



## China tras la mirada de la televisión española

Carmen Rodríguez Wangüemert<sup>1</sup>; Vanessa Rodríguez Breijo<sup>2</sup>; José Manuel Pestano Rodríguez<sup>3</sup>

Recibido: 18 de noviembre de 2016 / Aceptado: 7 de marzo de 2017

**Resumen.** La movilidad psíquica que proporcionan los medios permite disponer de una imagen de un país en el que no se ha estado o de una sociedad con la que no se mantiene relación directa. Esta imagen construida se asienta sobre intereses editoriales y simplificaciones productivas que responden a la posición que ocupa el país en relación a otros. En el caso de China se observa en la televisión cómo las informaciones políticas y económicas características de países desarrollados coexisten junto a contenidos sensacionalistas, más propios de los que se dedican a países de la periferia. El estatus mediático otorgado a China parece corresponder al de un país todavía en proceso de transición hacia el centro del contexto internacional.

**Palabras clave:** China; imagen del otro; información internacional; informativos de televisión.

### [en] China seen on Spanish television

**Abstract.** The psychic mobility provided by the media allows to have an image of a country never visited before or to know a society without needing to have a direct relationship. The constructed image of a country is based on editorial interests and productive decisions that respond to the position that country has in relation to others. In the case of China, Spanish television broadcasts political and economic information, characteristics of developed countries, as well as sensationalist content, more typical of those on the periphery. The television image of China is that of a country still in process of transition towards a central place in the international context.

**Keywords:** China; image of the other; international information; television news.

**Sumario.** 1. Introducción y contexto. 2. Metodología. 3. Datos y resultados; 3.1 Presencia de China en los informativos de la televisión española; 3.2. Géneros utilizados; 3.3. Origen y procedencia de las informaciones; 3.4. Protagonistas y nivel de contraste; 3.5. Secciones y contenidos temáticos; 3.6. Categorías predominantes en el discurso informativo sobre China. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

<sup>1</sup> Universidad de La Laguna (Tenerife)  
E-mail: [crodrigu@ull.es](mailto:crodrigu@ull.es)

<sup>2</sup> Universidad de La Laguna (Tenerife)  
E-mail: [vrbreijo@ull.edu.es](mailto:vrbreijo@ull.edu.es)

<sup>3</sup> Universidad de La Laguna (Tenerife)  
E-mail: [jpestano@ull.edu.es](mailto:jpestano@ull.edu.es)

**Cómo citar:** Rodríguez Wangüemert, Carmen; Rodríguez Breijo, Vanessa; y Pestano Rodríguez, José Manuel (2017): "China tras la mirada de la televisión española", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (2), 969-985.

## 1. Introducción y contexto

Los medios de comunicación contribuyen a crear y mantener la imagen que tenemos de los otros. Esta forma de construcción mediada de la realidad tiene particular importancia en el caso de ciudadanos, países o regiones de los que no se tiene experiencia directa. El aumento de la movilidad psíquica constituye una de las características de las sociedades postindustriales (Lucas Marín, 2002), en las que se generaliza y expande la capacidad de construir imaginarios virtuales respecto a otras sociedades y lugares físicos que nunca se han visitado, pero que se han oído y visto en las informaciones y ficciones audiovisuales. Respecto a otros países el discurso mediático tiende a ser homogéneo, hegemónico, cierto e indiscutible; como indica Philo Wasburn (2002: 11-12) aunque muchas contribuciones tratan de desvelar con acento crítico los entresijos de estas operaciones de construcción artificiosa de una realidad mediática que utiliza con frecuencia recursos expresivos claramente partidistas o tendenciosos, entre la población se sigue pensando que la verdad transmitida por los medios, en particular cuando se trata de otro país, es efectivamente la verdad.

En las relaciones internacionales aparecen aspectos de poder que se reflejan en el tratamiento informativo y en la producción comercial de noticias. Las referencias a países situados en el centro resultan más frecuentes que los de la periferia, que aparecerán poco o nunca (Penalba, 1999) ya que "en cierta medida, las noticias internacionales continúan reflejando el primitivo sistema imperial en el que las agencias de noticias seguían a las banderas nacionales, ejércitos y comerciantes" (Wu, 2000: 111). Además la información sobre los países que no pertenecen al universo occidental-centrista incide con frecuencia en los aspectos sombríos de lo que relatan (Díaz Arias, 2008), proporcionando una imagen de los "países no occidentales como la de "los otros" bajo una óptica negativa" (Li y Tang, 2009: 220); estos países solo son noticia si en ellos ocurren fenómenos exóticos, revueltas, tragedias o desastres de cualquier índole.

China presenta características diferenciales respecto a otros países en términos políticos, económicos, culturales y sociales; además de otras características genéricas de sobra conocidas como su población, territorio e historia, su importancia en un mundo multipolar destaca tanto por su desarrollo económico, como por su estructura política. China es un socio comercial destacado de la Unión Europea y de España. Junto al comercio, China participa en distintos países en minería, pesca, agricultura, obras públicas, vivienda, sector financiero, ocio, comunicación, manufacturas o seguridad (Againglo y Gao, 2016; Pigato y Gourgon, 2014). China a comienzos del siglo XXI es una superpotencia emergente. Una de sus características diferenciales con respecto a otros países es la planificación, derivada de su sistema político. En el caso de países como China la planificación plurianual persiste, actualmente con otros objetivos, como transformar el modo de vida de cientos de millones de sus ciudadanos en el interior, doblando en 2020 su renta per cápita respecto a 2010, y constituir en pocos

años uno de los centros geopolíticos de referencia en el exterior y, por lo tanto, reformular el monopolio existente en un modelo unipolar derivado del final de la guerra fría. China se manifiesta utilizando una estrategia diplomática de *soft power* consistente en atraer y seducir al otro más que en el empleo de la fuerza para la coacción (Villamizar, 2011: 78), junto con un esfuerzo mediático sin precedentes (Wang, 2011: 3) se propone actuar sobre la información mundial como actor capaz de “reforzar su posición relativa respecto a otros países” (Shoemaker et al., 2010: 56), utilizando tácticas comunicativas que utilizan un flujo estructurado de noticias sobre diversas actuaciones que ubican al país, siempre según medios próximos a su gobierno, entre las primeras posiciones internacionales (Zhou, 2016). Tanto CCTV en español, propiedad de Televisión Central de China, como CNC World, de la Agencia de Noticias Xinhua, corresponden a un programa planificado de expansión de medios a escala planetaria (Zhang, 2010). Estos instrumentos proporcionan la agenda oficial china acerca lo que ocurre en ese país y en el mundo con estructura y forma occidentales.

La imagen de China se ha estudiado tradicionalmente en prensa verificando su estado en diferentes países y momentos (Peng, 2004; Sparks, 2010; Wilke y Achatzi, 2011; Yan, 1998) y, con menor frecuencia, en otros medios como la televisión (Li, 2012). En cuanto a las temáticas televisivas en diferentes países respecto de China, Willnat y Luo observan una elevada presencia de *hard news*, economía o política, y escasa frecuencia de noticias que atiendan a cuestiones sociales o culturales (Willnat y Luo, 2011). Para el caso chino, Qing Cao sugiere que en el discurso de los medios de comunicación occidentales se aprecia una pauta interna asociada al propio concepto de desarrollo, a lo que se añaden cambios editoriales en función de las oscilaciones de la economía y de la política internacionales (Cao, 2007: 276) con un énfasis negativista en los medios occidentales debido a su incapacidad para interpretar la cultura china (Luo, 2009). El ascenso del país lleva aparejado conocer el grado de adecuación entre el desarrollo chino y su imagen mediática (Zhang, 2010) así como la observación de fenómenos periodísticos concretos como el análisis comparado entre occidente y China de métodos y técnicas de representación en la producción de noticias (Zhong et al., 2011). Después de décadas de diáspora y búsqueda de nuevos mercados, territorios, materias primas y alianzas políticas, orígenes de interpretaciones contrapuestas (Bourdarias, 2010; Gagliardone et al., 2010; Wasserman, 2012; Sun, 2014), China se ha convertido en uno de los principales actores en la economía y la política internacional de lo que se deriva un interés creciente por conocer la imagen de China que proporcionan los informativos de las principales emisoras españolas de televisión a través de las siguientes preguntas:

- P1. ¿Cuáles son los aspectos formales de la información sobre China?
- P2. ¿Existe proporción entre las noticias de China y sus ciudadanos generadas dentro y fuera de España?
- P3. ¿Cuál es el papel de las agencias en la producción de noticias sobre China?
- P4. ¿Quiénes protagonizan la información?
- P5. ¿En qué secciones se sitúan las informaciones sobre China y sus ciudadanos?

P6. ¿Qué taxonomía se deriva de las informaciones sobre China y sus ciudadanos?

P7. ¿Se problematiza la imagen de China incluyéndola dentro de un mundo violento?

## 2. Metodología

Para el estudio de China en la televisión se seleccionaron tres emisoras: Televisión Española (TVE), Antena 3 y Telecinco, en función de los datos de consumo suministrados por Kantar Media. Inicialmente se realizó un visionado de 30 informativos para conocer la frecuencia de aparición, forma de presentación y contenidos más frecuentes; sirvió también para establecer las variables observacionales y sus categorías. Se determinó que la frecuencia de aparición de noticias era aproximadamente de una cada tres días, similar a lo referido por Díaz Arias para Extremo Oriente (Díaz Arias, 2008: 378), y suficiente una muestra de 450 noticias referentes a China o a sus ciudadanos, 150 por emisora (Balla, 2012).

Las piezas se obtuvieron mediante los sistemas de búsqueda y recuperación que ofrecen las empresas televisivas, complementados con buscadores de Internet. Se encontraron y analizaron un total de 120 piezas correspondientes al año 2011, 194 a 2012 y 136 a 2013.

Para la validación intercodificadores se llevó a cabo un análisis independiente del primero sobre 50 unidades obtenidas de manera aleatoria a partir de la muestra completa; se obtuvieron unos valores de kappa de Cohen que oscilan entre un mínimo de 0,61 a un máximo de 1,00 para las variables oportunidad e *in situ* respectivamente, con un valor medio de 0,81 para el conjunto de variables. Durante 2014 y 2015 se mantuvo la observación de informativos fuera de la muestra para identificar novedades y comprobar si existían modificaciones importantes en las tendencias principales.

## 3. Datos y resultados

### 3.1 Presencia de China en los informativos de la televisión española

Respecto a la extensión de las informaciones, las 450 piezas de referencia ocuparon 521 minutos (31.260 segundos) de emisión; TVE dedicó 195 minutos, seguida de Antena 3 con 181 y en tercer lugar Telecinco con 145 minutos. Este volumen de producción equivale a más de 15 informativos completos de 30 minutos, una presencia mediática nada desdeñable en el limitado espacio-tiempo televisivo.

La duración de cada una de las piezas es uno de los factores relevantes que indica la importancia que otorgan las distintas emisoras al contenido de las mismas. La diferencia de duración de las piezas entre las emisoras resulta estadísticamente significativa  $\chi^2(4, N = 450) = 60,75 p < .001$ . Esto se debe a que la mayoría de las piezas que emitieron tanto en TVE como en Antena 3 respecto a temas relacionados con ciudadanos chinos o China se situaron entre los 50" y 1'40", lo que se puede considerar dentro de la media de duración que tienen las noticias en

los informativos de esas emisoras, mientras que en Telecinco, la mayoría de estas piezas sobre ciudadanos chinos o China tienen una duración inferior a los 50", situación coherente con el menor peso de la información internacional en esa emisora, que suele resolverse mediante piezas breves y también empleando piezas denominadas en colas, compuestas por una sucesión de imágenes referenciales que se comentan por los presentadores en directo.

Se identifica un orden que muestra la relevancia que las emisoras dan a unas informaciones respecto a otras bajo la forma de esfuerzo productivo. Su grado de significación no es absoluto porque en ocasiones una información puede cubrirse de una manera u otra en función de condicionantes técnicos y humanos concretos, alejados de este principio. Esta clasificación permite apreciar la intensidad con la que una emisora recoge determinadas noticias a partir del esfuerzo productivo en el tratamiento televisivo que se da a las informaciones. Respecto a un mismo hecho, en el primer puesto de la escala de esfuerzo productivo se sitúa el directo, le sigue la pieza editada con in situ, a continuación la pieza editada con la voz del periodista y luego la pieza editada pero sin audio, que incorpora la locución de los presentadores en el momento de la emisión; al final se encontraría una conexión telefónica de voz en directo e imágenes referenciales de fondo, a lo que se añade la entrevista en el plató. El directo traslada la inmediatez a la televisión; en el estado actual de desarrollo técnico resulta más asequible que en décadas anteriores; sin embargo la diferencia horaria de España – China hace que este modo productivo sea poco viable y en todo caso anecdótico. En el conjunto de las tres emisoras, el 37,11% (167) de las noticias recogidas correspondió a piezas con presencia explícita del periodista, editadas con voz del periodista en off el 39,33% (177) y a piezas editadas para que el texto informativo fue leído por los presentadores un 23,56% (106).

El esfuerzo productivo debería corresponder a criterios editoriales pero la información televisiva tiene ante sí el reto de la economía de las empresas; una pieza con in situ o que utilice conexión en directo resulta, en general, más costosa que una que emplee solo imágenes de archivo y voz en off. La pieza editada con in situ, que supone la presencia del periodista en el lugar de la noticia, responde a varias razones entre las que se encuentran la importancia que la emisora concede a los hechos relatados, junto a la demostración de capacidad técnica y estrategias productivas, cuestiones que se obedecen tanto al servicio a las audiencias como a ganar posición frente a otras emisoras de la competencia y que pueden conducir a la mera sobreutilización del recurso; la presencia de periodista en pantalla expone creencias profesionales que consideran que esta práctica aporta valor a la información, en términos notariales y de credibilidad. La pieza editada con voz en off del periodista que redacta la noticia es la más frecuente en los informativos. La pieza editada sin la voz del periodista, que se emite con la locución en directo de los presentadores, corresponde en este caso a informaciones breves, de menor importancia y prescindibles si fuera necesario recortar el informativo.

Las emisoras realizan distinto esfuerzo productivo en relación a las noticias sobre ciudadanos chinos y sobre China como se recoge en la tabla 1; las diferencias entre emisoras resultan estadísticamente significativas  $\chi^2(4, N = 450) = 69,33 p < .001$ . Se aprecia como la emisora Antena 3 prácticamente dedica un tercio a cada modalidad y que la asimetría es considerable en el caso de TVE y de Telecinco;

TVE da mayor importancia al in situ, de manera que el 58% de sus piezas incluyen la presencia de la persona que elabora la información, mientras que Telecinco, con un 18%, es la que menos utiliza este modo productivo, hace mayor énfasis en la pieza editada con locución y también emplea pieza editada en colas.

Tabla 1. Distribución del número de piezas por modo de elaboración y emisora.  
Elaboración propia.

Piezas	TVE	%	ANTENA 3	%	TELECINCO	%	Total	%
Pieza con presencia explícita del periodista (in situ)	87	58,00	53	35,33	27	18,00	167	37,11
Pieza con la locución del periodista que la elabora (en off)	44	29,33	45	30,00	88	58,67	177	39,33
Pieza editada, con o sin sonido, para emitir comentada por presentadores (en colas)	19	12,67	52	34,67	35	23,33	106	23,56
Total	150	100	150	100	150	100	450	100

### 3.2. Géneros utilizados en la información televisiva sobre China

Los géneros empleados para producir la información en televisión están relacionados con una serie de objetivos informativos pero también se deben a una combinación de decisiones de la dirección y prácticas gerenciales puesto que unos géneros son más perecederos que otros. Entre las estrategias productivas habituales remiten a enfoques editoriales diferentes; una estrategia productiva centrada en la noticia supone una capacidad productiva concentrada en el tiempo, continua, efímera y comprometida con la información de actualidad, fundamentalmente expositiva; una estrategia productiva centrada en el reportaje indica una capacidad productiva extendida en el tiempo, discontinua, de menor caducidad, comprometida con la información explicativa o con la superficialidad de la moda; el reportaje permite disponer de productos informativos atemporales con un periodo de utilidad más extenso, que pueden ser utilizados en un programa de noticias o en otro, a conveniencia. El reportaje constituye un referente en este tipo de material de reserva, exige ritmo productivo distinto al de la noticia, se renueva periódicamente con nuevos temas, entiende la actualidad como una dimensión dilatada en el tiempo y permite dar al espacio televisivo más espectacularidad. La relación entre número de noticias y reportajes recogida en la tabla 2 nos da idea de la existencia de distintos enfoques productivos; en uno prima la información estricta, la noticia, mientras que en el otro prevalece la información menos sujeta a la actualidad, con lo que aumenta el número de reportajes. En el conjunto de las tres emisoras fueron noticia un 84,67% (381) de las piezas y un 15,33% (69) fueron reportajes.

Las diferencias entre los porcentajes correspondientes a noticias y reportajes de las distintas emisoras fueron estadísticamente significativos,  $\chi^2(2, N = 450) = 17,56$   $p < .001$ . TVE dedica un 5,33% a reportajes, mientras que a este género pertenecen el 19,33% de las piezas de Antena 3 y un 21,33% en Telecinco; esta diferencia da idea del distinto enfoque realizado por TVE, centrado en la información de actualidad, frente a tácticas que prefieren productos con menor caducidad como es el caso de Antena 3 y Telecinco.

Tabla 2. Frecuencia de noticias y reportajes por emisora. Elaboración propia.

	TVE	%	ANTENA 3	%	TELECINCO	%	Piezas	%
Noticia	142	94,67	121	80,67	118	78,67	381	84,67
Reportaje	8	5,33	29	19,33	32	21,33	69	15,33
Total	150	100	150	100	150	100	450	100

### 3.3. Origen y procedencia de las informaciones

Las noticias sobre un Estado y sus ciudadanos pueden originarse en diferentes lugares, dentro y fuera de España; aunque pudiera parecer que mirar al otro significa recoger también lo que ocurre en su país eso no es del todo exacto; muchas informaciones solo se refieren a los ciudadanos de países emergentes o en desarrollo cuando ocurren en España, o en territorios próximos, sin que aparezca ni una sola vez una información, noticia o reportaje, sobre ese país. El origen de las informaciones es una marca de la preeminencia que un país tiene en la escala que ha establecido el informador, de manera consciente o no. Un país con bajos o muy bajos niveles en recursos estratégicos, capacidad comercial y exportadora, relevancia internacional, PIB, etc., solo tiene probabilidades de que aparezcan noticias cuando en esos lugares ocurran fenómenos dramáticos, e incluso serán más frecuente la presencia de noticias que hagan referencia más a sus ciudadanos en relación con los intereses españoles que al propio país de origen. Por el contrario si el Estado de referencia tiene elevados niveles en los parámetros mencionados anteriormente la frecuencia de informaciones se invierte y serán más habituales las noticias originadas en su territorio o en el contexto internacional que las producidas por sus ciudadanos en España.

En el caso chino, si consideramos el origen de las informaciones, el 82,44% (371) de las piezas correspondieron a sucesos fuera del territorio español, mientras que el 17,56% (79) tuvieron su origen en España. Las diferencias de porcentajes entre las emisoras no son estadísticamente significativas, ya que las tres emisoras tienen una distribución en la ubicación internacional – nacional de las informaciones bastante parecida.

Esta tendencia a la homogeneidad indica, sin ser concluyente, que se acepta por parte de los informadores una posición destacada de China como sujeto de la información debido a su situación como actor internacional relevante. En todo caso

es un indicador más en términos de tamaño del efecto, una aportación pequeña si se quiere, pero continua y en la misma dirección: en todas las emisoras el reparto del origen de la información es parecido. La similitud entre las emisoras permite apreciar que las informaciones procedentes de España suponen entre un 15 y un 20% de respecto al total. Este porcentaje es variable, puesto que depende de la aparición de determinadas noticias, pero cuando se manifiesta lo hace por igual en todas las televisiones, ya que se deriva de la elevada redundancia de las informaciones nacionales.

Al observar las 79 piezas informativas que tuvieron su origen en España la coincidencia de temas, hechos o sucesos con origen en el territorio español es del 61%. De las 79 piezas, 48 tienen ejes temáticos coincidentes que se repiten en dos, incluso en tres emisoras en el mismo día o en días próximos, mientras que 31 piezas tratan de temas distintos entre sí. En este caso la redundancia mediática se sitúa en una relación 3:5, es decir, de cada 5 informaciones nacionales sobre China y ciudadanos chinos, 3 son redundantes, puesto que aparecen en dos o más emisoras de televisión. Este nivel de redundancia apunta de nuevo en la dirección de la homogeneidad del discurso, no ya en la forma, sino en el contenido, de manera que, sea cual sea la emisora que se sintonice, aparecerán un conjunto de temas, similares en diferentes emisoras, que conforman la agenda mediática común.

En la información internacional las agencias de noticias participan con cuotas variables según el país, clase de información, relevancia, género y recursos. China dispone de una gran agencia de noticias, Agencia de Noticias Xinhua de China, que proporciona contenidos audiovisuales; esta agencia ofrece a sus clientes otros servicios diversificados como "cobertura de noticias, entrevistas en línea, apoyo tecnológico, traducción, creación de página web, organización de conferencias y exposiciones, servicios de asesoramiento en materia de inversiones, así como publicidad y promoción de productos" (Xinhua, 2016). Además las emisoras españolas también disponen de sus propias agencias, en algunos casos propias, en otras subsidiarias o preferentes.

Respecto a la procedencia de las informaciones y a su elaboración las emisoras originan el 41,56% (187) de las piezas informativas, mientras que las distintas agencias suministran el 58,44% (263) lo que parece confirmar que en la aparición de noticias sobre un país resulta determinante la existencia de agencias informativas en el mismo (Wu, 2000). Las emisoras participan con diferentes modalidades asociativas junto a alguna de estas agencias para la producción de informaciones, como ocurre con TVE y EFE, que pueden aparecer por separado o como TVE-EFE; un caso similar es el de Telecinco-Atlas. Fuera de estas asociaciones empresariales, el resto de agencias internacionales suministra un 35,33% (159) de las informaciones, lo que indica la dependencia de las emisoras respecto a estas agencias, que les aportan un tercio de las informaciones sobre ciudadanos chinos y China. Las diferencias de porcentajes entre las emisoras no son estadísticamente significativas; los diferentes estilos de firma en TVE dificulta la comparación; lo mismo ocurre con Telecinco y Atlas; si consideramos incluidas en una sola categoría las piezas en las que participa la emisora la relación productiva estaría en el caso de TVE y Telecinco en 2:3, es decir, dos piezas propias de cada tres; en el caso de Antena 3 esta relación sería de 1:2.

### 3.4. Protagonistas y nivel de contraste

Las informaciones tienen protagonistas institucionales en 192 ocasiones del total de 450 piezas. Diferentes organizaciones y entidades chinas aparecen como protagonistas institucionales en 153 casos (79,69%), España 29 (15,10%) y otros países y entidades 10 (5,21%). Entre las organizaciones y entidades chinas que aparecen como protagonistas institucionales se encuentra en primer lugar el Gobierno de China con 79 informaciones (41,14%), el Partido Comunista de China, con 19 (9,89%), y el resto se reparte entre entidades económicas, tribunales, policía, etc. Los Gobiernos de China y España comparten protagonismo en 12 ocasiones (6,3%). Cuando el protagonista institucional es una organización o entidad situada en España, aparece en primer lugar el Ministerio del Interior, 17 informaciones, (8,85%) y el resto se reparte entre entidades como el Ministerio de Hacienda, tribunales, etc.

Es posible identificar un protagonista colectivo o individual, no institucional, en 282 de las 450 informaciones: TVE, 84; Antena 3, 91 y Telecinco, 107. El protagonista colectivo aparece en 114 ocasiones (40,43%) mientras que el individual lo hace en 168 piezas (59,57%). Las diferencias entre los porcentajes de las distintas emisoras resultan estadísticamente significativas,  $\chi^2(2, N = 283) = 21,78$   $p < .001$ . Mientras que el protagonista individual aparece en TVE en 34 piezas (40,48%), en Antena 3 lo hace en 55 (60,44) y en Telecinco 79 (73,83%). Este diferencial es coherente con una línea editorial que prefiere historias personales por su potencial de atraer la atención de la audiencia; a partir de la proximidad que emana del individuo, o la personificación de noticias y reportajes se consigue identificar a la audiencia con el protagonista cuando este es otra persona. La cadena pública TVE mantiene un mayor énfasis en protagonistas institucionales, una actuación coherente con la mayor presencia de contenidos políticos en esa emisora.

Una característica de la calidad de la información es su nivel de contraste. Una pieza en la que se muestra una fuente explícita que acredita lo dicho refuerza el discurso audiovisual y legitima la información; dos o más permiten ofrecer posiciones consonantes o disonantes entre sí, enriquecer la narración y mostrar diferentes perspectivas sobre el objeto de la información; también constituyen una muestra de la línea editorial del medio y del esfuerzo productivo empleado. En el conjunto de las tres emisoras, el 67,56% de las informaciones no tiene ninguna fuente explícita; es decir, de cada tres piezas informativas dos no incluyen a ninguna fuente que apoye, rebata, justifique o critique el contenido de la información. Las diferencias entre los porcentajes de las distintas emisoras no son estadísticamente significativas,  $\chi^2(6, N = 450) = 7,24$   $p < 0.30$ . Lo que sí se aprecia en las tres emisoras es coincidencia en la relación entre informaciones con alguna fuente explícita y el total de piezas que tienen a ciudadanos chinos o a China como protagonistas. En TVE esa relación es de 1:3, muy similar a la de Antena 3, mientras que en Telecinco es 1:4.

### 3.5. Secciones y contenidos temáticos

Según el modelo biológico propuesto por Shoemaker la selección de las informaciones obedece a dos principios evolucionados que se corresponden con “la vigilancia del entorno para los acontecimientos que tienen algún tipo de desviación y la evaluación de los eventos de acuerdo a su importancia para el sistema social” (Shoemaker et al., 2010: 59). En los informativos de televisión los medios organizan esas informaciones en secciones flexibles y las piezas se pueden categorizar según su temática. En cuanto a las secciones en las que aparecen las informaciones sobre China, o ciudadanos chinos, encontramos que las informaciones se ubican en sociedad, sucesos o política; en el caso de esta última sección se incluyen solo piezas que tratan exclusivamente de cuestiones políticas; se consideran de otras secciones noticias en las que puede existir una componente política, pero cuyo objeto central de la información corresponde a sucesos o sociedad. En el conjunto de las tres emisoras las informaciones políticas suponen un 14% (63), las de la sección sociedad un 41,8% (188) y las de la sección de sucesos un 44,2% (199).

Las diferencias entre los porcentajes de las distintas emisoras fueron estadísticamente significativas,  $\chi^2(4, N = 450) = 50,37 p < .001$ . Antena 3 y Telecinco dedican respectivamente un 5,33 y un 7,33% a la información política a diferencia de TVE en la que la política ocupa un 29,3%; Antena 3 y Telecinco no enfatizan sobre temas políticos, sino que prefieren los contenidos que tienen que ver con sucesos, que suponen aproximadamente la mitad de las informaciones de estas emisoras, un 44,66 Antena 3 y 55,33% en Telecinco. Una situación parecida se da en sociedad, en la que los porcentajes son de un 50% y 37,33% respectivamente. En el caso de TVE las informaciones se distribuyen de manera más uniforme entre las tres secciones.

Tabla 3. Distribución de las piezas según la sección en la que aparecen. Elaboración propia.

	TVE	%	Antena 3	%	Telecinco	%	Total	%
Sociedad	57	38	75	50	56	37,33	188	41,78
Sucesos	49	32,7	67	44,66	83	55,33	199	44,22
Política	44	29,3	8	5,33	11	7,333	63	14

Dentro de la sección sociedad se consideraron cuatro ejes temáticos: arte y cultura, ciencia y tecnología, gestión política y economía. En estos ejes temáticos se agruparon diferentes temas. En arte y cultura: arte, literatura, cultura, educación y conservación cultural y medioambiental; en ciencia y tecnología: ciencia, tecnología, cambio climático, contaminación, naturaleza y salud; en gestión política, derechos humanos, control demográfico, censura, huelga y pena de muerte; en economía, economía, pobreza y vivienda. En el conjunto de la sección de sociedad, a los temas de arte y cultura se dedicó el 35,75% de las informaciones, a los de ciencia y tecnología el 15,64%, a los de gestión política el 10,61 y a los de economía el 37,99%.

Precisamente a las noticias de sociedad con temática de gestión política TVE dedica el 26,79% (15) de sus informaciones en contraposición a lo que hacen las otras dos cadenas: Antena 3, 2,82% (2) y Telecinco, 3,85% (2) respectivamente. El mayor diferencial de la sección de sociedad se da en las noticias sobre arte y cultura; en este caso TVE suponen el 12,50%(7) de las piezas de sociedad, mientras que Antena 3 fueron el 42,25% (30) y en el caso de Telecinco el 51,92% (27). La mayor consonancia se da en la información de sociedad sobre temas de economía: TVE 46,43% (26), Antena 3 38,03 (27) y Telecinco 28,85 (15). Se aprecia como la opción editorial de TVE, en la que prevalecen temas de sociedad con contenido económico y político, se contraponen a las líneas editoriales de Antena 3 y Telecinco, en las que la economía no es el principal factor de aparición de noticias (Wu, 2000) sino otros aspectos sociales menos centrados en las *hard news*.

A la sección de sucesos corresponden seis categorías que recogen cada una varios apartados en los que se integran las informaciones según su contenido. Las categorías son: Incidentes que afectan a la vida de las personas, accidentes y enfermedades, desastres naturales, incidentes económicos o tecnológicos, episodios protagonizados por colectivos y delincuencia organizada.

Cada categoría incluye varios apartados. ‘Incidentes que afectan a la vida de las personas’: asesinato, suicidio, pena de muerte, secuestro, muerte de trabajadores, maltrato, agresión. ‘Accidentes y enfermedades’: accidente, enfermedad, contaminación. ‘Desastres naturales’: terremotos, inundaciones, tifones, desprendimientos, tormentas. ‘Incidentes económicos o tecnológicos’: fraude, contrabando, espionaje industrial, ciberataques, robo. ‘Episodios protagonizados por colectivos’: manifestaciones, manifestaciones violentas, enfrentamientos étnicos, fenómenos compulsivos. ‘Delincuencia organizada’: red de migración ilegal, red de prostitución, mafia.

Encontramos que ‘accidentes y enfermedades’ ocupan la mayor atención temática, con un 30,81% (61) de las informaciones, seguidos de ‘incidentes que afectan a la vida de las personas’, 21,72% (43), ‘desastres naturales’, 18,69% (37) y ‘delincuencia organizada’ 16,67% (33). Los incidentes económicos o tecnológicos y los episodios de violencia social apenas llegan al 12% (24) de las piezas de sucesos. Las diferencias entre porcentajes de no fueron estadísticamente significativas respecto a las tres emisoras, aunque se aprecia menor incidencia de accidentes y enfermedades en TVE en relación a Antena 3 y Telecinco. En cuanto al resto de datos ofrecen un aspecto similar, con pequeñas diferencias, lo que se traduce en homogeneidad temática en la sección de sucesos.

Si observamos la presencia de China como país interviniente en un contexto nacional o internacional recogido en las informaciones encontramos 117 informaciones que tienen ese contenido, aunque estas no sean estrictamente políticas y puedan tener otro tema principal. De estas 117 unidades China aparece destacada como único país interviniente en 52 ocasiones (44,44%), le siguen informaciones en las que figuran China y Estados Unidos con 20 piezas (17,09%) y a continuación China y España, en 17 piezas (14,53). TVE es la emisora con más informaciones en las que aparecen países intervinientes, 83 piezas; esta presencia es menor en Antena 3 y Telecinco, con 15 y 19 piezas respectivamente.

### 3.6. Categorías predominantes en el discurso informativo sobre China

En relación con la taxonomía de la información sobre China, en un conjunto relevante de noticias resultó posible identificar una idea principal que caracteriza el contenido de la pieza informativa. Respecto a esta característica dominante las categorías que aparecen con más frecuencia son cooperación, confrontación, amenaza, potencia y oportunidad. Una pieza corresponde a cooperación si expresa que las partes actúan conjuntamente para beneficio mutuo; también se recogen en esta categoría noticias en las que una de las partes realiza acciones de aproximación y entendimiento hacia la otra. En confrontación se presentan dos posiciones antagónicas, en las que China representa una de ellas. En amenaza se recogen noticias en las que se manifieste o use la fuerza para conseguir propósitos. Potencia reúne las informaciones sobre China o sus ciudadanos en las que destaca su capacidad, real o previsible, de transformación del entorno físico, político, social, económico, etc. En la dimensión oportunidad se sitúan las informaciones que presentan a China o a sus ciudadanos, respectivamente como país o colectivo, en el que resulta posible el desarrollo de nuevas ideas, innovaciones y proyectos de diferente tipo.

Se identificaron estas dimensiones en 303 piezas; en el resto era más difusa su presencia o se manifestaban otras categorías. En el conjunto de las tres emisoras la dimensión más frecuente es la amenaza, que se percibe en 106 piezas, el 34,98% de los casos; le siguen potencia, con 62 piezas (20,46%) y confrontación, 56 (18,48%). A la categorías cooperación – integración correspondieron 41 piezas (13,53%) y a la de oportunidad 38 (12,54%).

Las diferencias entre porcentajes resultaron ser estadísticamente significativas,  $\chi^2(8, N = 295) = 32,89 p < .001$ . Aunque la categoría amenaza fue la más frecuente en las tres emisoras, en TVE 64 piezas (41,56%) tuvieron esa consideración, mientras que en Antena 3 fueron 26 (30,59%) y en Telecinco fueron 16 (25%). También hay asimetrías en la categoría oportunidad TVE, 6 casos (3,90%), Antena 3, 20 (23,53%) y Telecinco, 12 (18,75%); ocurre lo mismo en la de confrontación TVE, 36 (23,38%), Antena 3, 6 (7,06%), Telecinco, 14 (21,88%).

Tabla 4. Distribución de categorías temáticas por emisora según su frecuencia. Elaboración propia

Categorías temáticas	TVE	%	Antena 3	%	Telecinco	%	Total	%
Cooperación	19	12,34	13	15,29	9	14,06	41	13,53
Confrontación	36	23,38	6	7,06	14	21,88	56	18,48
Amenaza	64	41,56	26	30,59	16	25,00	106	34,98
Potencia	29	18,83	20	23,53	13	20,31	62	20,46
Oportunidad	6	3,90	20	23,53	12	18,75	38	12,54
Total	154	100	85	100	64	100	303	100

La violencia es una dimensión recurrente en televisión. Cuando en una pieza aparecen imágenes de alguna categoría señalada como violenta se identifica como tal, es decir, la información puede ser sobre otro tema y tener otras componentes, incluso la aparición de imágenes violentas puede ser circunstancial, anecdótica o mínima, pero la presencia de elementos característicos de violencia supone que la pieza se adscribe también a esa categoría.

Las categorías de la violencia explícita son institucional, cuando refleja la presencia o la actuación de cuerpos de seguridad del Estado, civil, cuando se trata de violencia protagonizada por ciudadanos y militar cuando recoge la presencia o la actuación de las fuerzas armadas.

La violencia explícita resulta frecuente en los informativos, en este caso, de 450 piezas 127 corresponden a alguna de las categorías anteriores. Casi una de cada cuatro informaciones contiene elementos violentos explícitos. La violencia legal apareció en 57 piezas (44,88%), la civil en 34 (26,77%) y la militar en 36 (28,35%).

Las diferencias entre porcentajes resultaron ser estadísticamente significativas,  $\chi^2(4, N = 127) = 23,55 p < .001$ . TVE emitió 57 informaciones con elementos de violencia explícita, Antena 3 31 y Telecinco 39. Mientras que en TVE la violencia militar fue la que más presencia tuvo, 26 piezas, 45,61% de las piezas con contenidos violentos de esa emisora, en Antena 3 y Telecinco solo se emitieron 5 piezas con este contenido en cada emisora (16,13% y 12,82% respectivamente); en TVE la violencia civil se manifestó en 7 piezas (12,28%), en Antena 3 fueron 16 piezas (51,61%) y en Telecinco 11 (28,21%).

#### 4. Conclusiones

En relación con las cuestiones planteadas se observa en el caso de P1, ¿cuáles son los aspectos formales de las noticias sobre China?, una presencia significativa de información sobre China y sus ciudadanos consonante con la posición de este país en el ámbito internacional. El volumen temporal de piezas obtenidas, sin ser todas las emitidas, suma más de 500 minutos, lo que indica que las televisiones españolas dedican con frecuencia y recurrencia piezas informativas a temas chinos que tienen una duración estándar en el caso de TVE y Antena 3 mientras que en Telecinco suelen ser más breves.

En el conjunto de las tres emisoras de cada 5 piezas aproximadamente 2 se presentan editadas con voz en off del periodista, 2 con in situ y 1 con la locución de los presentadores del informativo, aunque el esfuerzo productivo de cada emisora es diferente. En TVE prevalece el respaldo a la verosimilitud del discurso mediante el in situ del corresponsal; Antena 3 utiliza tanto in situ, como pieza editada con voz en off y pieza en colas; en Telecinco la pieza editada con voz en off predomina.

Los géneros empleados son la noticia (85%) y el reportaje (15%). La preferencia por la noticia indica el peso dado a la actualidad frente al reportaje, menos perecedero, aunque en ambos casos la información pueda ser episódica, descriptiva y sin seguimiento. Se aprecia el diferencial público-privado entre las emisoras; las televisiones privadas utilizan 4 veces más reportajes que la pública,

TVE (5,33%), Antena 3 (19,33%), Telecinco (21,33%), lo que denota la preferencia por la noticia en TVE en contraposición al empleo de productos de menor caducidad preferido por Antena 3 y Telecinco.

P2. ¿Existe proporción entre las noticias de China y sus ciudadanos generadas dentro y fuera de España? Prevalen las informaciones sobre China y sus ciudadanos que proceden geográficamente del exterior respecto a las generadas en España, en una proporción aproximada de 4 a 1, dato común a las tres emisoras. Esta combinación de baja frecuencia pero recurrente en la globalidad remite a un modelo de vigilancia del entorno que no se limita a lo próximo sino a los principales actores internacionales. A su vez, el hecho de aparecer en los informativos noticias generadas por la comunidad china en España saca a los ciudadanos chinos de su invisibilidad, pero con una elevada relación de redundancia de 3 a 5, es decir, de cada 5 noticias 3 aparecen en dos o incluso en las tres televisiones estudiadas; esto da lugar a una agenda temática similar en diferentes medios.

P3. ¿Cuál es el papel de las agencias en la producción de noticias sobre China? Las emisoras construyen la información audiovisual sobre China y sus ciudadanos elaborando piezas con materiales que pueden ser propios, de agencias o de ambos. Las agencias tienen un peso específico elevado en la información sobre China; de cada 5 informaciones, 3 corresponden a agencias y 2 las originan las televisiones; además, en un tercio de las informaciones participan agencias internacionales lo que muestra la dependencia productiva existente en la televisión.

P4. ¿Quiénes protagonizan la información? Algo menos de la mitad de noticias tienen protagonista institucional; organizaciones o entidades chinas aparecen en una de cada tres noticias de la muestra; las entidades más frecuentes son gobierno, Partido Comunista, entidades económicas, tribunales y policía lo que contribuye a enmarcar como problemático lo sucedido.

Las noticias con personas protagonistas, individuos o colectivos, son más frecuentes; las diferencias entre emisoras son significativas: TVE presenta mayor número de piezas con protagonistas institucionales, coherente con su rol de emisor público, más centrado en *hard news*, mientras que cadenas privadas, como Telecinco prefieren emplear la personificación como atractor frecuente en las *soft news*.

Dos tercios de las informaciones no tienen ninguna fuente explícita, sin diferencias significativas entre las tres emisoras; en este modelo productivo común la noticia se presenta solo con el aval de la emisora, a la que se concede credibilidad a pesar de no presentar más apoyos que justifiquen o apoyen el relato.

P5. ¿En qué secciones se sitúan las informaciones sobre China y sus ciudadanos? Las noticias sobre China y sus ciudadanos correspondieron a sucesos (44%), sociedad (42%) y política (14%) en el conjunto de las tres emisoras, pero con diferencias entre ellas. TVE dedicó un tercio a cada sección, Antena 3 primó temas de sociedad y solo una noticia de cada 20 fue política y mientras que Telecinco prefirió los sucesos. Con casi 200 piezas de 450, sucesos es el área más recurrente en las informaciones sobre China y sus ciudadanos, dibujando un entorno sombrío; las tres emisoras siguen un orden de preferencias similar con pocas diferencias en las que aparece ‘accidentes y enfermedades’ en primer lugar, seguido de ‘incidentes que afectan a la vida de las personas’, ‘desastres naturales’ y

‘delincuencia organizada’, y finalizando con ‘incidentes económicos o tecnológicos’ y ‘episodios protagonizados por colectivos’. En sociedad TVE prevalecen noticias que tengan alguna componente política o económica frente a Antena 3 y Telecinco que dedican más piezas a arte y cultura; también el mayor énfasis en la información política corresponde a TVE. En noticias con un claro país interviniente China aparece en una de cada cuatro piezas, ya sea como actor único o con otros países como Estados Unidos o España.

P6. ¿Qué taxonomía se deriva de las informaciones sobre China y sus ciudadanos? Se identifica una idea dominante en trescientas piezas aproximadamente. Estas ideas se corresponden con las categorías de cooperación, confrontación, amenaza, potencia y oportunidad. La más frecuente es la amenaza que si se añade a confrontación supone más de la mitad de estas piezas, siendo estas las categorías que presentan mayor potencial de negatividad. La categoría potencia, situada entre admiración y recelo se detecta en una de cada cinco piezas. Las categorías cooperación y oportunidad, con mayor potencial positivo son también las menos frecuentes. Existen diferencias entre emisoras; en TVE la representación es más convulsa, con dos tercios de las piezas dedicadas a amenaza o confrontación; en las otras dos emisoras se aprecia un reparto dimensional más equilibrado.

P7. ¿Se problematiza la imagen de China incluyéndola dentro de un mundo violento? Se encontraron 127 noticias con referencias violentas de distinto tipo, lo que supone un 28% del total de la muestra. La violencia es un elemento recurrente en los informativos que oscurecen la imagen de China y sus ciudadanos. La información se problematiza cuando intervienen fuerzas del Estado, lo que sucedió en 93 piezas. Las 34 noticias con violencia civil evocan cierto temor ante los riesgos pero en menor frecuencia que otros países.

Por lo tanto, la imagen construida por los informativos de televisión parece ubicarse entre la propia de un país de la periferia y la de un país situado en el centro del contexto internacional, pero todavía alejada de la que corresponde a China por su posición en el mundo. Algunos aspectos muestran esa dinámica: se le proporciona tiempo televisivo, frecuente y relevante, se emplean diferentes modos productivos, se mantiene una observación de lo que ocurre mediante noticias y reportajes mientras se concede a las agencias un papel destacado. Pero el recelo y la negatividad siguen presentes; a pesar de los avances de China en diferentes áreas prevalecen los sucesos, las categorías temáticas de confrontación y amenaza son las más comunes y, además, la información aparece ensombrecida por la violencia. Aunque en la globalidad China no es ya un país tan lejano, los medios siguen tratando a ese país como si lo fuera.

## 5. Referencias bibliográficas

- Againglo, Rodrigue & Gao, Junshan (2016): “Promotion of Entrepreneurship in West-Africa, Lessons from China”. *Open Journal of Business and Management*, 4, 519-527. DOI: [dx.doi.org/10.4236/ojbm.2016.43056](https://doi.org/10.4236/ojbm.2016.43056).
- Balla, Deepanshu (2012): "Sample Size Calculator with Excel". *Listen Data*: [www.listendata.com/2012/10/sample-size-calculator-in-excel.html](http://www.listendata.com/2012/10/sample-size-calculator-in-excel.html) [10.09.2016].

- Bourdarias, Françoise (2010): "Chinese Migrants and Society in Mali: Local Constructions of Globalization". *African and Asian Studies*, 9, 269-285.  
DOI: 10.1163/156921010X515969.
- Díaz Arias, Rafael (2008): "La representación del mundo en los informativos de televisión". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 323-384. Madrid, Ediciones Complutense.
- Cao, Qing (2007): "China Through Western Eyes. A Case Study of the BBC Television Documentary *Roads To Xanadu*". *European Journal of East Asian Studies*, 6 (2), 275-297. DOI: 10.1163/156805807X256890.
- Gagliardone, Iginio; Repnikova, Maria; and Stremlau, Nicole (2010): *China in Africa: a new approach to media development*. Oxford, University of Oxford:  
<http://www.global.asc.upenn.edu/fileLibrary/PDFs/chinainafrica.pdf> [16.09.2016].
- Li, Hongmei & Tang, Lu (2009): "The representation of the Chinese product crisis in national and local newspapers in the United States". *Public Relations Review*, 35, 219-225. DOI: 10.1016/j.pubrev.2009.05.007.
- Li, Xiufang (2012): "Images of China: A Comparative Framing Analysis of Australian Current Affairs Programming". *Intercultural Communication Studies*, 21 (1), 173-188.  
<http://web.uri.edu/iaics/files/16XiufangLi.pdf> [16.09.2016]
- Lucas Marín, Antonio (2002): *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona, Bosch.
- Luo, Kunjin (2009): "Review on Construction of National Images of China from Reports by Western Media on the Olympic Games". *Asian Social Science*, 5 (8), 111-118. DOI: 10.5539/ass.v5n8p111.
- Penalva, Clemente (1999): "La selección de noticias como indicador de desigualdad entre naciones". *Papers*, 59, 155-172.  
<https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n59/02102862n59p155.pdf> [12.10.2016].
- Peng, Zengjun (2004): "Representation of China: An Across Time Analysis of Coverage in the *New York Times* and *Los Angeles Times*". *Asian Journal of Communication*, 14 (1), 53-67. DOI: 10.1080/0129298042000195170.
- Pigato, Miria & Gourdon, Julien (2014): "The Impact of Rising Chinese Trade and Development Assistance in West Africa". *Africa Trade Practice Working Paper Series*, 4. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/18961> [Consulta: 16.09.2016]
- Sparks, Colin (2010): "Coverage of China in the UK national press". *Chinese Journal of Communication*, 3, 347-365. DOI: 10.1080/17544750.2010.499637.
- Shoemaker, Pamela; Philip, R. Johnson; Seo, Hyuniin; and Wang, Xiuli (2010): "Readers as gatekeepers of online news". *Brazilian Journalism Research*, 6 (1), 55-77.  
<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/226/224> [16.09.2016].
- Sun, Yun (2014): *Africa in China's Foreign Policy*. Washigton, Brookings.  
[https://www.wlv.ac.uk/media/departments/faculty-of-social-sciences/documents/Africa\\_in\\_China\\_Brookings\\_report.pdf](https://www.wlv.ac.uk/media/departments/faculty-of-social-sciences/documents/Africa_in_China_Brookings_report.pdf) [Consulta: 16.19.2016].
- Villamizar, Fernando (2011): "El *Soft Power* chino. Un acercamiento". *Revista Enfoques*, vol. IX, 14, 75-88. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96019001004> [Consulta: 16.09.2016].
- Xinhua (2016): *Agencia de Noticias Xinhua de China. Sobre nosotros*:  
[http://spanish.xinhuanet.com/servicios/2013-07/16/c\\_13113544.htm](http://spanish.xinhuanet.com/servicios/2013-07/16/c_13113544.htm) [Consulta: 10.09.2016].
- Yan, Wenjie (1998): "A Structural Analysis of the Changing Image of China in the *New York Times* from 1949 through 1988". *Quality & Quantity*, 32, 47-62. DOI: 10.1023/A:1004245831853.
- Wasburn, Philo C. (2002): *The Social Construction of International News. We're Talking about Them, They're Talking about Us*. Wesport, Praeger Publishers.

- Wang, Jian (ed.) (2011): *Soft Power in China. Public Diplomacy through Communication*. New York, Palgrave Macmillan US.
- Wasserman, Herman (2012): "China in South Africa: media responses to a developing relationship". *Chinese Journal of Communication*, 5 (3), 336-354. DOI: 10.1080/17544750.2012.701428.
- Wilke, Jürgen & Achatzi, Julia (2011): "From Tian'anmen Square to the global World stage: framing China in the German press, 1986-2006". *Chinese Journal of Communication*, 4 (3), 348-364. DOI: 10.1080/17544750.2011.594563.
- Wilke, Jürgen; Heimprecht, Christine; and Cohen, Akiba (2012): "The geography of foreign news on television. A comparative study of 17 countries". *International Communication Gazette*, 74 (4), 301-322. DOI: 10.1177/1748048512439812.
- Willnat, Lars & Yunjuan, Luo (2011): "Watching the dragon: global television news about China". *Chinese Journal of Communication*, 4 (3), 255-273. DOI: 10.1080/17544750.2011.594552.
- Wu, H. Denis (2000): "Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries". *Journal of Communication*, 50 (2), 110-130.
- Zhang, Li (2010): "The Rise of China: media perception and implications for international politics". *Journal of Contemporary China*, 19 (64), 233-254. DOI: 10.1080/10670560903444199.
- Zhang, Xiaoling (2010): "Chinese State Media Going Global". *East Asia Policy*, 2 (1), 42-50.  
[http://www.eai.nus.edu.sg/publications/files/Vol2No1\\_ZhangXiaoling.pdf](http://www.eai.nus.edu.sg/publications/files/Vol2No1_ZhangXiaoling.pdf) [Consulta: 12.10.2016].
- Zhong, Bu; Sun, Tao; and Zhou, Yong (2011): "To name or not to name: a cross-cultural comparison of on-air attribution in US and Chinese TV news". *Asian Journal of Communication*, 21 (2), 202-216. DOI: 10.1080/01292986.2010.524233.
- Zhou, Quan (2016): "China, perspectiva desde la Unión Europea: el compromiso y la cooperación". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (1), 581-592. Madrid, Ediciones Complutense. DOI: 10.5209/rev\_ESMP.2016.v22.n1.52615.

---

Carmen Rodríguez Wangüemert es profesora titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna (Tenerife). Es directora de "Calima Red Investigadores en Comunicación y Cultura Canarias-África".

Vanessa Rodríguez Breijo es profesora asociada del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna (Tenerife). Es editora de textos científicos, académicos y literarios en Ediciones Idea (Santa Cruz de Tenerife). Dirige las colecciones Idea Universidad y Crítica Literaria. Fue profesora de la Universidad Santa Rosa (Caracas, Venezuela). Ha sido redactora del periódico *Letras* y de la revista *Feriado*, incluida en el periódico *El Nacional* (Caracas, Venezuela).

José Pestano Rodríguez es profesor de comunicación social de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna. Especializado en tecnología audiovisual sus líneas de trabajo se ocupan de la formación de comunicadores y de las tecnologías emergentes, temas sobre los que ha dirigido varios proyectos de investigación y tesis doctorales.