

**La hegemonía discursiva occidental y el
triunvirato sagrado de China: La guerra de la
información, la diplomacia de las mascarillas y el
mundo mediático.**



Sabion Hajdinaj

Hajdinaj, Sabion (2024) La hegemonía discursiva occidental y el triunvirato sagrado de China: La guerra de la información, la diplomacia de las mascarillas y el mundo mediático. The Mathurin Hybrid Initiative, Global Economy & Diplomacy, 1-5:
<https://www.mathurinhybridinitiative.org/global-economy-diplomacy>

Antes del COVID-19, China había sido mencionada de soslayo. Sin embargo, durante la pandemia, el entorno mediático fue inundado de diatribas dirigidas contra China, lo que generó un caldo de cultivo para la sinofobia. En represalia contra la retórica incendiaria, a China no le quedó más remedio que desprenderse de la carga semántica que había ido adquiriendo a través de la campaña de política exterior de Xi Jinping ‘讲好中国故事 / Contar bien la historia de China’ en el escenario mundial.

Este informe pretende revelar cómo los medios de comunicación estatales de China utilizaron la guerra de información para influir en el discurso mundial y moldear las perspectivas globales sobre China durante la pandemia de COVID-19. Además, el mismo demuestra cómo estas narrativas intensificaron las dinámicas geopolíticas entre Italia, la Unión Europea y los Estados Unidos. En esta soterrada batalla ideológica, China prefiere seguir avanzando sigilosamente, sin grandes aspavientos ni declaraciones de guerra.

Italia y China durante la pandemia

Durante la pandemia, Italia estaba liderada por una coalición gubernamental que incluía el Movimiento Cinco Estrellas, un partido político que había adoptado una postura cada vez más pro-China frente a las alianzas transatlánticas y de la Unión Europea (Ferraresi, 2020). Consciente de esta potencial fisura en la UE, China desplegó sus medios estatales y tácticas de guerra de la información, utilizando estratégicamente la diplomacia de las mascarillas como poder blando. Esta estrategia buscaba reconfigurar la narrativa global sobre el COVID-19 y había nacido a raíz de la retórica de Xi Jinping de 2013 sobre "contar bien la historia de China". Dicha política exterior puso de manifiesto la exitosa gestión de la pandemia por parte de China, destinada a combatir la retórica incendiaria que suscitaba odio hacia el país. A los persistentes esfuerzos de China para moldear la perspectiva global mediante la guerra de la información y los medios estatales subyace una estrategia más amplia de diplomacia pública. China utilizaba la diplomacia de las mascarillas como herramienta para moldear la opinión internacional y contrarrestar lo que percibía como difamación mediática por parte de la supuesta hegemonía occidental, denominada ‘抹黑’ (difamación), según Fu (2021), Xu y Gong (2021).

La táctica de guerra de la información

La diplomacia de las mascarillas se caracterizó por las donaciones de suministros médicos a nivel mundial. Italia, siendo uno de los países más afectados, fue uno de los principales destinatarios (Zeneli y Santoro, 2023). La representación exagerada de estas donaciones por parte de los medios chinos muestra el uso de la verdad y la ficción mediante la estrategia de 虚实 - "Falso" y "Real" (Qinglian, 2008). El modus operandi de guerra de la información, desplegada por los medios, ilustra la fusión de realidad y ficción como parte de la campaña de desinformación que elogia a China como líder global.

Al indagar en el método de 虚实 (realidad y ficción), se nota el hincapié en la diplomacia de las mascarillas, sacando a relucir las contribuciones de China mientras se omitía deliberadamente la ayuda que había recibido (Chen y Molter, 2022). En este sentido, en medio de la pandemia, la difusión de verdades específicas se acompañaba de omisiones estratégicas y políticas destinadas a influir en las perspectivas internacionales. La calidad de la ayuda proporcionada por China fue duramente criticada (Peel et al. 2020) por la BBC (2020) y Deutsche-Welle, donde se indicaba que las mascarillas chinas no habían logrado proteger adecuadamente. Esta crítica no solo pretendía dismantelar el marco positivo construido por los medios chinos, sino que también arrojó luz sobre la incipiente tensión entre información y desinformación. Siguiendo esta línea, evidencia factual puede contrarrestar el uso de guerra de la información lanzado por Beijing.

Sin embargo, medios como ChinaDaily diseñaron narrativas que despertaban emociones positivas al presentar estos envíos de mascarillas como regalos (Shiyue, 2020), declarando que habían sido donadas por la Cruz Roja China, aunque en realidad habían sido adquiridas por el Departamento de Protección Civil de Italia (Bechis, 2020; Ferraresi, 2020). Esta estrategia de medias verdades muestra el uso de la guerra de la información por parte de China y la diplomacia de las mascarillas, que estratégicamente destacan, tergiversan y omiten información. Por ende, la desinformación forma parte de una estrategia más amplia de manipulación narrativa que cumple de manera escrupulosa con la línea de pensamiento de Beijing y busca profundizar globalmente la imagen de China como un socio confiable.

El uso intensificado de las redes sociales

Evidentemente, la guerra de la información tenía objetivos dobles: no solo promover la imagen de China como líder global, sino también socavar los esfuerzos de la UE (Massari, 2020). Por ejemplo, esto fue evidente en la forma en que Xinhua (2020) destacaba en su página web y en Twitter que la respuesta de China era ‘rápida, decisiva, transparente y cooperativa’, insinuando falsedad en la solidaridad de la UE. Los medios oficiales italianos como Ilgiornale.it (Biloslavo, 2020) expusieron aún más esta ‘solidaridad’ al contrastar la asistencia proactiva de China con la incompetencia de la UE. “Se pidió ayuda a Bruselas con la esperanza de protección europea, pero no hubo respuesta”, afirmaron. Estas narrativas no solo fomentaban un sentimiento pro-China, sino que simultáneamente incrementaron el sentimiento anti-UE.

Es un secreto a voces que, al lanzar su guerra de la información, China comenzó a aprovechar las redes sociales para difundir varios mensajes (Cadell, 2017; Cohen et al., 2021) mediante una red de diplomáticos. Diversas versiones de la misma narrativa falsa se divulgaron para fortalecer la

imagen de China como salvador (Coticchia, Catanzaro, 2022; Gabrielle, 2020; Huang y Wang, 2019; Kurlantzick, 2020). Esta táctica de desinformación también promovía la diplomacia de las mascarillas. A modo de ejemplo, el 15 de marzo, ChinaDaily, en conjunto con los diplomáticos Hua Chunying (2020) y Zhao Lijian (2020), posteó en Twitter un video. Éste era un video fabricado por el medio chino PeoplesDaily en el que se mostraba una escena emotiva de ciudadanos italianos aplaudiendo a China tras recibir mascarillas (Fallon, 2020). No obstante, medios informativos italianos como La Repubblica (2020) revelaron la falsificación de tales videos.

El creciente uso de las redes sociales alcanzó su apogeo cuando las tácticas de desinformación comenzaron a ser propagadas con mayor frecuencia por la embajada de China en Italia. Tres días después de las publicaciones de Chunying (2020) y Lijian (2020), la embajada publicó otro artículo de Xinhua titulado «Somos olas del mismo mar, hojas del mismo árbol, flores del mismo jardín».

Esta forma de guerra de la información, estratégicamente programada, incorporaba mensajes que ensalzaban la amistad entre China e Italia, glorificando el enfoque de China ante la pandemia e indirectamente criticando las respuestas de Occidente. Además, los medios chinos; las redes sociales y la diplomacia del lobo guerrero utilizaron la desinformación para demostrar cómo la UE había fracasado en ayudar a Italia —un miembro de la Unión Europea. En contraste, China también enfatizó el rescate de un miembro de la iniciativa de la franja y la ruta (Artiaco, 2020), reavivando el sentimiento de 2016 de #Italexit (Mercuri, 2020) y el nuevo #ForzaCinaeItalia. Al destacar la falta de solidaridad de la UE en diversas plataformas, China apareció como una alternativa legítima a las democracias liberales occidentales (Bell, 2020). Por lo tanto, es evidente que China utilizaba la guerra de la información para ganar aprobación global y superar hashtags sinofóbicos como #ChineseVirus y #WuhanVirus (Song, Ruan y Sun, 2023), creando una narrativa nueva a través del #ForzaCinaeItalia. A partir de esto, China comenzó a ser percibida gradualmente como un aliado confiable para Italia, en contraste con EE.UU. y la UE.

Además, es necesario comparar el “firehose of inconsistency” de Rusia para analizar la otra carta tecnológica que China guarda en la manga de su campaña. Este método ruso de guerra de la información implica el uso de mensajes rápidos y repetitivos a través de un gran número de canales sin consistencia narrativa (Paul y Matthew, 2016). En contraste, los medios chinos priorizaron la consistencia y la diplomacia de las mascarillas. La guerra de información está calibrada al milímetro. Aunque Robert (2020) afirmaba que China solo utilizaba la estrategia de “inundación” con su audiencia doméstica, esta técnica fue aplicada a nivel internacional, distribuyendo contenido tanto real como fabricado a través de diversos canales.

Otro aspecto relevante del uso de la guerra de la información por parte de los medios chinos (CSM) es el hecho de que subrayaron indirectamente las deficiencias en las políticas nacionalistas de Estados Unidos (como el enfoque "America First") y políticas similares en Europa. Por ejemplo, medios como Xinhua no solo destacaron las iniciativas de ayuda de China; también las contextualizaron dentro de la retórica de Xi Jinping sobre una 'comunidad de destino común' (Manfredi-Sánchez, 2022; Verma, 2020). Así, la pandemia sirvió como telón de fondo para demostrar la solidaridad de China en contraste con el individualismo occidental durante una crisis global. Por lo tanto, los medios chinos mejoraron la imagen del país como actor global, y protegieron su legitimidad doméstica, destacando su ayuda durante la pandemia. Además, los mensajes sutiles de los medios chinos no solo resaltaron los esfuerzos diplomáticos y humanitarios de China, sino que también pusieron en tela de juicio la eficacia de las alianzas occidentales, como la Unión Europea, en tiempos de crisis.

Sin embargo, este enfoque se encontró con oposición. Medios en la UE, EE. UU. e Italia, como La Repubblica, acusaron a China de difundir campañas de desinformación diseñadas para socavar las democracias occidentales y sembrar divisiones dentro de las mismas para mejorar su imagen global (D'argenio 2020; Rankin, 2020; Scott, Kayali y Cerulus, 2020). Por ejemplo, la respuesta de la Comisión Europea en 2020, resaltando su donación de 1.6 millones de mascarillas a Italia y omitiendo mencionar la ayuda de China, refleja una postura reactiva frente al poder discursivo de China. Esto ilustra una reacción de Occidente que también combina la ayuda internacional con la guerra de la información. Por lo tanto, tanto China como Occidente emplearon la guerra de la información para influir, contrarrestar y fortalecer sus respectivas alianzas.

A pesar de los esfuerzos concertados por la UE y los medios estatales para contrarrestar las campañas de información de China, los medios chinos lograron alterar efectivamente la narrativa pública en Italia. Esto se ve evidenciado en un cambio en la cobertura del medio italiano Ilsole24. Originalmente, este medio usaba términos sinofóbicos como "Miedo al virus chino" (Miele y Carletti, 2020), pero luego cambió su enfoque para reconocer la débil respuesta pandémica de Europa, con un titular que presentaba a China como un ejemplo global (Mereta, 2020). Este cambio en el panorama mediático italiano, junto con la agresiva guerra de la información y la diplomacia de las mascarillas de China, exhibió la ausencia de asistencia de EE. UU. y la UE durante la pandemia (Ferraresi, 2020; Manfredi-Sánchez, 2022). Así, enfatizando en sus contribuciones a Occidente, los medios chinos no solo mejoraron la imagen del país oriental, sino que también fomentaron el descontento en los países europeos (particularmente en Italia) hacia EE.UU. y la UE.

De hecho, Italia fue uno de los tres países europeos con opiniones más favorables hacia China, donde un 36% abogaba por una alianza sino-italiana en comparación con el 30% que prefería mantener alianzas con Norteamérica (Boni, 2023; De Palo, 2020). Así, la narrativa promovida por los medios chinos sobre la diplomacia de las mascarillas creó una resonancia emocional en Europa, generando sentimientos negativos hacia la UE y EE.UU. Esto se logró al desacreditar la

respuesta de EE.UU. a la pandemia, una estrategia subyacente durante la crisis (Glaun, 2021; Hung y Hung, 2022).

El público italiano

La diplomacia de las mascarillas fue diseñada estratégicamente para contar bien la historia de China y crear una narrativa que no solo buscaba elevar su posición en el orden global por encima de la hegemonía de EE. UU., sino también mejorar su poder discursivo (Gauttam, Singh y Kaur, 2020; Fu, 2021). Las campañas de desinformación no se limitaron a influir en la periferia de la UE, como afirmaba Vuksanović (2020); sino que se extendieron para crear más división dentro de la UE. El cambio ligeramente positivo en la narrativa del COVID-19 dirigido por China, redefinió su imagen desde el origen del virus hasta convertirse en un líder en tiempos de crisis, asistiendo a naciones en las cuáles Occidente había dudado o fallado (Zeneli y Santoro, 2022; Mereta, 2020). Esto aumentó el sentimiento anti-UE de Italia de #Italexit, ya que para finales de 2020 el 49% de los italianos favorecía abandonar la UE, lo que representa un aumento del 20% respecto a 2018 (Mercuri, 2020; Manfredi-Sánchez, 2022). Aunque China no logró inclinar completamente el sentimiento global a su favor, una encuesta realizada en 14 naciones revela que, en promedio, el 61% criticaba la respuesta de China a la pandemia menos severamente que el 84% de desaprobación dirigida a EE.UU. (Silver, Devlin, y Huang, 2020). Por lo tanto, aunque China no ganó completamente los corazones y las mentes de la audiencia internacional, las cifras ilustrativas son tan suficientes que demuestran que sí logró superar brevemente la hegemonía discursiva de EE.UU., marcando un punto de inflexión en el panorama mediático y alterando las percepciones mundiales.

Conclusión

Mediante la implementación estratégica de la diplomacia de las mascarillas y la confección y tergiversación de narrativas específicas, China explotó exitosamente las fracturas existentes dentro y entre la UE y los EE.UU. El cambio positivo en la imagen China observado en Italia no fue significativo, pero la preferencia sobre los EE.UU. demuestra el impacto del uso de la guerra de la información en el panorama global. Aunque los medios chinos no “contaron bien la historia de China”, sí alteraron las percepciones a su favor al menos levemente. Se puede argumentar que, con el advenimiento de la inteligencia artificial, China está en las primeras etapas de desafiar la hegemonía discursiva occidental y ahora aspira a tomarle el relevo a Occidente.



Bibliografia

- AmbCina (2020) [Twitter] 18 March. Available at:
<https://twitter.com/ambcina/status/1240311152447492097>.
- Artiaco, I. (2020) 'Arrivati a Roma Medici Cinesi Esperti Nella Lotta Al Coronavirus. Di Maio: 'Non Siamo Soli'.'Fanpage. 12 March. Available at:
<https://www.fanpage.it/attualita/+coronavirus-arrivati-a-roma-medici-cinesi-espertinella-lotta-al-virus-di-maio-non-siamo-soli/>
- BBC (2020) 'Countries Reject Chinese-made Equipment' BBC News. 30 March. Available at: <https://www.bbc.co.uk/news/world-europe-52092395>
- Bechis, F. (2020) 'Giù La mascherina. Il Mega Contratto Con La Cina Costerà all'Italia Oltre 200 Milioni' Formiche.net, 4 March. Available at:
<https://formiche.net/2020/04/mascherina-contratto-cina-oltre-200-milioni/>
- Bell, S. (2020). CSIS Accuses Russia, China and Iran of Spreading COVID19 Disinformation. *Global News*. [online] 4 Dec. Available at:
<https://globalnews.ca/news/7494689/csis-accuses-russia-china-iran-coronavirus-covid19-disinformation/>.
- Biloslavo, F. (2020) 'L'Italia Ora È Senza mascherine. Le Abbiamo 'regalate' Alla Cina.' *ilGiornale.it*, 7 March. Available at: <https://www.ilgiornale.it/news/politica/mascherinelue-abbandona-litalia-1837056.html>
- Boni, F. (2022). Strategic Partnerships and China's Diplomacy in Europe: Insights from Italy. *The British Journal of Politics and International Relations*, [online] 25(4), p.136914812211275. Available at: <https://doi.org/10.1177/13691481221127571> Cadell, C. (2017) 'China investigates top local social media sites in push to control content.'
- Chen, A. and Molter, V. (2020) 'Mask Diplomacy: Chinese Narratives in the COVID Era'. *fsi.stanford.edu*, 16 June. Available at: <https://fsi.stanford.edu/news/covid-maskdiplomacy> (Accessed: 4 April 2024).
- ChinaDaily (2020) [Twitter] 15 March. Available at:
<https://twitter.com/chinadaily/status/1239136795993853953?s=42>.
- Chunying, H.(2020) [Twitter] 15 March. Available at:
<https://x.com/spokespersonchn/status/1239041044580188162?s=46>
- Cohen, R.S., Beauchamp-Mustafaga, N., Cheravitch, J., Demus, A., Harold, S., Hornung, J.W., Jun, J., Schwillie, M., Treyger, E., Vest, N., Project Air Force (U.S.).

Strategy And Doctrine Program, United States. Department Of The Air Force and Rand Corporation (2021). *Combating Foreign Disinformation on Social Media : Study Overview and Conclusions*. [online] Santa Monica, Ca: Rand. Available at: <https://apps.dtic.mil/sti/citations/AD1142311>.

Coticchia, F. and Catanzaro, A. (2020). The Fog of words: Assessing the Problematic Relationship between Strategic narratives, (master) Frames and Ideology. *Media, War & Conflict*, [online] 15(4), p.175063522096562. Available at: <https://doi.org/10.1177/1750635220965622>.

D'Argenio, A. (2020) 'Coronavirus, Le Fake News Che Destabilizzano l'Ue a Favore Di Russia E Cina' *La Repubblica*, 1 April. Available at: https://www.repubblica.it/esteri/2020/04/01/news/coronavirus_le_fake_news_che_destabilizzano_l_ue_a_favore_di_russia_e_cina-252885347/ (Accessed: 9 April 2024).

Europeancommission (2020) [Twitter] 26 March. Available at: https://twitter.com/EU_Commission/status/1243243613724782592 Fallon, T. (2020). 'China, Italy, and Coronavirus: Geopolitics and Propaganda' *thediplomat.com*, 20 March. Available at: <https://thediplomat.com/2020/03/china-italyand-coronavirus-geopolitics-and-propaganda> (Accessed: 4 April 2024).

Ferraresi, M. (2020) 'China Isn't Helping Italy. It's Waging Information Warfare' *Foreign Policy*, 31 March Available at: <https://foreignpolicy.com/2020/03/31/china-isnt-helpingitaly-its-waging-information-warfare/> (Accessed: 4 April 2024).

Freedman, L. and Williams, H. (2021). China and the COVID-19 pandemic, 2020–22. *Adelphi Series*, 61(493-495), pp.79–96. Available at: <https://doi.org/10.1080/19445571.2021.2260270>

Fu, L. (2021). *Growling Back at the West*. [online] China Media Project. Available at: <https://chinamediaproject.org/2021/08/08/growling-back-at-the-west/>.

Gauttam, P., Singh, B. and Kaur, J. (2020). COVID-19 and Chinese Global Health Diplomacy: Geopolitical Opportunity for China's Hegemony? *Millennial Asia*, [online] 11(3), p.097639962095977. Available at: <https://doi.org/10.1177/0976399620959771>

Glaun, D. (2021) 'Chinese Spam Network Aims to Discredit U.S. COVID Vaccine and Response, Report Finds' *FRONTLINE*, 4 February. Available at: <https://www.pbs.org/wgbh/frontline/article/chinese-spam-network-aims-to-discredit-us-covid-vaccine-and-response-report-finds/> (Accessed: 3 April 2024).

Huang, Z.A. and Wang, R. (2019). Building a Network to 'Tell China Stories Well': Chinese Diplomatic Communication Strategies on Twitter. *International Journal of*

Communication, [online] 13(0), p.24. Available at:
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/11221>.

Hung, T.-C. and Hung, T.-W. (2022). How China's Cognitive Warfare Works: a Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars. *Journal of Global Security Studies*, [online] 7(4). Available: <https://doi.org/10.1093/jogss/ogac016>. Kurlantzick, J. (2023). Xinhua and Content-Sharing Deals. *Oxford University Press eBooks*, [online] pp.181–200. Available at: <https://doi.org/10.1093/oso/9780197515761.003.0007>.

Manfredi-Sánchez, J.L. (2022). Vaccine (public) diplomacy: Legitimacy Narratives in the Pandemic Age. *Place Branding and Public Diplomacy*, [online] 19, pp.398–410. Available at: <https://doi.org/10.1057/s41254-022-00258-2>.

Massari, M. (2020) 'Italian Ambassador to the EU: Italy Needs Europe's Help.' *POLITICO*, 10 March, Available at: <https://www.politico.eu/article/coronavirus-italy-needs-europehelp/> (Accessed: 4 April 2024).

Mercuri, G. (2020) 'Da Draghi a Lagarde: La Bce E Il Rischio Che l'Italia Si Senta Abbandonata dall'Europa.' *Corriere Della Sera*, 17 March. Available at: https://www.corriere.it/economia/opinioni/20_marzo_17/da-draghi-lagarde-bce-rischioche-l-italia-si-senta-abbandonata-dall-europa-2b34f7c8-683b-11ea-9725c592292e4a85.shtml (Accessed: 3 April).

Mereta, F. (2020) 'Lo studio: Ecco La Lezione Della Cina per Fronteggiare La Pandemia' *Il Sole 24 ORE*, 20 March. Available at: <https://www.ilsole24ore.com/art/lo-studio-ecco-lezione-cina-fronteggiare-pandemia-ADQBdjE> (Accessed: 3 April).

Miele, E. and Carletti, F. (2020). 'Torna La Paura Del Virus cinese. Wall Street E Ue in rosso, Milano Tiene Con St.' *Il Sole 24 ORE*, .23 January Available at: <https://www.ilsole24ore.com/art/borse-europee-frenata-tokyo-chiude-calo098percento-ACliKhDB> (Accessed: 5 April 2024).

Palo, F.D. (2020) 'W La Cina! Il Sondaggio Swg Che Non Ti aspetti. Parla Pier Ferdinando Casini.' *Formiche.net*, 4 July Available at: <https://formiche.net/2020/04/cinausa-sondaggio-swg-casini-ventura> (Accessed: 9 April 2024).

Paul, C. and Matthews, M. (2016). *The Russian 'Firehose of Falsehood' Propaganda Model*. [online] RAND. Available at: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>.

Peel, M., Khan, M., Dombey, D. and Pitel, L. (2020) 'Countries Reject China Pandemic Product Batches' *Financial Times*. Available at: <https://www.ft.com/content/f3435779a706-45c7-a7e2-43efbdd7777b> (Accessed 5 April).

Qinglian He (2008). *The Fog of Censorship : Media Control in China*. [online] New York: Human Rights in China. Available at: <https://yangl3.sg-host.com/wp-content/uploads/2013/01/Fog-of-Censorship.pdf>.

Rankin, J. (2020) 'EU says China behind 'huge wave' of Covid-19 disinformation' the Guardian, 10 June. Available at: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/10/eusays-china-behind-huge-wave-covid-19-disinformation-campaign> (Accessed: 3 April).
Roberts, M.E. (2020). Resilience to Online Censorship. *Annual Review of Political Science*, [online] 23(1), pp.401–419. Available at: <https://doi.org/10.1146/annurevpolisci-050718-032837>.

Scott, M., Kayali, L. and Laurens Cerulus (2020). *European Commission accuses China of peddling disinformation*. [online] POLITICO. Available at: <https://www.politico.eu/article/european-commission-disinformation-china-coronavirus>.

Shiyue, Z. (2020) 'Xiaomi Donates Masks to Italy in Hour of Need' Chinadaily.com.cn, 10 March. Available at: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202003/10/WS5e673eb0a31012821727dddd.html#:~:text=The%20Chinese%20tech%20and%20consumer> (Accessed: 8 April 2024).

Silver, L. (2020). *Unfavorable Views of China Reach Historic Highs in Many Countries*. [online] Pew Research Center's Global Attitudes Project. Available at: <https://www.pewresearch.org/global/2020/10/06/unfavorable-views-of-china-reachhistoric-highs-in-many-countries/> (Accessed: 8 April 2024]

Song, W., Ruan, Y. and Sun, S. (2023). Twitter Diplomacy and China's Strategic Narrative during the Early COVID-19 Crisis. *Asian Perspective*, [online] 47(4), pp.683–705. Available at: <https://doi.org/10.1353/apr.2023.a912750>.

United States Department of State. (2020). *Briefing With Special Envoy Lea Gabrielle, Global Engagement Center On Disinformation and Propaganda Related to COVID-19 - United States Department of State*. [online] Available at: <https://2017-2021.state.gov/briefing-with-special-envoy-lea-gabrielle-global-engagement-centeron-disinformation-and-propaganda-related-to-covid-19/>.

Verma, R. (2020). China's 'Mask Diplomacy' to Change the COVID-19 Narrative in Europe. *Asia Europe Journal*, [online] 18(2), pp.205–209. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10308-020-00576-1>.
Vuksanovic, V. (2024) 'China Has Its Eyes on Serbia' Foreign Policy. Available at: <https://foreignpolicy.com/2020/04/08/china-serbia-aleksander-vucic-xi-jinpingcoronavirus>.

Wang, Z. (2021). From Crisis to Nationalism? *Chinese Political Science Review*, [online] 6(1), pp.20–39. Available at: <https://doi.org/10.1007/s41111-020-00169-8>.

Westcott, B. and Jiang, S. (2020) ‘China Is Embracing a New Brand of Wolf Warrior Diplomacy’ CNN, 29 May. Available at: <https://edition.cnn.com/2020/05/28/asia/china-wolf-warrior-diplomacy-intlhnk/index.html> (Accessed 10 Apr. 2024).

Wong, B. (2020) ‘China’s Mask Diplomacy’ *thediplomat.com*, 25 March. Available at: <https://thediplomat.com/2020/03/chinas-mask-diplomacy/> (Accessed: 2 April 2024).

www.qsttheory.cn. (2020). 在中央政治局常委会会议研究应对新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲话 - 求是网 . [online] Available at: http://www.qsttheory.cn/dukan/qs/2020-02/15/c_1125572832.htm. 习近平 新型冠状病毒肺炎疫情工作时的讲

XHNews (2020) [Twitter] 4 February. Available at: <https://twitter.com/xhnews/status/1224699845031550976?s=42>.

Xinhuanet. (2020) ‘Spotlight: Italy, China Stand Together in Joint Fight against COVID-19’ Xinhua, 27 May. Available at: http://www.xinhuanet.com/english/2020-05/27/c_139092441.htm (Accessed: 9 April 2024).

Xinhuanet.com (2020). ‘Xinhua Headlines: Swift, decisive, transparent, Cooperative -- China Buying World Time in Fight against Coronavirus Epidemic’ Xinhua, 4 February. Available at: http://www.xinhuanet.com/english/2020-02/04/c_138755660.htm (Accessed: 9 April 2024).

Xu, J. and Gong, Q. (2024). ‘Telling China’s Story Well’ as Propaganda Campaign slogan: International, Domestic and the Pandemic. *Media, Culture & Society*, [online] 0(0). Available at: <https://doi.org/10.1177/01634437241237942>.

Zeneli, V. and Santoro, F. (2023). COVID-19 Pandemic and How It Affected SinoItalian Relations. *Orbis*, [online] 67(3), pp.441–463. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.orbis.2023.06.007>.

Zhao Lijian (2020) [Twitter] 15 March. Available at: https://twitter.com/zlj517/status/1239112822908276736?ref_src=twsrc%5Etfw.