exportadas estão as séries *xianxia* - gênero de fantasia chinesa influenciado

---

<sup>10</sup> Realizada por Pew Research Center, entre estadunidenses (2021) – Disponível em <https://www.pewresearch.org/global/2021/06/30/most-americans-have-cold-views-of-china-heres-what-they-think-about-china-in-their-own-words/>

<sup>11</sup> O autor é escritor e jornalista, além de ex-diretor de discursos na Casa Branca. Foi *speechwriter* (em tradução literal, escritor de discurso) do presidente Jimmy Carter.

<sup>12</sup> Os países asiáticos possuem tradição em converter a indústria cultural como ferramenta de *soft power*. É o caso da Índia, Irã e Coreia do Sul. Outros países, como a Turquia, investem tanto na Indústria Cultural quanto na diplomacia como elemento de *soft power*, como nos contou DANTAS (2022), no caso da Declaração de Teerã.

---

pela mitologia do país, por artes marciais, medicina tradicional, crenças populares e outros elementos chineses tradicionais.

### **ANÁLISE: XIANXIA E A SÉRIE ‘AMOR ETERNO’**

Gênero literário e televisivo chinês, o *xianxia* tem seu nome composto por dois caracteres em mandarim: 仙 (*xiān*), cujo significado é imortal ou divindade; e 俠 (*xiá*), que pode ser traduzido em herói, ou heroísmo. Assim, a combinação, como sintetiza Ge (2022, p. 1022), significa “herói imortal”. A principal distinção do *xianxia* e outros gêneros é a forte presença de elementos do daoísmo. Não obstante, a construção do universo *xianxia* está baseada na mitologia chinesa, que é complexa e composta por tradições de diferentes indivíduos, recortes temporais e contextos geográficos.

Entre os vários títulos pertencentes ao gênero *xianxia*, destaca-se a série televisiva Amor Eterno<sup>13</sup>, de 2017. O drama para a televisão é uma adaptação de um romance literário de mesmo nome, escrito em 2015, por Tang Qi Gong Zi. A história se dá em um mundo fantasioso, coabitado por mortais, imortais, deuses e monstros<sup>14</sup>. O drama romântico tem como protagonistas dois imortais, Bai Qian (Yang Mi) e Ye Hua (Mark Chao), que vivem um amor que perdura por três vidas. Ambos com posições importantes em suas tribos, eles também precisam enfrentar as ameaças frequentes à paz em todo o mundo.

A série Amor Eterno, como é característico do gênero, não determina um período histórico específico em sua trama. Ou seja, por se tratar de um mundo fantasioso, o que encontramos ao longo dos episódios não são enredos que retratam acontecimentos reais. Ainda assim, pode-se apontar vários elementos que evocam a história e cultura chinesa nessa série.

Um dos primeiros pontos observados é a presença de uma dinâmica confucionista no que diz respeito às relações entre os personagens, bem como o que eles consideram como virtudes e moral. A organização hierárquica é percebida com

---

<sup>13</sup>Também leva o nome de “Três Vidas, Três Mundos: Dez Milhas de Flores de Pessegueiros” (三生三世十里桃花, chinês simplificado; Sān shēng sānshì shí lǐ táo huā, pinyin).

<sup>14</sup>Todas figuras do universo do daoísmo.



---

frequência, tanto nas relações familiares, como entre mestre e discípulo, altos deuses e imortais, imperador e seus subordinados.

Outra valorização da cultura da China que se pode encontrar em Amor Eterno são as simbologias daoístas. Praticamente toda a história é contada em um universo que leva a lógica do “Dao”<sup>15</sup>. Nesse sentido, vemos, por exemplo, a presença de reinos distintos: o reino celestial, o reino fantasma e o reino mortal.

Amor Eterno também resgata outros elementos da história da China imperial. Entre os exemplos que podemos citar está a arquitetura e a arte. O sistema de linhagens de sucessão, característico das dinastias, também é representado na série, com o Imperador mortal e seu filho; e na relação entre Ye Hua, o príncipe herdeiro, e seu avô, o Imperador celestial.

O que foi brevemente apresentado até aqui faz parte da identidade do povo chinês, seja através da história, do comportamento ou dos valores. Afinal, como afirma Pinheiro-Machado (2013), os princípios do confucionismo e daoísmo, por exemplo, são vividos até hoje na China.

Tanto o formato do produto exportado – uma série para a TV -, como aquilo que ele apresenta, permitem entender Amor Eterno como disseminadora da cultura chinesa. Com isso, o título teria características daquilo que é considerado como recurso cultural na lógica de *soft power*. Não obstante, pode-se vislumbrar outros fatores que permitem entender melhor o potencial de geração de *soft power* de um determinado instrumento.

Uma característica de Amor Eterno é que essa foi uma série produzida e distribuída pela iniciativa privada. Ou seja, não houve participação direta do Estado chinês para que ela fosse realizada. De toda forma, como foi dito anteriormente, o fato de uma manifestação cultural partir da esfera privada não retira a possibilidade desta se tornar um recurso de *soft power*.

No entanto, a China se utiliza de órgãos estatais para realizar um tipo de controle do conteúdo midiático. Essa informação é amplamente conhecida – ainda que não se tenha informações detalhadas -, tornando esse processo um fator relevante da produção

---

<sup>15</sup> “Dao” (道, *dào*), como explicam Fairbank e Goldman (2008), significa “o caminho”. Esse caminho seria a forma de alcançar a imortalidade e uma posição espiritual elevada.

---

de uma série chinesa. Em sociedades liberais, mesmo que Amor Eterno tenha dezenas de pontos positivos enquanto recurso de *soft power*, a noção de que sua realização passou pelo controle do Estado chinês, como parte do contexto, poderia minar os seus resultados<sup>16</sup>.

Por outro lado, por conta de suas características, uma série do gênero *xianxia*, como Amor Eterno, anularia ou reduziria a percepção de que esta seria um instrumento explícito de propaganda<sup>17</sup>, já que, com o contexto de fantasia e referências históricas prévias à República Popular da China, não haveria referências ao aspecto político atual do país. Então, de acordo com o que fora apresentado anteriormente, o não reconhecimento de um produto cultural como propaganda facilita que ele se torne um recurso de *soft power*.

Ainda sobre a relação do governo chinês com a produção televisiva do gênero *xianxia* e, mais especificamente, a série Amor Eterno, é pública a intenção da Embaixada da China no Brasil em promovê-la no país. Em sua conta oficial no Instagram (@embaixadachina), em março de 2022, a Embaixada fez uma publicação<sup>18</sup> cujo texto principal dizia “3 *c-dramas* para vocês se apaixonar pelo gênero *xianxia*”. Nesta lista, Amor Eterno aparecia como primeira sugestão do referido órgão diplomático.

O principal aspecto que prejudica a imagem da China em outros países, segundo os dados levantados durante a investigação, é referente à sua postura política interna e externa – isto é, a China enquanto Estado. No entanto, em Amor Eterno, o que se destaca são aspectos históricos e culturais do país – a China enquanto sociedade -, aspecto, em geral, bastante apreciado no exterior. O investimento nesse tipo de recurso, portanto, configura-se numa convincente estratégia de relações públicas internacionais a ser utilizada na busca por *soft power*.

---

<sup>16</sup> Como visto em Nye (2004), no que diz respeito aos recursos de *soft power* de valores políticos e política externa, a visão ocidental hegemônica não legitima posições que sejam entendidas como autoritárias.

<sup>17</sup> O termo propaganda é entendido aqui como uma ferramenta de relações públicas, conforme a ideia defendida por Dantas (2016).

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbPulURLb5Z> . Acesso em: 10 dezembro de 2022.

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É perceptível que Amor Eterno tem características que permitem construir uma boa imagem da China no exterior, gerando admiração e atração pelo país. O *xianxia* carrega uma carga cultural rica, que destaca aspectos que já recebem aprovação em outros países. Através de séries do gênero, é possível ter contato com história, arte e pensamento da China. E, apesar da referida cultura ser bastante distinta da cultura ocidental, a série apresenta um ponto de convergência com um dos produtos televisivos mais consumidos no mundo: o drama<sup>19</sup>.

Em conclusão, espera-se que as reflexões elaboradas ao longo deste trabalho possam contribuir com futuros debates acerca da relação entre *soft power* e as relações públicas internacionais e que possa encorajar outras pesquisas acerca da China, um país com uma história milenar, com grande potencial de pesquisa na área de relações públicas internacionais.

## REFERÊNCIAS

AMOR Eterno [Seriado]. Direção de Lin Yufen, Yu Cuihua e Ren Haitao. China: Gcoo Entertainment, 2017. 58 episódios (44 horas), son., color. Série exibida pela Netflix. Acesso em: 2 de novembro de 2022.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de relações públicas: relações com os diferentes públicos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BALLERINI, Frantiesco. **Poder suave (soft power)**. São Paulo: Summus, 2017.

DANTAS, Guibson. **O que é, afinal, Relações Públicas?** In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul, 2016, Curitiba. Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul . São Paulo: Intercom, 2016.

---

<sup>19</sup> Dados coletados pela Parrot Analytics - empresa de tecnologia que, com um algoritmo complexo, monitora as demandas em mais de 16 ambiências da internet - revelam que, em diversos países, como Brasil, Estados Unidos, Países Baixos, Alemanha, Coreia, Austrália e a região norte da África, o drama é o gênero televisivo favorito.

---

DANTAS, Guibson. **As Relações Públicas Internacionais como instrumento de política externa brasileira: o caso da Declaração de Teerã**. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, [S. l.], v. 21, n. 46, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/68225>. Acesso em: 26 de fevereiro de 2023.

DANTAS, Guibson. **Soft Power: tipologia de poder e Relações Públicas Internacionais**. In: 20º Congresso de Ciências da Comunicação na região Norte, 06.,2023, Boa Vista. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/8/042620232110216449bd6dd9a64.pdf>. Acesso em 21 jun. 2023.

EMBAIXADA DA CHINA NO BRASIL. **3 c-dramas para você se apaixonar pelo gênero xianxia**. Brasília, 18 de março de 2022. Instagram: @embaixadachina. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbPulURLb5Z/>. Acesso em: 10 de dezembro de 2022.

ETERNAL LOVE. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2022. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Eternal\\_Love&oldid=63435517](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Eternal_Love&oldid=63435517). Acesso em: 01 de dezembro de 2023.

FALLOWS, James. Their Own Worst Enemy. **The Atlantic**, 2008. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/11/their-own-worst-enemy/307056/>. Acesso em: 20 de dezembro de 2022.

FAIRBANK, John K.; GOLDMAN, Merle. **China: Uma nova história**. Porto Alegre: L&PM, 2008.

GAO, Qin; LIU, Xiaofang. Stand against anti-Asian racial discrimination during COVID-19: A call for action. **International Social Work**, v. 64, n. 2, p. 261–264, mar./2021. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0020872820970610>. Acesso em: 15 de dezembro de 2022.

---

GE, Liang. Dual ambivalence: The Untamed Girls as a counterpublic. **Media, Culture & Society**, v. 44, n. 5, p 1021-1033, jul./2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/01634437221104713>. Acesso em: 04 de fevereiro de 2023.

GENRE Trend Report - Middle East North Africa (MENA), Q4 2020. **Parrot Analytics**, 2020. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-mena-oct-dec-2020/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - Argentina 2019 Q4. **Parrot Analytics**, 2020. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-argentina-2019q4/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - Australia, July to September 2020. **Parrot Analytics**, 2020. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-australia-jul-sep-2020/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - Brazil, November 2020 to January 2021. **Parrot Analytics**, 2021. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-brazil-november-2020-january-2021/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - South Korea, May to July 2020. **Parrot Analytics**, 2020. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-southkorea-may-jul-2020/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - Germany 2019 Q4. **Parrot Analytics**, 2020. Disponível em: <https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-germany-2019q4/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GENRE Trend Report - Benelux, May to July 2021. **Parrot Analytics**, 2021. Disponível em:

---

<https://www.parrotanalytics.com/insights/genre-trend-benelux-may-july-2021/>. Acesso em: 05 de março de 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, v. 35, p. 20-29, 1995.

KRUKOWSKA, Monika. Chinese Soft Power–Implications and Limits. **Journal of Modern Science**, v. 26, n. 3, p. 193-210, 2015. Disponível em: <https://www.jomswsge.com/Miekka-wladza-Chin-implikacje-i-ograniczenia,81779,0,2.html>. Acesso em: 5 de dezembro de 2022.

MOST Americans Have ‘Cold’ Views of China. Here’s What They Think About China, In Their Own Words. **Pew Research Center**, 2021. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/global/2021/06/30/most-americans-have-cold-views-of-china-heres-what-they-think-about-china-in-their-own-words/>. Acesso em: 10 de dezembro de 2022.

NYE, Joseph. **Soft Power: the means to success in world politics**. Nova Iorque: Public Affairs, 2004.

OHNESORGE, Hendrick. **Soft power: the forces of attraction in international relations**. Cham, Suíça: Springer, 2020.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana. **China, passado e presente**: um guia para compreender a sociedade chinesa. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2013

SHAMBAUGH, David. China’s soft-power push: the search for respect. **Foreign Affairs**, [s.l.], v. 94, n. 4, p. 98-107, jul./2015. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/24483821>. Acesso em: 07 de dezembro de 2022.

SILVA, Vagner. **Uma perspectiva internacional para as Relações Públicas**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, Rio de Janeiro, 2005.

---

SILVER, Laura; DEVLIN, Kat; HUANG, Christine. China's Economic Growth Mostly Welcomed in Emerging Markets, but Neighbors Wary of Its Influence. **Pew Research Center**, 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/global/2019/12/05/chinas-economic-growth-mostly-welcomed-in-emerging-markets-but-neighbors-wary-of-its-influence/>. Acesso em: 10 de dezembro de 2022.

SILVER, Laura; HUANG, Christine; CLANCY, Laura. How Global Public Opinion of China Has Shifted in the Xi Era. **Pew Research Center**, 2022. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/global/2022/09/28/how-global-public-opinion-of-china-has-shifted-in-the-xi-era/>. Acesso em: 10 de dezembro de 2022.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas: função política**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

WANG, J. **Soft power in China Public diplomacy through communication**. Basingstoke, Inglaterra: Palgrave Macmillan, 2011.