

The Official Discourse of the Chinese Middle Class: Anxiety, Nationalism and Populism

El discurso oficial de la clase media china: ansiedad, nacionalismo y populismo

Alfonso Sánchez-Romera

Key words

- China
- Middle class
- Official Discourse
- Ideology
- Media

Palabras clave

- China
- Clase media
- Discurso oficial
- Ideología
- Prensa

Abstract

The media have played a key role in the dissemination of an official middle-class discourse that emerged in the People's Republic of China two decades ago. The emergence and construction of a middle-class discourse in China will be analysed through news items published in *Renmin Wang* (*People's Daily Online*), the digital version of the official newspaper of the Chinese Communist Party (CCP), in order to answer the question: why does the CCP promote an official middle-class discourse in China? The findings suggest that the Party-State legitimises its authority by taking different stances based on a populist nationalism that fosters a new identity consistent with neoliberal values, which goes hand in hand with the discourse of the middle class.

Resumen

Desde principios del siglo XXI surge en la República Popular de China un discurso oficial de clase media en cuya difusión los medios de comunicación han desempeñado un papel clave. A partir del análisis de noticias publicadas en *Renmin Wang* (*[Diario del] Pueblo en Línea*), la versión digital del periódico oficial del Partido Comunista Chino (PCC), se determinará la aparición y construcción del discurso de la clase media china en aras de responder a la cuestión ¿para qué el PCC promueve el discurso oficial de la clase media en China? Los resultados sugieren que el Estado-Partido legitima su autoridad en China a través de diferentes posturas basadas en un nacionalismo populista que fomenta una nueva identidad acorde a los valores neoliberales donde encaja el discurso sobre la clase media.

Citation

Sánchez-Romera, Alfonso (2021). "The Official Discourse of the Chinese Middle class: Anxiety, Nationalism and Populism". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176: 141-156. (doi: 10.5477/cis/reis.176.141)

Alfonso Sánchez-Romera: InterAsia Research Group, Universitat Autònoma de Barcelona | asromera@protonmail.com

INTRODUCTION¹

A growing number of studies have investigated the privatisation of the media in the People's Republic of China (PRC) from its inception in the nineties to the present day. During this period, Chinese journalists have been aware that "the newspaper industry is a special industry with dual roles. It can be like an ordinary factory and generate a revenue (mainly through advertising), but it can also be part of the nation's ideological propaganda mechanism" (Scotton and Hachten, 2010: 50). Since its foundation in 1946, the *Renmin Ribao* (人民日报, *People's Daily* in its English edition) has been considered to be China's official "mouthpiece" due to its position as the "organ" of the Central Committee of the Chinese Communist Party (CCP) and its direct link to the CCP's Propaganda Department (Wu, 1994: 195). That is, the *Renmin Ribao*, together with its digital version, *Renmin Wang* (人民网, *RW*, [*People's*] *Daily Online* in its English version) have, since 1997, formed an instrument of governmental power that is crucial in establishing the political reality of the country at each moment and, therefore, to analyse the official discourse on the middle class during the 21st century.

Various studies on news reporting in different Chinese media have shown that the merger of state power and Party-State has created a media system that serves the interests of the country's political and economic elites (Zhao, 2004: 179), and whose influence ensures that the press does not deviate too far from the government's position (Stockmann and Gallagher, 2011: 442-443). With this premise in mind, a considerable amount of studies have reviewed what

has been published in the *Renmin Ribao* on different social and political phenomena such as, for example, China's decision to join the WTO (Zhao, 2003), the Health Care Reform (Duckett and Langer, 2013), homosexuality (Huang, 2018), and climate change (Fan, Xue and Xu, 2018), among others.

However, the main aim of this article is to conduct a first-time analysis of how *RW* deals with the phenomenon of the middle class, taking into account the strong discursive emphasis placed on this concept in contemporary politics. According to Goodman (2016), the middle class is more a discourse than a "social" structure, as there is no objective scientific evidence about this class. If anything, it is a middle-income segment of the population which is in the process of being "crystallised" into a social class (Hong and Zhao, 2015: 1). This paper therefore seeks to identify and define the main ideological categories that make up the official discourse of the Chinese middle class, taking into account the historical and political context in which they have emerged. It also purports to study the genesis and evolution of this discourse, during the period 2000-2015, through 2015, until 2015, through the analysis of news items published in *RW*. In so doing, the study will move away from the model used by most Chinese and Western studies in which a normative framework is first provided, with an "objective" definition of the term, which involves first setting a standard and then identifying detailed manifestations of this concept in journalistic texts (Rocca, 2017: 3).

Based on the stated objectives, this article will quantitatively and qualitatively analyse the 427 articles in the Chinese-language digital version of the *Renmin Ribao* whose headlines contain the term middle class, that is, *zhongchan jieji*, which is one of the most common ways used to refer to this group (Goodman, 2014: 4). The selected journalistic texts were published between 1 January 2000, the year when the middle class was mentioned for the first time in connection with

¹ Funding: This study is part of the R&D MINECO/FEDER project, EU "Asia Oriental: paradigmas emergentes, política(s), dinámicas socioculturales y sus consecuencias" (FFI2015-70513-P) of the Universitat Autònoma de Barcelona and is supported by the MOFA Taiwan Fellowship-Ministry of Foreign Affairs of the Republic of China (Taiwan).

the Three Represents Theory of Jiang Zemin (President of the PRC from 1993 to 2003), whereupon the Party-State first promoted the middle class in the country; and 31 December 2015, the year in which the Fifth Plenary Session of the CCP Central Committee was held. This meeting was a turning point away from the government policy decisions to that date, and towards the new policy measures to be carried out in the PRC during the period 2016-2020².

The number of articles published per year was first calculated in order to quantitatively analyse middle-class narratives. These were then coded according to the nationality of the middle class alluded to: Chinese or foreign, and within the foreign category, by country (US, UK, Japan, etc.). Following the methodological technique used in the studies by Zhao (2003) and Duckett and Langer (2013), the articles were then individually classified according to the predominant political positions they expressed, defined as: 1) “pro-state” (in favour of a greater state presence and distributive measures to favour the middle class); 2) “pro-market” (in favour of a greater role for the private sector and commercial values such as consumption, competitiveness, etc., in the conception of the Chinese middle class); 3) “balanced” (showing both of these positions equally); 4) “none” (without any reference to the pro-public or pro-market positions in the conception of the Chinese middle class); and 5) “unclassifiable”.

This article also draws on the definition of discourse by Solé-Farràs (2018) and the historical-discursive method developed by Wodak (1996) as used by Sandby-Thomas (2014) in his analysis of how the CCP legitimises its authority by using a discourse of stability. This method is associated with critical discourse analysis (CDA) and establishes a methodological approach to social stud-

ies (Wodak and Meyer, 2009; Fairclough, 2010) focused on the role of discourse in the social reproduction of power (Dijk, 2014). In the case of journalistic analysis, this not only takes into account language and discourse, but also the political and ideological dimension of the messages in the press (Dijk, 2002). As Sandby-Thomas suggested, although the historical-discursive method in textual analysis proposes four steps to follow, this article will concentrate on the first two: a thematic analysis to identify the doctrines, dogmas and dichotomies embodied in the narrated discourses, texts and actions (Wodak, 1996), and a discursive analysis of the argumentative strategies used to persuade the reader of a given position and thus generate consensus (Fowler, 1991).

By taking into account both the implicit and the explicit presentation of the news, the discursive-historical method is used to analyse social change in the PRC and the role of discourse from a critical point of view, by considering the diversity of opinions about the middle class shown in *RW* not only quantitatively but also qualitatively. Thus, this method, like CDA, goes beyond textual analysis and assesses the relationships between text and language structures and their historical, cultural, social, and cognitive “context” (Dijk, 2002). This involves considering whether the voice that appears in the articles comes from the elites or from other actors and, in the case of pro-state and balanced articles, whether the problematic aspects of the Chinese privatisation process are explained, and whether any solutions are proposed. In this way, a phenomenon that is receiving increasing attention is analysed in a journalistic and conceptual way, not only by the media and academics, but also by the main international economic actors. Before presenting the results of the analysis, the meaning of the concept of the middle class as a discursive and sociological category will first be explored. This will be followed by a brief contextualisation of this phenomenon

² These 427 articles were identified through a systematic search in the database available digitally on the newspaper's website (<http://www.people.com.cn/>).

as part of the political discourse of leadership in the PRC in the 21st century.

THE SIGNIFICANCE OF A CHINESE MIDDLE-CLASS DISCOURSE

In his research on the construction of the discourse of the New Confucianism in the 21st century China, Solé-Farràs defined “discourse” as the result of an incessant process of collective creation, which intellectually structures a wide-range of goals to live in an ideal way according to certain values, and the eventual unintentional actions determined to achieve this ideal (Solé-Farràs, 2018: 29). According to this, middle-class discourse is a—perhaps unintentional— collective construction to establish a set of symbolic and identity classifications that construct an ideal type. The Chinese middle class is the result of a form of social engineering that was driven through incentives and subsidies to make the so-called middle class an active part of the construction of this discourse (Tomba, 2014: 175). This was first implemented through the privatisation of housing. In addition, the class identity process is related to the social differences that arise in life opportunities, lifestyles, and collective identities.

The ideology is seen in the vocabulary used to describe these distinctive middle-class practices that give meaning to the everyday life of the population (Fields, 1990: 110). In the case of the Chinese middle-class ideal of life, symbolic classifications and their consequent distinctive identities are developed from a series of rhetorical concepts such as *wenming* (civilisation, culture), *hexie* (harmony), modernity, patriotism, and *suzhi* (quality). Among these, the central concept in the construction of the Chinese middle class is *suzhi*³, translated as “human quality” (Good-

man, 2014: 110) and defined as the minute social distinctions defining a “person of quality” according to various aspects —acquired knowledge, self-development or *xiuyang*, civility, ways of speaking, eating, consuming, etc.—, and an incitement of a middle-class desire for social mobility (Anagnost, 2004: 190; Rocca, 2017: 120); for example, the symbolic construction of class distinctions represented by quality consumption —the higher the quality of the product, the higher the *suzhi* of the person— also characterises an individual’s social position.

Once an ideology has been established, its acceptance is assessed on the basis of day-to-day governing practices. For the Chinese middle class, these practices involve behaving as a person with high *suzhi*, taking care of one’s physical appearance, being a modern, patriotic citizen, leading a harmonious life, and so on. This also involves assessing the degree of conformity to moral discourses and values or ideals (harmony, quality, etc.) that justify these internalised practices, which are recognised as legitimate (Tomba, 2014: 12). This, in turn, meets the specific needs for identification, differentiation and hierarchisation regarding heritage (Matus, 2014: 168). This process started with the construction of a discourse whereby the state used the previously developed ideology to legitimise the actions —or political measures— it wished to implement without encountering resistance from the people involved.

Both the economic reforms and the official discourses promoted in the PRC, thanks largely to the media, are aimed to establish the standardised CCP policies considered correct and effective. Bearing in mind that the CCP has determined, and continues to determine what it considers correct and effective in the PRC (Yu, 1989: 47), studying the dis-

³ *Suzhi* originally refers to the inherited individual qualities to be cultivated in order to achieve excellence. The idea of *suzhi* began with state policies that reintroduced

birth control in the seventies and the education reform in the eighties. Subsequently, *suzhi* was applied to every aspect that fosters individual development for the common good (Goodman, 2014: 110).

course on the middle class in a propaganda medium such as *RW* makes it possible to analyse the implicit aspects that emerge from this discourse and their meaning, and thus leveraging its potential for accessing knowledge about a series of social practices (Ruiz, 2014: 172). Similarly, these implicit aspects of middle-class discourse should be framed within the political context of the 21st century PRC, and therefore the analysis will be focused on the discourse that the leadership has constructed in recent years.

THE MIDDLE CLASS IN 21ST CENTURY CHINA

Although the economic reforms initiated by Deng Xiaoping in 1978 led to the emergence of new social groups and new social representations and practices, it was the new social contract between the Party and the population after the events in Tian'anmen in 1989 that determined the improvement of living conditions and provided the population with new opportunities (Rocca, 2017: 23). Firstly, a drastic change in employment policies was implemented, abolishing hiring quotas in state-owned enterprises. This meant that they were allowed to freely select and hire their employees according to the laws of market efficiency and productivity, which led to millions of layoffs —unemployment tripled between 1996 and 1998 (Yueh, 2004: 150)—. In addition, the number of university students doubled to meet the needs of the skilled labour market, and new national holidays were established that promoted consumption by providing holiday time. A housing reform was initiated in 1998 that involved privatising a large number of urban properties belonging to *danwei* or “work units”. As a result, the sector was liberalised and encouraged class reproduction by providing former residents with subsidised private housing as opposed to non-residents (Goodman, 2014: 38).

Secondly, the start of the 21st century saw a series of political measures that coincided with the emergence of the official middle-class discourse that only rewarded those who generated material wealth by producing, supplying, or consuming goods and services as the key players of the socialist market economy (Guo, 2008: 40), to the detriment of the peasants and the proletariat. This ideological shift was made public when Jiang Zemin gave a speech on 1 July 2001 at the CCP's 80th anniversary celebration, and invited businessmen to become members of the CCP on the grounds that, according to the Three Represents Theory, the Party represented the advancement of China as a whole and the “advanced forces” of society, including businessmen. This theory portrayed capitalism as not being inherently contradictory to socialism, something that allowed the Party to maintain legitimate control of power and remain unchallenged and important for society (Chen, 2004: 5).

As a consequence of Beijing winning the competition to host the 2008 Olympic Games (July 2001), and of China's accession to the WTO agreed with the USA (December 2001), the CCP was reinforced as a representative of the whole of Chinese society, and saw its authority strongly legitimised; it also increased its popular support and social influence (Chen, 2004: 5). In his speech, Jiang Zemin explained that in order to achieve the common goal of prosperity necessary steps would be taken that included expanding the middle class by increasing the proportion of the middle-income group through raising the revenue of low-income groups (Jiang, 2002: 5). Neoliberal principles that represented private accumulation and individual interests in social practices would also be introduced, while basic areas remained under the firm control of the state (Ong and Li, 2008: 1). The official discourse of the middle class was thus inaugurated, together with the definition of class according to income and accumulated private capital, despite its incompat-

ibility with the ideological formulations of the CCP (Goodman, 2014: 8).

Subsequently, Jiang's proposal to make the middle-income group (*zhongdeng shouru*) the dominant group was taken up by subsequent PRC presidents. Although Hu Jintao, Jiang's successor in 2003, proposed the concept of "Scientific Outlook on Development", it was the measures of "putting people first" and "building a harmonious society", proposed at the Sixth Plenary Session of the 16th Party Congress in October 2006, that most clearly expressed the development of the official middle-class discourse. Defined as the intrinsic nature of socialism with Chinese characteristics, highly important in ensuring the prosperity, rejuvenation and happiness of the people of China (Hu, 2006), the "harmonious society" (*hexie shehui*) had a marked objective: to achieve a *xiaokang* society. In other words, to leave social polarisation behind and integrate workers into the middle-income group, thus creating a "moderately prosperous" society. Within it there would be a very small number of rich and poor, and almost the entire population would be able to use their surplus income for purchasing goods or services and having a decent and modestly well-off life.

Finally, when Xi Jinping became President of the PRC in March 2013, he promoted the theory of the "Chinese Dream" in most of his official speeches inside and outside China. This was a concept he had already mentioned a few months earlier when he became general secretary of the CCP. The "Chinese Dream" alludes to the great dream of the Chinese nation in modern history to realise its "great rejuvenation" (Xi, 2013) to restore optimism and enthusiasm for the future, especially among the young, through national rejuvenation to promote upward social mobility and also as an ideological statement (Taylor, 2015: 111). In his first speech as Party General Secretary, Xi mentioned the aspirations of the Chi-

nese people to "have a beautiful life" and in his inauguration speech as president he stated that the "Chinese Dream" was "the strength, prosperity and happiness of the people" (Xinhua, 2012; Taylor, 2015: 111). This concept effectively conveys that both Xi and the Party care about and are aware of the dreams of the average citizen, who longs for a new kind of middle-class urban life that can only be realised through unity and wealth sharing (Taylor, 2015: 111).

Far from following the model of the "American Dream" based on individualistic values, the emphasis was on making China a "strong and powerful" nation again, with the aim of the "Chinese Dream" to unite the country, the nation, and the people into a single entity with a common destiny (Xi, 2013). Through a simplified, normative and single identity, the "Chinese Dream" highlighted the importance of the group over the individual and the will to initiate, in the words of Elias (2000: xi), a "civilising process", that is, gradually more standardised sophisticated manners and opinions among the population. However, it should be borne in mind that the "Chinese Dream" has been globally defined in the 21st century in three ways: as a concept of Chinese tradition that re-emerged with new connotations in 2013; as an instrument to enhance the CCP's internal legitimacy; and as a method for the international dissemination of certain ideals (Zheng, 2014).

CHINESE MIDDLE-CLASS NARRATIVES: IDEOLOGY, REPRESENTATION, AND SPOKESPERSONS

The pan-national narrative of dual mobility: the rise of the "Chinese Dream" and the decline of the "American Dream"

It is striking that more articles have been published in *RW* on the middle class in other countries (261 articles) than on the

Chinese middle class (149), especially at a time when the Chinese government is publicly expressing a clear political will to promote the middle class in the country (Table 1). This reflects the seemingly ambiguous and contradictory interplay of “national” and “global” elements in the Chinese media since the beginning of the 21st century. Nonetheless, nationalism permeates the articles dealing with the foreign middle class, which addresses the need of the Party-State to compensate for the historical inequalities between China and Western states and is useful in defending the interests of the Chinese elites within their borders; this is the same dynamic described by Taylor and Flint (1994: 204) in their analysis of 19th century European nationalism. This pro-Chinese discourse promoted by *RW* that is found in other articles on the middle class of other countries is based on three aspects.

TABLE 1. *Dominant nationalities of the Middle class (MC) in the sample items. Years 2000-2015*

	<i>n</i>	%
Chinese MC	149	35
Foreign MC (USA)	117	27
Foreign MC (other than USA)	144	34
None	17	4
Total	427	100

Note: The percentages have been rounded up or down.

Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000-2015).

First, there is an anti-American narrative present in almost all news items (94%) related to the US middle class (117 articles), which represents a significant percentage (27%) of the total sample. Anti-Americanism resurfaced in the Chinese press in the nineties because both the end of the Cold War and the repression in Tian’anmen (1989)

placed the US and the PRC in irreconcilable positions of “mutual recrimination” (Lee, 2003: 75). The US middle class is described in the articles published in *RW* as a group that is becoming precarious, both in terms of their decreasing income and population size. The quality of life of the American middle class is under threat not only as a consequence of the economic recession caused by the 2008 crisis, but also because of the slow economic growth of the country prior to the crisis, the increase in inequality, and the crisis of legitimacy of US leaders *vis-à-vis* their constituents.

The articles noted that “America’s infrastructure is in jeopardy” (*RW*, 2008) and the values on which it is based, such as work, progress, equality and optimism are “reeling” (*dongyao*) (*RW*, 2012). This is in contrast to the growth and enrichment experienced by the Chinese middle class, seen as being called to “take over from the American middle class”, as repeatedly stated in the *RW*: “the ‘Chinese Dream’ is booming while the ‘American Dream’ is in decline” (*RW*, 2008); or similarly, “when the sun sets on the US, the light will begin to shine on China” (*RW*, 2010d). This type of triumphalist rhetoric, regardless of the economic trends announced by empirical data, is in line with the Maoist tradition whereby a Marxist interpretation was made of the economic “crisis” associated with negative images of the US economy, promoted by Chinese propaganda to highlight the contradictory structural factors of American society (Shambaugh, 1988: 150).

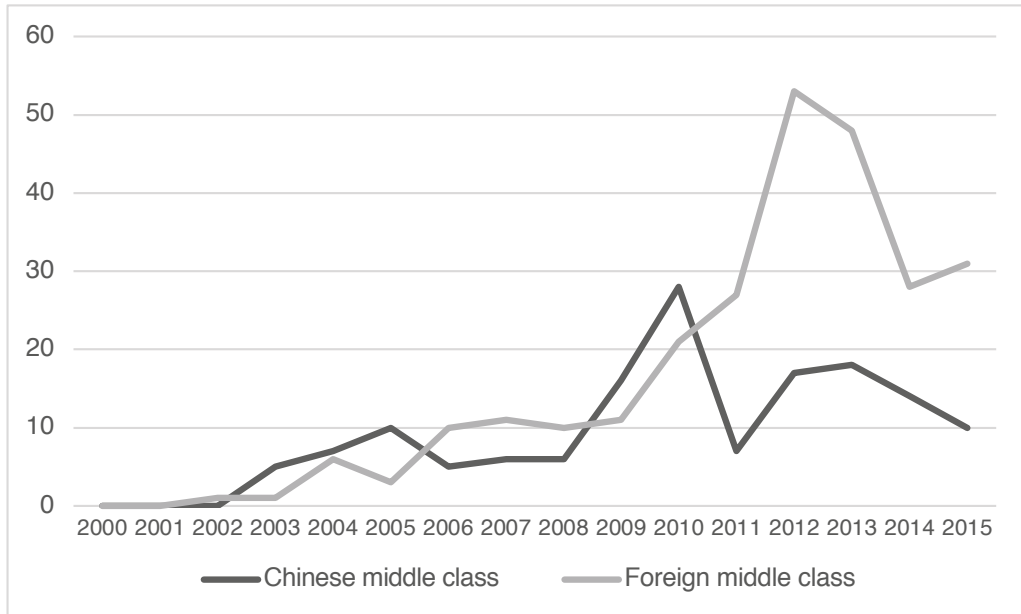
Secondly, there is a pan-national discourse that appeals to the shared identity of emerging economies *vis-à-vis* the more established economies. Despite the existence of ten articles that question the global growth of the middle class, the rest (251) utilised what will be called here the “dual mobility narrative”. According to this, the middle classes of the liberal democracies —especially the US, UK and Taiwan— are

getting poorer and shrinking in size, while the middle classes of the BRICS (Brazil, Russia, India, PRC and South Africa) and other emerging markets are growing as if the two phenomena were interdependent.

Thirdly, the articles celebrate the role that the middle class will play in the so-called “developing countries” as an economic driver in the future of the global economy. Of all of them, the Chinese middle class best represents this phenomenon, even playing a redeeming role in the global economy by taking over the baton from the US middle class as by 2020 “Chi-

nese consumers will lead global spending” (RW, 2010c). However, according to these articles, the PRC’s leadership will not interfere with the domestic policies of other countries and will not lead to the impoverishment of other regions. On the contrary, according to the sample of articles analysed, China’s economic leadership will benefit everyone, both emerging economies and their traditional competitors: even “China’s middle class will bring great opportunities to the US” (RW, 2010d), for example, in terms of investment and tourism (RW, 2014).

FIGURE 1. Articles about the Middle class (MC) in Renmin Wang by years. (2000-2015)



Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000-2015).

After analysing the nationalist discourse implicit in the articles on the foreign middle class, the question arises: why does the CCP use RW to promote a nationalist discourse in its articles on the middle class? One answer could be that nationalism has become the main instrument to secure public support for the re-

gime, to legitimise it in the face of “the declining ideological efficacy of communism” and “the social changes brought about by the economic reform” (Hyun and Kim, 2014: 766) that caused the social conflicts in the late nineties. It is also revealing to note the dates of publication of articles on the foreign middle classes (Fig-

ure 1). Of these, 61% were published in five years (2011–2015) compared to the remaining articles (39%) which were published over a period of eleven years (2000–2010). The number of articles published increased significantly in 2012, the year in which the theory of the “Chinese Dream” was presented. A variable was then established between the beginning of the new ideological programme represented by the “Chinese Dream”, and a greater presence in *RW* of a nationalist and anti-American discourse that made Chinese economic development conditional on the impoverishment of the US middle class and its traditional allies in Asia and Europe. In this way, the concept of the middle class was bereft of its class identity and acquired a national identity.

Anxiety, indescribable pains, and populism in Chinese middle-class discourse

Pro-market articles (38%) and pro-state articles (37%) published in *RW* were represented almost equally (Table 2). Only one article out of 427 in the sample questioned whether the middle-class model of society proposed by the government was the best way to end inequality in the PRC. This absence of dissent from and criticism of the dominant official discourse is due not so much to its lack of validity as to the fact that it calls into question the authority of the CCP. Other than the oft-repeated, accepted precept that the middle class should be a majority in Chinese society because it is the backbone of the country’s economy (*Zhongguo caifu de zhongjian liliang*) and because it acts as a social stabiliser (*shehui wending qi*), there are different views on the most effective way to strengthen and expand this segment of the population. There is also a populist narrative which details the economic hardships in the form of loans and mortgages that the middle class resorts to that

affect their economic and emotional stability, but without providing structural solutions that would alleviate the effects of these adversities.

TABLE 2. *The dominant political stance in articles on the Chinese middle class (CMC)*

	<i>n</i>	%
Pro-market	57	38
Pro-state	55	37
Balanced	9	6
None	23	15
Unclassifiable	5	3
Total	149	100

Note: The percentages have been rounded up or down.

Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000–2015).

Pro-market news items advocated the consumerist role of the middle class and elevated it to a national necessity to ensure the PRC’s full economic development in the not-too-distant future. This argument depoliticised and naturalised consumerist practices, normalised the acceptance of the neoliberal logic implicit in such practices, and neutralised the concept of social class inherent in the ideological essence of the PRC. From 2009 onwards, the number of articles inviting people to buy products associated with middle-class lifestyles — washing machines, SUVs, tourist destinations, wine, etc. — increased considerably, with many of them starting with an allusion to the importance of this group’s purchasing power for the Chinese economy, and ending with a direct incitement to consumption. Having an established domestic consumption was presented as a national necessity and a patriotic act that will allow the country to move away from the export-led economic model. Thus, the pro-market consumerist message, on the one hand, promoted

practices as a new distinctive symbol of China and its society and, on the other hand, empowered the economic elite and the domestic private sector, where these consumerist practices take place. However, these narratives are not only about the need to consume, but also about how to consume, about high-quality consumption. One article explained that “those who are part of the economically more affluent middle class and embrace higher quality standards culturally and ideologically will become the essence of Chinese *xiaokang* society”. *Suzhi* is the feature that distinguishes the middle class with quality from the “nouveau riche” (*baofahu*), namely, “those who, despite being economically solvent, have a lower cultural and ideological quality” (*RW*, 2003).

Nonetheless, not all articles published in *RW* on the Chinese middle class were optimistic about the growth of this population group, as 37% discussed the difficulties that people considered middle class face in China. The pro-state articles alluded to the growing inequality in the PRC and the challenges that threaten the expansion of the middle class. An example of this are headlines such as: “Analysing the impoverishment of the middle class: why do they have high income and indescribable pain?” (*RW*, 2005) or “The middle class is locked in: it is difficult to move up and easy to go down” (*RW*, 2010b). Moreover, populist rhetoric pervades pro-state and pro-market articles as if it were a feature of official middle-class discourse, regardless of political position. In line with Duckett and Langer (2013), the rhetoric used by *RW* in the treatment of the middle class is populist and paternalistic because the main source of information about it is not the middle class itself (Table 3). Although members of the middle class were directly quoted 22 times, and were the most quoted social actors (representing 31% of the quotations), direct quotations

are not widely used in the Chinese press, where there is a strong preference to quote actors indirectly and, in this case, the presence of the voice of the middle class was limited to 7% of all testimonies.

TABLE 3. *Actors cited and mentioned in articles on the Chinese middle class (CMC)*

	Actors cited		Actors mentioned	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Chinese rulers	5	7	3	2
Chinese experts/institutions	15	21	41	26
Foreign experts / institutions	2	3	12	7
Members of the CMC	22	31	12	7
Private company	11	16	50	31
Chinese press	2	3	12	7
Foreign press	6	8	20	12
Others	7	10	9	6

Note: Percentages have been rounded up or down and do not add up to 100 because some articles mentioned or cited more than one actor and some articles cite none at all.

n: Total number of times an actor was cited, regardless of whether it was in the same article or not.

%: Percentage of the total number of actors cited or mentioned.

Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000-2015).

The difficulties faced by the Chinese middle class were treated in a paternalistic way not by this population group but by Chinese experts from public institutions, representatives of companies and multinationals, and even foreign journalists, who explained this vision of the Chinese middle class. These opinions were the most frequently used in the articles, with few articles using the direct voice of the protagonists, i.e., individuals regarded to be part of the middle class (Table 3). Considering the political nature of *RW*, the fact

that the most mentioned and cited actors were representatives of the national and transnational business world suggests a clear pro-market orientation in the sample, indicating the Party-State's willingness to strengthen and increase the power of the private sector *vis-à-vis* the public sector. At the same time, the views of Chinese workers and farmers, those who will swell the ranks of the middle class in the near future, did not appear in any articles, and their opinions on the main obstacles that prevented them from accessing the middle class (thus reaching the desired *xiaokang* society as soon as possible) were not portrayed in the articles.

In the article entitled "Top ten anxiety disorders suffered by the Chinese middle class" (RW, 2010a), different experts, psychologists, artists and estate agents assessed the lifestyle of the middle class. Middle class anxiety was also linked to the lack of laws to protect private property in China and the concern about family expenses —health care, education, housing, care for the elderly—, which makes middle-income earners popularly known as "slaves" (*nu*) to mortgage payments, car payments, children's education, etc. and to become "workaholics". This article has been coded as balanced because, although the text supported privatisation and partly held the middle class responsible for their situation (as workaholics), it also advocated an increase in public investment in education to relieve families of these expenses. While reporting on the problems of China's middle class, and on other non-elite groups, by proposing greater public investment, in the end the article legitimised the official Party-State discourse of promoting the middle class to preserve social stability and ensure continued economic growth (Saich, 2006: 37).

This is an example of populism that was very much present in pro-state and

balanced articles. What could only be interpreted as a discourse advocating economic distribution to end the pressure on the weak middle class becomes one that justifies further privatisation and the protection of the country's economic elite. These articles called for a change in government measures to increase the size of the middle class, whose main function is to strengthen domestic consumption, although it is the national economic elite who ultimately benefit as the recipients of the profits from consumption generated by the middle class, and who achieve a greater presence in an increasingly privatised and less protected social space. Thus, the Party-State legitimises its political and economic authority through specific interests that are presented as being of general interest (Zhao, 2003: 35-36).

What should be done? Problems, responsibilities, and solutions

While 79% of pro-market articles took for granted the existence of a middle class in China and detail the economic benefits that this group entails for the national and even the international economy, a higher percentage of pro-state articles (83%) also used economic arguments, but from a very different perspective (Table 4). The latter questioned the growth (and even the existence) of China's emerging middle class because of their low economic capital, the anxiety they face in repaying the loans they have taken out, and other material problems such as the high costs of education and housing. While the pro-market articles posited the rise of the middle class in macroeconomic terms under the promise of a superior lifestyle, the majority position of the pro-state articles focused on middle-class family finances and the material and emotional difficulties that this segment of the population faces in maintaining their lifestyle.

TABLE 4. *Problems noted in the Chinese middle class (CMC) pro-state and balanced articles*

	<i>n</i>	%
Insufficient economic capital/ Impoverishment	18	28
Consumerism, no political awareness, competitiveness	16	25
Job insecurity	6	9
Difficulty in accessing health and education services, and housing	24	37
Lack of protection of private property	4	6
Unhappiness / Stress / Pres- sure	13	20
CMC Conceptualisation	8	12
Corruption	3	5
Social promotion too difficult / CMC not big enough	30	47
Others	11	17

Note: The percentages have been rounded up or down and do not add up to 100 because some articles mentioned more than one problem and others none.

n: Total number of problems named, regardless of whether they were mentioned in the same article or not.

%: Percentage of the total number of problems cited or mentioned.

Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000-2015).

The main problems of the Chinese middle class mentioned in the pro-state and balanced articles included the values implicit in their lifestyle. Competitiveness at work and in education, the snobbery of the young urban middle class, consumerism —especially a taste for foreign luxury brands—, and a lack of social and political awareness were some of the values criticised and implicit in the middle-class lifestyle, according to *RW*. This type of discourse critical of neo-liberal values is the type of discourse one would expect to dominate in media under the control of the CCP, but it was very reduced and was found in only 37% of all articles. The predominant image in *RW* was that an idealised citizen

in China's urban society is being imposed based on the entrepreneurial subject

responsible for his/her own 'profits and losses' and the anxious manager of his or her embodied capital, whose success is measured in commodified expressions of social distinction, and whose identity as a rights-bearing subject is defined in terms of being a consumer (Anagnost, 2008: 515).

TABLE 5. *Solutions to the problems of the Chinese middle class (CMC) in pro-state and balanced articles*

	<i>n</i>	%
More public spending / enlarging CMC	12	12
More state presence / more regula- tion / distributive measures / more equality	31	31
Improving basic services (through state investment)	17	17
Better (not more) regulation	2	2
More privatisation, more market free- dom	3	3
Narrower definition of middle class	6	6
Changing lifestyle values	10	10
More political power sharing / more CMC presence / democratisation	4	4
CMC growth requires more time	6	6
Prosecuting corruption and dirty mo- ney; restructuring the system	3	3
Others	5	5

Note: The percentages have been rounded up or down and do not add up to 100 because some articles mentioned more than one solution and others none.

n: Total number of solutions named, regardless of whether they were contained in the same article or not.

%: Percentage of total solutions provided.

Source: Developed by the author from *Renmin Wang* (2000-2015).

The solutions presented in *RW* to the problems of the middle class were in line with this account of the entrepreneurial subject (Table 5). The digital version of the *People's Daily* (*Renmin Ribao*) mainly called for alleviating the economic burden on the mid-

dle class through a greater state presence (31%), an improvement in existing services (17%) and greater public investment (12%). In this way, as several articles pointed out, the middle class would be able to devote a larger part of their budget to purchasing goods and services, again reinforcing the dual consumption-middle class notion. Despite the fact that inequality appeared as one of the most acute social problems, neither the working class, nor peasants, nor migrant workers, nor the economic elite were mentioned as specific groups in any significant way. As the mouthpiece of the CCP, it seems strange that the only mention of the dominant class was through exemplary stories of self-improvement, charity work and two interviews with the founders of large Chinese technology companies where they defended the strengthening of the middle class and showed themselves to be knowledgeable about the social reality of their country.

CONCLUSIONS

The discourse on the middle class as synonymous with economic and social stability, defining it as the backbone of a country and a harmonious term between two extremes (the rich and the poor) is well established in newspapers around the world. This article confirms the presence of this discourse in *RW* in the form of nationalist narratives based on anti-American, populist, paternalistic positions and promoting neoliberal values. Thus, when *RW* talks about the decline of the US middle class, it does not only report on a global trend in rich countries, but also promises the Chinese entrepreneur-subject a supposedly superior lifestyle as a reflection of Chinese economic leadership. This is portrayed as a new hegemonic model that will benefit all, both emerging economies and traditional competitors. In this discursive space, the “Chinese Dream” is postulated in the form of an

individual and collective dream that aspires to achieve a comfortable middle-class lifestyle through sacrifice, material accumulation and self-discipline.

This analysis of the official discourse of the Chinese middle class has noted the depoliticisation of consumerist practices, the absence of a form of class rhetoric that appeals to socialist values such as equality or solidarity, the invisibility of poverty by failing to give a voice to the future members of the Chinese middle class, and the disengagement of the elite from their privileges by presenting economic enrichment as the sole result of individual effort. Through this discourse, the CCP has promoted narratives to persuade the middle class that supporting its authority is the most effective way of maintaining social stability, enhancing economic growth, and securing their class privileges. However, poverty eradication plays a key role in the economic argument (Beltrán, 2018: 140) that underpins the official middle-class discourse and, consequently, the self-granted legitimacy of the CCP in the long run as an inter-class representative in the PRC.

The dominant presence of national and transnational business and the almost total absence of political representatives in addressing the issue of the middle class in *RW* reveals a strong pro-market stance on social issues within the CCP. Not only do textual structures express meanings, opinions, and ideologies, but they also show that texts, far from “having” implicit meanings, contain meanings that are assigned during the mental processes of senders and receivers as a collective construction beyond those expressed in the mere textual representation (Dijk, 2002). Readers of *RW* have a specific and memorised mental model of the communicative context that modulates knowledge and information about discursive targets and their communicative acts, i.e., between the discursive and the non-discursive (Dijk, 2002) which translates into particular social practices and representations of

the Chinese middle class in this case. Thus, *RW* itself exemplifies the process of privatization that is not only undergone by the media, but also permeates the intimate, private and everyday practices of Chinese society.

BIBLIOGRAPHY

- Anagnost, Ann (2004). "The Corporeal Politics of Quality (Suzhi)". *Public Culture*, 16(2): 189-208. doi: 10.1215/08992363-16-2-189
- Anagnost, Ann (2008). "From 'Class' to 'Social Strata': Grasping the Social Totality in Reform-Era China". *Third World Quarterly*, 29(3): 497-519. doi: 10.1080/01436590801931488
- Beltrán Antolín, Joaquín (2018). "El Partido ante la sociedad: la erradicación de la pobreza". In: Beltrán, J. (ed.). *Viaje al centro. El XIX Congreso del Partido Comunista Chino*. Barcelona: Edicions Bellaterra, pp. 137-158.
- Chen, Jianfu (2004). "The Revision of the Constitution in the PRC. A Great Leap Forward or a Symbolic Gesture?". *China Perspectives*, 53: 1-22.
- Dijk, Teun A. van (2002). "The Interdisciplinary Study of News as Discourse". In: Bruhn, K.; Jensen, K. and Jankowski, N. W. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London; New York: Routledge, pp. 108-120.
- Dijk, Teun A. van (2014). *Discourse and Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duckett, Jane and Langer, Ana Inés (2013). "Populism versus Neoliberalism: Diversity and Ideology in the Chinese Media's Narratives of Health Care Reform". *Modern China*, 39(6): 653-680. doi: 10.1177/0097700413492602
- Elias, Norbert (2000). *The Civilizing Process. Sociogenetic and Psychogenetic Investigations*. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, Norman (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fan, Shiwei; Xue, Lan and Xu, Jianhua (2018). "What Drives Policy Attention to Climate Change in China?". *Sustainability*, 10(9): 1-20. doi: 10.3390/su1009297
- Fields, Barbara J. (1990). "Slavery, Race and Ideology in the United States of America". *New Left Review*, 181(1): 95-118.
- Fowler, Roger (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- Goodman, David S. G. (2014). *Class in Contemporary China*. Cambridge: Polity Press.
- Goodman, David S. G. (2016). "Locating China's Middle class: Social Intermediaries and the Party-State". *Journal of Contemporary China*, 25(97): 1-13. doi: 10.1080/10670564.2015.1060757
- Guo, Yingjie (2008). "Class, Stratum and Group: The Politics of Description and Prescription". In: Goodman, D. S. G. (ed.). *The New Rich in China: Future Rulers, Present Lives*. Oxon; New York: Routledge, pp. 52-66.
- Hong, Yanbi and Zhao, Yandong (2015). "From Capital to Habitus: Class Differentiation of Family Educational Patterns in Urban China". *The Journal of Chinese Sociology*, 2(1): 1-18. doi: 10.1186/s40711-015-0021-y
- Hu, Jintao (2006). *Communique of the Sixth Plenum of the 16th CPC Central Committee*. Available at: http://www.gov.cn/english/2006-10/11/content_410436.htm, access July 10, 2019.
- Huang, Yixiong (2018). "Media Representation of Tongxinglian in China: A Case Study of the People's Daily". *Journal of Homosexuality*, 65(3): 338-360. doi: 10.1080/00918369.2017.1317475
- Hyun, Ki D. and Kim, Jinhee (2014). "The Role of New Media in Sustaining the Status Quo: Online Political Expression, Nationalism, and System Support in China". *Information, Communication & Society*, 18(7): 766-781. doi: 10.1080/1369118x.2014.994543
- Jiang, Zemin (2002). *Quanmian jianshe xiaokang shehui, kaichuang Zhongguo tese shehui zhuyi shiye xin jumian - zai Zhongguo gongchandang di shiliu ci quanguo daibiao dahui shang de baogao* [Build a Comprehensive Xiaokang Society and Create a New Order of Socialism with Chinese Characteristics: Report to the 16th Congress of the CCP]. Available at: <http://data.people.com.cn/rmrb/20021118/1>, access July 10, 2019.
- Lee, Chin-Chuan (2003). *Chinese Media Global Contexts*. London: RoutledgeCurzon.
- Matus, Christian (2014). "Estilos de vida e imaginarios urbanos en nuevos residentes de Lastarria y Bellas Artes: el barrio patrimonial como escenario de diversidad, distinción y movilidad". *EURE (Santiago)*, 43(129): 165-186. doi: 10.4067/S0250-71612017000200008

- Ong, Aihwa and Li, Zhang (2008). "Introduction: Privatizing China: Powers of the Self, Socialism from Afar". In: Ong, A. and Zhang, L. (eds.). *Privatizing China*. Ithaca: Cornell University Press, pp. 1-19.
- Renmin, Wang (2003). "Zhongchan jieji" jiang chengwei shehui zhuliu? (Redian jujiao) [Will the "Middle class" Become the Mainstream of Society?]. Available at: <http://www.people.com.cn/GB/paper2086/8483/796338.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2005). *Jiexi pinqiong zhongchan jieji weishenme hui you gao shouru nan yan de tong?* [Analyzing The Impoverishment of The Middle class: Why Do They Have High Incomes and Indescribable Pain?]. Available at: <http://finance.people.com.cn/money/GB/42887/3336228.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2008). *Lutoushe: Zhongguo zhongchan jieji zai gan chao Meiguo zhongchan jieji?* [Reuters: Is the Chinese Middle class Catching up With The American Middle class?]. Available at: <http://world.people.com.cn/GB/8212/8086688.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2010a). *Baogao cheng 2020 nian zhongguo jin qi cheng zhongchan jieji laizi xiao chengshi* [A Report Says that Nearly 70 percent of China's Middle class Will Come from Small Cities in 2020]. Available at: <http://sx.people.com.cn/GB/189151/13169962.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2010b). *Da chengshi zhongchan jieji koumen ai tao piyani huo cheng "chengshi pinmin"* [The Middle class Is in Big Cities Is Stingy and Loves to Find Bargains, Called "Urban Poor"]. Available at: <http://hi.people.com.cn/2010/11/11/602388.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2010c). "Zhongchan jieji" bei suoding: Xiangshang hen kunnan, xiang xia hen rongyi ["Middle class" Is Locked in: It Is Difficult to Move up, Easy to Move Down]. Available at: <http://fj.people.com.cn/GB/181517/12742267.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2010d). *Zhongguo zhongchan jieji shi da "jiaolu zheng"* [Top Ten Anxiety Disorders Suffered by the Chinese Middle class]. Available at: <http://auto.people.com.cn/GB/105315/105323/12146225.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2012). *Meiguo zhongchan jieji chujing riyi elie jiating caifu chixu zou xia po* [The U.S. Middle class Is in A Worsening Situation, Family Wealth Continues to Decline]. Available at: <http://world.people.com.cn/GB/n/2012/0725/c157278-18597994.html>, access July 10, 2019.
- Renmin, Wang (2014). *Baogao cheng: Zhongguo zhongchan jieji jueqi gaibian meiguo huaren qu jingji* [The report says: The Rise of the Chinese Middle class Changes the Economy of the American Chinese Area]. Available at: <http://chinese.people.com.cn/n/2014/0607/c42309-25117125.html>, access July 10, 2019.
- Rocca, Jean-Louis (2017). *The Making of the Chinese Middle class: Small Comfort and Great Expectations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ruiz, Jorge (2014). "El discurso implícito: aportaciones para un análisis sociológico / Implicit Discourse: Contributions to a Sociological Analysis". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 146: 171-190. doi: 10.5477/cis/reis.146.171
- Saich, Tony (2006). "China in 2005: Hu's in Charge". *Asian Survey*, 46(1): 37-48. doi: 10.1525/as.2006.46.1.37
- Sandby-Thomas, Peter (2014). "Stability Overwhelms Everything". In: Cao, Q.; Tian, H. and Chilton, P. (eds.). *Discourse, Politics and Media in Contemporary China*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 26-47.
- Scotton, James and Hachten, William (2010). *New Media for a New China*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Shambaugh, David L. (1988). "Anti-Americanism in China". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 497(1): 142-156. doi: 10.1177/0002716288497001012
- Solé-Farràs, Jesús (2018). *El nuevo confucianismo en la China del siglo XXI*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Stockmann, Daniela and Gallagher, Mary E. (2011). "Remote Control: How the Media Sustain Authoritarian Rule in China". *Comparative Political Studies*, 44(4): 436-467. doi: 10.1177/0010414010394773
- Taylor, Jon (2015). "The China Dream is an Urban Dream: Assessing the CPC's National New-Type Urbanization Plan". *Journal of Chinese Political Science*, 20(2): 107-120. doi: 10.1007/s11366-015-9341-7
- Taylor, Peter and Flint, Colin (1994). *Geografía Política. Economía-mundo, Estado-nación y localidad*. Madrid: Trama Editorial.

- Tomba, Luigi (2014). *The Government Next Door: Neighborhood Politics in Urban China*. Ithaca: Cornell University Press.
- Wodak, Ruth (1996). *Disorders of Discourse*. London: Longman.
- Wodak, Ruth and Meyer, Michael (2009). "Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology". In: Wodak, R. and Meyer, M. (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, pp. 1-33.
- Wu, Guoguang (1994). "Command Communication: The Politics of Editorial Formulation in the People's Daily". *The China Quarterly*, 137: 194-211. doi: 10.1017/S0305741000034111
- Xi, Jinping (2013). *Zai di shier jie quanguo renmin daibiao dahui di yi ci huiyi shang de jianghua* [Speech at 1st session of 12th National People's Congress]. Available at: <http://www.jxaevc.com/dang/ShowArticle.asp?ArticleID=3260>, access July 10, 2019.
- Xinhua (2012). *Xi Pledges "Great Renewal of Chinese Nation"*. *Xinhua*. Available at: http://news.xinhuanet.com/english/china/2012-11/29/c_132008231.htm, access December 11, 2012.
- Yu, Xingzhong (1989). "Legal Pragmatism in the People's Republic of China". *Journal of Chinese Law*, 3(1): 29-51.
- Yueh, Linda (2004). "Wage Reforms in China during the 1990s". *Asian Economic Journal*, 18: 149-164. doi: 10.1111/j.1467-8381.2004.00187.x
- Zhao, Yuezhi (2003). "Neo-liberal Globalization, the Dream for a Strong Nation, and Chinese Press Discourses on the WTO". In: Lee, C.-C. (ed.). *Chinese Media, Global Contexts*. London; New York: RoutledgeCurzon, pp. 32-55.
- Zhao, Yuezhi (2004). "The State, the Market, and Media Control in China". In: Thomas, P. N. and Zaharom, N. (eds.). *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances*. London: Southbound Sdn. Bhd., pp. 179-212.
- Zheng, Shiping (2014). "Rising Confidence behind the 'Chinese Dream'". *Journal of Chinese Political Science*, 19(1): 35-48. doi: 10.1007/s11366-013-9274-y

RECEPTION: August 29, 2019

REVIEW: April 6, 2020

ACCEPTANCE: October 26, 2020

El discurso oficial de la clase media china: ansiedad, nacionalismo y populismo

The Official Discourse of the Chinese Middle Class: Anxiety, Nationalism and Populism

Alfonso Sánchez-Romera

Palabras clave

- China
- Clase media
- Discurso oficial
- Ideología
- Prensa

Key words

- China
- Middle Class
- Official Discourse
- Ideology
- Media

Resumen

Desde principios del siglo XXI surge en la República Popular de China un discurso oficial de clase media en cuya difusión los medios de comunicación han desempeñado un papel clave. A partir del análisis de noticias publicadas en *Renmin Wang* ([*Diario del Pueblo en Línea*]), la versión digital del periódico oficial del Partido Comunista Chino (PCC), se determinará la aparición y construcción del discurso de la clase media china en aras de responder a la cuestión ¿para qué el PCC promueve el discurso oficial de la clase media en China? Los resultados sugieren que el Estado-Partido legitima su autoridad en China a través de diferentes posturas basadas en un nacionalismo populista que fomenta una nueva identidad acorde a los valores neoliberales donde encaja el discurso sobre la clase media.

Abstract

The media have played a key role in the dissemination of an official middle-class discourse that emerged in the People's Republic of China two decades ago. The emergence and construction of a middle-class discourse in China will be analysed through news items published in *Renmin Wang* (*People's Daily Online*), the digital version of the official newspaper of the Chinese Communist Party (CCP), in order to answer the question: why does the CCP promote an official middle-class discourse in China? The findings suggest that the Party-State legitimises its authority by taking different stances based on a populist nationalism that fosters a new identity consistent with neoliberal values, which goes hand in hand with the discourse of the middle class.

Cómo citar

Sánchez-Romera, Alfonso (2021). «El discurso oficial de la clase media china: ansiedad, nacionalismo y populismo». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176: 141-156. (doi: 10.5477/cis/reis.176.141)

La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <http://reis.cis.es>

Alfonso Sánchez-Romera: Grupo de investigación InterAsia, Universitat Autònoma de Barcelona | asromera@protonmail.com

INTRODUCCIÓN¹

Un número creciente de estudios han investigado la privatización de los medios de comunicación en la República Popular de China (RPC) desde su inicio en la década de los noventa hasta la actualidad. Durante este período, los periodistas chinos han sido conscientes de «la doble función que puede desempeñar la industria de los periódicos, como una fábrica que genera beneficios (principalmente a través de la publicidad) y como instrumento de propaganda ideológica de la nación» (Scotton y Hachten, 2010: 50). El *Renmin Ribao* (人民日报, *Diario del Pueblo* en su edición en español) está considerado, desde su fundación en 1946, como el «portavoz oficial de China» debido a su posición de «órgano» del Comité Central del Partido Comunista Chino (PCC) y a su vinculación directa con el Departamento de Propaganda del PCC (Wu, 1994: 195). Es decir, el *Renmin Ribao*, y su versión digital desde 1997 *Renmin Wang* (人民网, *RW*, [*Diario del*] *Pueblo en Línea* en su versión en español) conforman un instrumento del poder gubernamental que resulta crucial para establecer la realidad política del país en cada momento y, por tanto, para analizar, en concreto, el discurso oficial sobre la clase media durante el siglo XXI que este artículo propone.

Los estudios publicados sobre el tratamiento informativo en diferentes medios de comunicación chinos constatan que la fusión del poder estatal y del Estado-Partido ha creado un sistema mediático que sirve a los intereses de las élites políticas y económicas del país (Zhao, 2004: 179) cuya influencia sobre la prensa asegura que esta no se desvíe

demasiado de la posición del Gobierno (Stocckmann y Gallagher, 2011: 442-443). Teniendo en cuenta esta premisa, un número considerable de investigaciones han examinado lo publicado en el *Renmin Ribao* sobre diferentes fenómenos sociales y políticos como, por ejemplo, la decisión de China de formar parte de la OMC (Zhao, 2003), la Reforma de la atención sanitaria (Duckett y Langer, 2013), la homosexualidad (Huang, 2018) o el cambio climático (Fan, Xue y Xu, 2018), entre otros.

No obstante, el objetivo principal de este artículo es analizar, por primera vez, cómo *RW* trata el fenómeno de la clase media, teniendo en cuenta el marcado acento discursivo de este concepto en el marco político contemporáneo. Según Goodman (2016), en este contexto la clase media es más un discurso que una estructura «social» ya que no existe evidencia científica objetiva de esta clase, en todo caso, se trata de un segmento de la población con ingresos medios que, como clase social, se encuentra en una fase de «cristalización» (Hong y Zhao, 2015: 1). Así, este artículo se propone identificar y definir las principales categorías ideológicas que conforman el discurso oficial de la clase media china teniendo en cuenta el contexto histórico y político en que surgen. Además, en este estudio se analiza la génesis y evolución de dicho discurso, desde principios de este siglo hasta el año 2015, a través del análisis de noticias publicadas en *RW* alejándose del modelo utilizado por la mayoría de los estudios chinos y occidentales en los que primero se plantea un marco normativo con una definición «objetiva» del término, estableciendo así una norma para después encontrar de manera pormenorizada las manifestaciones de este concepto en los textos periodísticos (Rocca, 2017: 3).

En función de los objetivos planteados, en este artículo se analizará cuantitativa y cualitativamente los 427 artículos en la versión digital en chino del *Renmin Ribao*, en cuyo titular aparece el término clase media «*zhongchan jiej*» que es una de las mane-

¹ Financiación: Este estudio forma parte del proyecto de investigación I + D MINECO/FEDER, UE «Asia Oriental: paradigmas emergentes, política(s), dinámicas socioculturales y sus consecuencias» (FFI2015-70513-P) de la Universitat Autònoma de Barcelona y cuenta con el apoyo de MOFA Taiwan Fellowship-Ministry of Foreign Affairs de la República de China (Taiwán).

ras más comunes utilizadas para referirse a este colectivo (Goodman, 2014: 4). Los textos periodísticos seleccionados fueron publicados entre el 1 de enero de 2000, que es el año en que se nombra por primera vez la clase media al relacionarla con la teoría de la triple representatividad de Jiang Zemin —presidente de la RPC de 1993 a 2003— y de este modo se puso de manifiesto oficialmente el apoyo del Estado-Partido a la promoción de la clase media en el país, algo que antes no había sucedido; y el 31 de diciembre de 2015, año en que se celebró la Quinta Sesión Plenaria del Comité Central del PCC, una reunión que representa un punto de inflexión entre las decisiones políticas desarrolladas hasta ese momento por el Gobierno y las nuevas medidas políticas a llevar a cabo en la RPC durante el período 2016-2020².

Para analizar cuantitativamente las narrativas de clase media, primero se ha tenido en cuenta el número de artículos publicados por año para así codificarlos todos según la nacionalidad de la clase media aludida: china o extranjera, y dentro de la categoría extranjera por países (EE. UU., Reino Unido, Japón, etc.). A continuación, y siguiendo la técnica metodológica utilizada en el estudio de Zhao (2003) y de Duckett y Langer (2013), cada uno de los artículos se ha clasificado según las posiciones políticas predominantes que manifiestan, definidas como: 1) «propúblico» —a favor de una mayor presencia del Estado y de medidas distributivas para favorecer a la clase media—; 2) «promercado» —a favor de un protagonismo mayor del sector privado y los valores mercantiles como el consumo, la competitividad, etc., en la concepción de la clase media china—; 3) «equilibrados» —mostrando ambas posturas anteriores equitativamente—; 4) «ninguno» —sin

alusión alguna a las posturas propúblico o promercado—; y 5) «no clasificable».

Este artículo se basa también en la definición de discurso realizada por Solé-Farràs (2018) y el método histórico-discursivo desarrollado por Wodak (1996), tal y como lo utilizó Sandby-Thomas (2014) en su análisis sobre cómo el PCC legitima su autoridad a través del discurso de estabilidad. Este método está asociado al análisis crítico del discurso (ACD) y, por tanto, establece una aproximación metodológica para el estudio social (Wodak y Meyer 2009; Fairclough, 2010) que se centra en el rol del discurso en la reproducción social del poder (Dijk, 2014). En el caso del análisis periodístico, no solo tiene en cuenta el lenguaje y el discurso, sino que también la dimensión política e ideológica de los mensajes en la prensa (Dijk, 2002). Como sugiere Sandby-Thomas, aunque en el análisis de textos el método histórico-discursivo propone cuatro pasos a seguir, este artículo, se centrará en los dos primeros: el análisis temático para identificar las doctrinas establecidas, los dogmas y dicotomías encarnados en los discursos, textos y acciones narradas (Wodak, 1996), y el análisis discursivo de las estrategias argumentativas utilizadas que buscan persuadir al lector de una postura determinada y así generar consenso (Fowler, 1991).

Al tener en cuenta la presentación de las noticias implícita y explícitamente, el método histórico-discursivo se utiliza para analizar el cambio social en la RPC y el rol del discurso desde un punto de vista crítico, considerando no solo cuantitativa sino también cualitativamente la diversidad de opiniones mostradas en *RW* sobre la clase media. Así, este método, al igual que el ACD, va más allá del análisis textual y evalúa las relaciones entre las estructuras del texto y el lenguaje, y su «contexto» histórico, cultural, social y cognitivo (Dijk, 2002). Para ello se tiene en cuenta si la voz que aparece en los artículos proviene de las élites o de otros actores y, en el caso de los

² Estos 427 artículos se han identificado a través de una búsqueda sistemática en la base de datos disponible digitalmente en la página web del periódico (<http://www.people.com.cn/>).

artículos propúblico y equilibrados, si se explican los aspectos problemáticos del proceso de privatización chino y si se proponen soluciones. De este modo, se analiza periodística y conceptualmente un fenómeno que está recibiendo una atención cada vez mayor, no solo por los medios de comunicación y los académicos, sino también por los principales actores económicos internacionales. Los resultados del análisis se exponen a continuación, pero antes se explora el significado del concepto de clase media como categoría discursiva y sociológica, y se contextualiza brevemente este fenómeno como parte del discurso político del liderazgo en la RPC del siglo XXI.

LA RELEVANCIA DEL DISCURSO DE CLASE MEDIA CHINA

En su investigación sobre la construcción del discurso del nuevo confucianismo en la China del siglo XXI, Solé-Farràs define «discurso» como el resultado de un proceso incesante de creación colectiva, que estructura intelectualmente la determinación de voluntades diversas de vivir de un modo ideal según unos valores, y la eventualidad de acciones indeliberadas determinadas a alcanzar ese ideal (Solé-Farràs, 2018: 29). Según esto, el discurso de clase media es una construcción colectiva —aunque quizá involuntaria— para establecer un conjunto de clasificaciones simbólicas e identitarias que construyen un tipo ideal. La clase media china es el resultado de una ingeniería social que impulsó su aparición a través de incentivos y subsidios —primero a través de la privatización de viviendas— para convertir al grupo así denominado en una parte activa de la construcción de este discurso (Tomba, 2014: 175). Además, el proceso identitario de clase se relaciona con las diferencias sociales que surgen en las oportunidades vitales, el estilo de vida y las identidades colectivas.

El vocabulario descriptivo de estas prácticas distintivas de clase media que nutren de sentido la cotidianeidad de la población es en lo que consiste la ideología (Fields, 1990: 110). En el caso del ideal de vida de la clase media china, las clasificaciones simbólicas y las identidades distintivas consecuentes se forman a partir de una serie de conceptos retóricos como *wenming* (civilización, cultura), *hexie* (armonía), modernidad, patriotismo o *suzhi* (calidad). Entre ellos, el concepto central en la construcción de la clase media china es *suzhi*³, traducido como «calidad humana» (Goodman, 2014: 110) y definido como las «minúsculas distinciones sociales que definen a una persona de calidad» según diversos aspectos —conocimiento adquirido, autorrealización o *xiuyang*, civismo, maneras de hablar, comer, consumir, etc.— y la incitación a un deseo de clase media para la movilidad social (Anagnost, 2004: 190; Rocca, 2017: 120); por ejemplo, la construcción simbólica de las distinciones de clase que representa un consumo de calidad —cuanta más alta la calidad del producto, más alta la *suzhi* de la persona— es también constitutiva de la posición social de los individuos.

Una vez establecida una ideología, su aceptación se valora a partir de las prácticas de gobierno cotidianas. En el caso de la clase media china, estas prácticas implican comportarse como una persona de elevada *suzhi*, que cuida su aspecto físico, un ciudadano moderno, patriótico, con una vida armónica, etc. También se evalúa el grado de conformidad ante los discursos morales y los valores o ideales —la armonía, la cali-

³ *Suzhi* originariamente se refiere a las cualidades individuales heredadas que se han de cultivar para alcanzar la excelencia. La idea de *suzhi* empezó con las políticas estatales que reintrodujeron el control de natalidad en la década de los setenta y la reforma educativa en la década de los ochenta. Posteriormente, *suzhi* se fue aplicando a cada uno de los aspectos que fomentaran el desarrollo individual en aras del bien común (Goodman, 2014: 110).

dad, etc.— que justifican tales prácticas interiorizadas y reconocidas como legítimas (Tomba, 2014: 12) y que, a su vez, responden a unas necesidades concretas de identificación, diferenciación y jerarquización sobre el patrimonio (Matus, 2014: 168). Con este proceso, que empieza con la construcción de un discurso, el Estado utiliza la ideología previamente desarrollada para legitimar las acciones —o medidas políticas— que desea implantar sin encontrar resistencia por parte de las personas que participan en dicha acción.

Tanto las reformas económicas como los discursos oficiales promovidos en la RPC gracias, en gran medida, a los medios de comunicación, tienen como objetivo estipular y estandarizar las políticas del PCC que se consideran correctas y efectivas. Teniendo en cuenta que el PCC ha determinado y sigue determinando lo que considera correcto y eficaz en la RPC (Yu, 1989: 47), el estudio del discurso sobre la clase media, en un medio propagandístico como *RW*, permite analizar los aspectos implícitos que se desprenden de este discurso, determinar su sentido y aprovechar así su potencial como vía de acceso al conocimiento de una serie de prácticas sociales (Ruiz, 2014: 172). De igual manera, es necesario enmarcar estos aspectos implícitos del discurso de clase media en el contexto político de la RPC del siglo *xxi*, y para ello se analizará a continuación el discurso que el liderazgo ha elaborado durante los últimos años.

LA CLASE MEDIA CHINA EN EL SIGLO XXI

A pesar de que las reformas económicas iniciadas por Deng Xiaoping en 1978 provocaron la aparición de nuevos grupos sociales y nuevas representaciones y prácticas sociales, fue el nuevo contrato social entre el Partido y la población tras los sucesos de Tian'anmen en 1989 lo que determinó la

mejora de las condiciones de vida y proporcionó a la población nuevas oportunidades (Rocca, 2017: 23). En primer lugar, se llevó a cabo un cambio drástico en las políticas de empleo que abolió las cuotas de contratación en las empresas estatales, pasando a elegir y contratar libremente a sus empleados según las leyes de eficacia y productividad del mercado, lo que provocó millones de despidos —entre 1996 y 1998 el número de parados se triplicó (Yueh, 2004: 150)—. Además, se duplicó el número de estudiantes universitarios para satisfacer las necesidades del mercado de mano de obra cualificada, se establecieron nuevas fiestas nacionales que promovían el consumo al proporcionar tiempo de vacaciones y se inició la reforma de la vivienda en 1998 que privatizó un gran número de inmuebles urbanos pertenecientes a las *danwei* o «unidades de trabajo», liberalizó el sector y fomentó la reproducción de clase al proporcionar a los antiguos residentes de las mismas una vivienda privada subvencionada frente a quienes no lo eran (Goodman, 2014: 38).

En segundo lugar, durante los primeros años del siglo *xxi*, una serie de medidas políticas coincidieron con la aparición del discurso oficial de clase media que coronaría como únicos protagonistas de la economía socialista de mercado a aquellos que generaran riqueza material produciendo, suministrando o consumiendo bienes y servicios (Guo, 2008: 40) en detrimento de los campesinos y el proletariado. Este cambio ideológico se hizo público cuando Jiang Zemin, en su discurso del 1 de julio de 2001 durante la celebración del 80 aniversario del PCC, invitó a los empresarios a ser miembros del PCC justificando que, según la teoría de la triple representatividad, el Partido representa el avance de China en su conjunto y a las «fuerzas avanzadas» de la sociedad, entre las cuales se encuentran los empresarios. Según esta teoría, el capitalismo no es intrínsecamente contradic-

torio con el socialismo, algo que permite al Partido mantener el control legítimo del poder sin ser cuestionado y seguir siendo relevante para la sociedad (Chen, 2004: 5).

La elección de Beijing, en julio de 2001, como sede de los Juegos Olímpicos de 2008 y la entrada, pactada con EE. UU., de la RPC en la OMC como miembro en diciembre de ese mismo año, avalaron al PCC para otorgarse a sí mismo la representatividad de toda la sociedad china, legitimar sólidamente su autoridad, y aumentar su apoyo popular y su influencia social (Chen, 2004: 5). En su discurso, Jiang Zemin explicó que, teniendo en cuenta el objetivo de la prosperidad común, era necesario ampliar el volumen de la clase media extendiendo la proporción del grupo de ingresos medios, aumentando los ingresos de los grupos de ingresos bajos (Jiang, 2002: 5) e introduciendo los principios neoliberales que representan la acumulación privada y los intereses individuales en las prácticas sociales, mientras las áreas básicas continúan bajo el control firme del Estado (Ong y Li, 2008: 1). En cualquier caso, el discurso oficial de la clase media quedó así inaugurado y, con él, el criterio definitorio de clase según los ingresos y el capital privado acumulado, pese a la incompatibilidad con las formulaciones ideológicas del PCC (Goodman, 2014: 8).

Posteriormente, la propuesta de Jiang de convertir al grupo de ingresos medios (*zhongdeng shouru*) en el grupo dominante fue asumida por los posteriores presidentes de la RPC. Aunque Hu Jintao, el sucesor de Jiang en 2003, propuso el concepto de «desarrollo científico», fueron las medidas de «poner primero a la gente» y «construir una sociedad armónica», propuestas en la Sexta Sesión Plenaria del XVI Congreso del Partido en octubre de 2006, las que más claramente expresaron el desarrollo del discurso oficial de la clase media. Definida como la naturaleza intrínseca del socialismo con características chinas y una ga-

rantía importante de la prosperidad, el rejuvenecimiento y la felicidad del pueblo de China (Hu, 2006), la «sociedad armónica» (*hexie shehui*) tenía un objetivo marcado: conseguir una sociedad *xiaokang*; es decir, dejar atrás la polarización social e integrar a los trabajadores en el grupo de salario medio y así formar una sociedad «moderadamente próspera» con un número muy reducido de ricos y pobres, donde casi toda la población pudiera dedicar los excedentes de sus ingresos a la adquisición de bienes o servicios para tener una vida digna y modestamente acomodada.

Finalmente cuando, en marzo de 2013, Xi Jinping fue nombrado presidente de la RPC, promovió la teoría del «sueño chino» en la mayoría de sus discursos oficiales dentro y fuera de China, un concepto que ya había mencionado unos meses antes cuando fue nombrado secretario general del PCC. El «sueño chino» alude al gran sueño de la nación china en la historia moderna de llevar a cabo su «gran rejuvenecimiento» (Xi, 2013) para restaurar el optimismo y el entusiasmo respecto al futuro, sobre todo entre los más jóvenes, a través de un rejuvenecimiento nacional para promover la movilidad social ascendente y también como declaración ideológica (Taylor, 2015: 111). En su primer discurso como secretario general del Partido, Xi aludió a las aspiraciones del pueblo chino a «tener una vida bella» y en el discurso de investidura como presidente afirmó que el «sueño chino» era «la fuerza, prosperidad y felicidad del pueblo» (Xinhua, 2012; Taylor, 2015: 111). Este concepto transmite eficazmente que, tanto Xi como el Partido, se preocupan y son concedores de los sueños del ciudadano medio, quien anhela un nuevo tipo de vida urbana de clase media que solo podrá hacerse realidad si se mantiene la unidad y se comparte la riqueza (Taylor, 2015: 111).

Lejos de seguir el modelo del «sueño americano» basado en valores individualistas, el acento se pone en hacer de China

una nación «fuerte y poderosa» de nuevo, mostrando que la gran característica del «sueño chino» es unir al país, la nación y el pueblo en una sola entidad con un destino común (Xi, 2013). A través de una identidad simplificada, normativa y única, el «sueño chino» ahonda en la importancia del grupo sobre el individuo y en la voluntad de iniciar, en palabras de Elias (2000: xi), un «proceso civilizador», es decir, una estandarización y sofisticación gradual de las maneras y opiniones de la población. No obstante, hay que tener presente que el «sueño chino» se define en el marco global del siglo *xxi* a partir de tres aspectos: como concepto de la tradición china que resurge con nuevas connotaciones en 2013, como instrumento para aumentar la legitimidad interna del PCC y como método de diseminación internacional de unos determinados ideales (Zheng, 2014).

LAS NARRATIVAS DE LA CLASE MEDIA CHINA: IDEOLOGÍA, REPRESENTACIÓN Y PORTAVOCES

La narrativa pan nacional de la doble movilidad: el auge del «sueño chino» y el declive del «sueño americano»

El hecho de que se hayan publicado en *RW* más artículos sobre la clase media de otros países (261 artículos) que de la clase media china (149) resulta llamativo, sobre todo en un momento en el que el Gobierno chino manifiesta públicamente una clara voluntad política de promover la clase media en el país (tabla 1). Este dato refleja la interacción aparentemente ambigua y contradictoria de «lo nacional» y «lo global» presente en los medios de comunicación chinos desde el inicio del siglo *xxi*. No obstante, el nacionalismo impregna los artículos que tratan sobre la clase media extranjera, respondiendo a la necesidad del Estado-Partido de compensar las desigualdades históricas entre

China y los Estados occidentales y que es útil para defender los intereses de las élites chinas dentro de sus fronteras —la misma dinámica descrita por Taylor y Flint (1994: 204) en su análisis del nacionalismo europeo del siglo *xix*—. Este discurso pro chino promovido por *RW* y presente en los artículos sobre la clase media de otros países se fundamenta en tres aspectos.

TABLA 1. Nacionalidad dominante de la clase media (CM) en los artículos de la muestra. Años 2000-2015

	N	%
CM china	149	35
CM extranjera (EE. UU.)	117	27
CM extranjera (excepto EE. UU.)	144	34
Ninguna	17	4
Total	427	100

Nota: Los porcentajes se han redondeado.

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Primero, existe una narrativa antiestadounidense presente en casi todas las noticias (94%) relacionadas con la clase media de EE. UU. (117 artículos) que representa un importante porcentaje (27%) del total de la muestra. El antiamericanismo resurgió en la prensa china en la década de los noventa debido a que tanto el final de la Guerra Fría como la represión de Tian'anmen (1989) colocaron a EE. UU. y a la RPC en posiciones irreconciliables de «recriminación mutua» (Lee, 2003: 75). La clase media de EE. UU. aparece descrita en los artículos publicados en *RW* como un grupo que está sufriendo un proceso de precarización, tanto en términos de disminución de sus ingresos, como de reducción de su tamaño. La calidad de vida de la clase media estadounidense está en peligro y no solo como consecuencia de la recesión económica provocada por la crisis de 2008, sino

también por el lento crecimiento económico del país previo a la crisis, el aumento de la desigualdad y la crisis de legitimidad de los líderes estadounidenses ante sus electores.

Los artículos señalan que «la infraestructura de EE. UU. está en peligro» (*RW*, 2008) y los valores sobre los que se asienta, como los relativos al trabajo, el progreso, la igualdad y el optimismo se están «tambaleando» (*dongyao*) (*RW*, 2012). Esto contrasta con el crecimiento y enriquecimiento que experimenta la clase media china que se considera que está llamada a «tomar el relevo de la clase media estadounidense», tal y como se manifiesta reiteradamente en el *RW*: «El “sueño chino” está en auge y el “sueño americano” en declive» (*RW*, 2008), o lo que es lo mismo: «Cuando el sol se ponga en EE. UU., empezará la luz para China» (*RW*, 2010d). Este tipo de retórica triunfalista, independientemente de las tendencias que indican los datos empíricos sobre la economía, entronca con la tradición maoísta de interpretación marxista de la «crisis» económica asociada a imágenes negativas de la economía estadounidense promovidas por la propaganda china para evidenciar las contradicciones estructurales de la sociedad estadounidense (Shambaugh, 1988: 150).

En segundo lugar, se constata la presencia de un discurso panamericano que apela a la identidad compartida de las economías emergentes frente a las economías más consolidadas. Pese a la existencia de diez artículos que cuestionan el crecimiento mundial de la clase media, el resto de ellos (251) se articulan en lo que denominaremos la «narrativa de la doble movilidad». Según esto, las clases medias de las democracias liberales —sobre todo EE. UU., Reino Unido y Taiwán— se están empobreciendo y su tamaño está menguando, mientras que las clases medias de los BRICS (Brasil, Rusia, India, PRC y Sudáfrica) y de otros mercados emergentes están en pleno crecimiento como si de una relación de interdependencia entre ambos fenómenos se tratara.

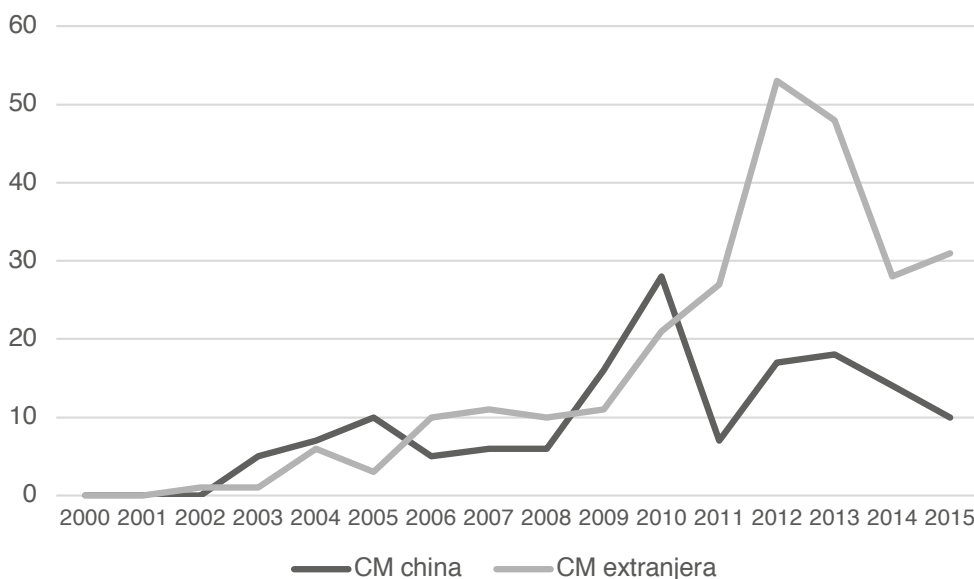
Tercero, los artículos celebran el papel de locomotora económica que la clase media de los considerados «países en vías de desarrollo» desempeñará en el futuro de la economía global. De todos ellos, la clase media china es la que mejor representa este fenómeno, llegando incluso a ostentar un rol redentor en la economía global al tomar el testigo de la clase media estadounidense —en el año 2020 «los consumidores chinos liderarán el gasto mundial» (*RW*, 2010c)—. No obstante, el liderazgo de la RPC no interferirá, según estos artículos, en las políticas nacionales del resto de países y no conllevará el empobrecimiento de otras regiones. Al contrario, según la muestra de los artículos analizados, el liderazgo económico de China beneficiará a todos, tanto a las economías emergentes como a sus competidores tradicionales; incluso, «la clase media china brindará grandes oportunidades a EE. UU.» (*RW*, 2010d), por ejemplo, a efectos de inversión y turismo (*RW*, 2014).

Tras analizar el discurso nacionalista implícito en los artículos sobre la clase media extranjera, surge la pregunta: ¿para qué promueve el PCC, a través de *RW*, un discurso nacionalista en sus artículos de clase media? Se podría responder que el nacionalismo se ha convertido en el principal instrumento de legitimización para asegurar el apoyo público al régimen ante «la disminución de la eficacia ideológica del comunismo» y «los cambios sociales provocados por la reforma económica» (Hyun y Kim, 2014: 766), causante de los conflictos sociales que eclosionaron a finales de los años noventa. También resulta revelador constatar las fechas de publicación de los artículos sobre las clases medias extranjeras (gráfico 1). El 61% de ellos se publicaron en cinco años (2011-2015) frente al resto de artículos (39%) que se publicaron en un período de once años (2000-2010). El número de artículos publicados aumenta significativamente en 2012, el año en que

se presenta la teoría del «sueño chino», estableciéndose así una variable entre el inicio del nuevo programa ideológico que representa el «sueño chino» y una mayor presencia en *RW* de un discurso nacionalista y antiestadounidense que condiciona el

desarrollo económico chino al empobrecimiento de la clase media de EE. UU. y de sus aliados tradicionales en Asia y Europa. De esta manera, el concepto de clase media elimina su identidad de clase y adquiere una identidad nacional.

GRÁFICO 1. Artículos sobre la clase media (CM) en Renmin Wang por años (2000-2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Ansiedad, dolores indescriptibles y populismo en el discurso de la clase media china

Los artículos promercado (38%) y los artículos propúblico (37%) en *RW* tienen una proporción prácticamente idéntica en la muestra (tabla 2). Solo un artículo, de los 427 que conforman la muestra, cuestiona que el modelo de sociedad de clase media propuesto por el Gobierno sea el más indicado para acabar con la desigualdad en la RPC. Esta ausencia de disidencia y crítica ante el discurso oficial dominante se debe, no tanto a su falta de validez, sino a que pone en entredicho la autoridad del PCC.

Una vez aceptado el reiterado precepto de que la clase media debe ser mayoritaria en la sociedad china porque es la columna vertebral de la economía del país (*Zhongguo caifu de zhongjian liliang*) y porque actúa como estabilizador social (*shehui wending qi*), existen diversas posturas sobre la manera más eficaz de fortalecer y ampliar este segmento de la población. Además, se introduce también una narrativa populista que detalla las dificultades económicas en forma de préstamos e hipotecas a los que recurre la clase media y que afectan a su estabilidad económica y emocional, pero sin indicar soluciones estructurales que palién los efectos de estas adversidades.

TABLA 2. La postura política dominante en los artículos sobre la clase media (CM) china

	n	%
Promercado	57	38
Propúblico	55	37
Equilibrado	9	6
Ninguno	23	15
No clasificable	5	3
Total	149	100

Nota: Los porcentajes se han redondeado.

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Las noticias clasificadas como promercado defienden el papel consumista de la clase media y lo elevan a necesidad nacional para asegurar el desarrollo económico pleno de la RPC en un futuro no muy lejano. Este argumento despolitiza y naturaliza las prácticas consumistas, normaliza la aceptación de la lógica neoliberal implícita en tales prácticas y neutraliza el concepto de clase social inherente a la esencia ideológica de la RPC. A partir de 2009, los artículos que invitan a comprar productos asociados al estilo de vida de la clase media —lavadoras, vehículos todoterreno, destinos turísticos, vino, etc.— aumentan considerablemente y muchos de ellos empiezan aludiendo a la importancia del poder adquisitivo de este grupo para la economía china y acaban incitando al consumo de manera directa. La consolidación del consumo interno se presenta como una necesidad nacional y un acto patriótico que permitirá al país abandonar el modelo económico basado en la exportación. Por tanto, el mensaje consumista promercado, por un lado, fomenta unas prácticas como nuevo símbolo distintivo de China y su sociedad y, por otro, potencia a la élite económica y al sector privado nacional, que es donde estas prácticas consumistas se llevan a cabo. Sin embargo, estas narrativas no se desarrollan únicamente en torno a la necesidad de consumir, sino que

también inciden en determinar cómo consumir, se trata de consumir con calidad. En un artículo se explica que «aquellas personas de clase media económicamente más adineradas y que tengan una calidad ideológica y cultural superior serán las que se convertirán en la esencia de la sociedad *xiaokang* china». *Suzhi* es el rasgo que distingue a la clase media con calidad de los «nuevos ricos» (*baofahu*), que son «quienes, a pesar de ser económicamente solventes, tienen una calidad cultural e ideológica inferior» (*RW*, 2003).

Por otra parte, no todos los artículos publicados en *RW* sobre la clase media china son optimistas con el crecimiento de este grupo: el 37% testimonia las dificultades que las personas consideradas de clase media afrontan en el país. Los artículos propúblico aluden a la creciente desigualdad surgida en la RPC y a las dificultades que amenazan a la expansión de la clase media. Un ejemplo de ello son titulares como: «Analizando el empobrecimiento de la clase media: ¿por qué tienen altos ingresos y un dolor indescriptible?» (*RW*, 2005) o «La clase media está bloqueada: es difícil subir y fácil bajar» (*RW*, 2010b). Además, la retórica populista impregna los artículos propúblico y promercado como si se tratara de una característica más del discurso oficial de clase media, independientemente de la posición política. Coincidiendo con Ducket y Langer (2013), la retórica utilizada por *RW* en el tratamiento de la clase media es populista y paternalista porque la principal fuente de información sobre la misma no es la voz de los protagonistas (tabla 3). Aunque el testimonio de los miembros de la clase media se entrecomilla 22 veces y es el actor social más citado (representa el 31% de las citas), este recurso no es muy utilizado en la prensa china; se prefiere mencionar lo que los protagonistas dicen de manera no textual y, en este caso, la presencia de la voz de la clase media se reduce al 7% de todos los testimonios.

TABLA 3. Los actores citados y mencionados en los artículos sobre la clase media (CM) china

	Actores citados		Actores mencionados	
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%
Gobernantes chinos	5	7	3	2
Expertos / instituciones chinas	15	21	41	26
Expertos / instituciones extranjeros	2	3	12	7
Protagonistas (miembros de la CM)	22	31	12	7
Empresa privada	11	16	50	31
Prensa china	2	3	12	7
Prensa extranjera	6	8	20	12
Otros	7	10	9	6

Nota: Los porcentajes se han redondeado y no suman cien porque algunos artículos mencionan o citan a más de un actor y otros artículos no citan a ninguno.

n: Número total de veces que se cita a un actor independientemente si es en el mismo artículo o no.

%: Porcentaje del total de los actores citados o mencionados.

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Las dificultades a las que se enfrenta la clase media china están tratadas de manera paternalista, no las exponen en primera persona los protagonistas, sino que son expertos chinos de instituciones públicas, representantes de empresas y multinacionales e, incluso, periodistas extranjeros, quienes explican la visión de la clase media china. Estas son las voces más utilizadas en los artículos, siendo pocos los que recurren a la voz directa de los protagonistas, es decir, a los individuos considerados de clase media (tabla 3). Teniendo en cuenta la naturaleza política de *RW*, el hecho de que los actores más mencionados y citados sean los representantes del mundo empresarial nacional y transnacional sugiere una clara orientación promercado en la muestra que indica la voluntad del Estado-Partido de fortalecer y aumentar el poder del sector privado respecto al

público. A su vez, la voz de los trabajadores y agricultores chinos, los llamados a engrosar las filas de la clase media en el próximo futuro, no aparece en ningún artículo y no se cuenta con su opinión respecto a los principales obstáculos que les impiden acceder a la misma y alcanzar así, lo antes posible, la deseada sociedad *xiaokang*.

En el artículo titulado «Los diez trastornos de ansiedad principales que padece la clase media china» (*RW*, 2010a), diferentes expertos, psicólogos, artistas y agentes inmobiliarios valoran el estilo de vida de la clase media. También se relaciona la ansiedad que padece la clase media con la falta de leyes para proteger la propiedad privada en China y la preocupación ante los gastos económicos familiares —atención médica, educación, vivienda, cuidado de los ancianos— que hace que las personas con un sueldo medio sean popularmente conocidas como «esclavos» (*nu*) del pago de la hipoteca, del coche, de la educación de los hijos, etc., y se conviertan en «adictas» al trabajo. Este artículo ha sido codificado como equilibrado porque, aunque el texto apoya la privatización y responsabiliza en parte a la clase media de su situación —por ser adicta al trabajo—, también aboga por un aumento de la inversión pública en educación y liberar así a las familias de estos gastos. Si bien se informa de los problemas de la clase media china, y de otros grupos que no forman parte de la élite, proponiendo una mayor inversión pública, al final el artículo legitima el discurso oficial del Estado-Partido de promover la clase media para preservar la estabilidad social y asegurar el crecimiento económico continuo (Saich, 2006: 37).

Se trata de un ejemplo de populismo muy presente en los artículos propúblico y en los equilibrados. Así, lo que únicamente se podría interpretar como un discurso que aboga por la distribución económica para acabar con la presión ejercida

sobre la débil clase media, se convierte en otro que justifica una mayor privatización y la protección de la élite económica del país. Desde estos artículos se reclama un cambio en las medidas gubernamentales para aumentar el tamaño de la clase media, cuya principal función consiste en consolidar el consumo interno, aunque quien finalmente se beneficie sea la élite económica nacional como receptora de las ganancias del consumo generado por la clase media y logrando una mayor presencia en un espacio social cada vez más privatizado y menos protegido. Así, el Estado-Partido legitima su autoridad política y económica a través de intereses específicos que son presentados como un interés general (Zhao, 2003: 35-36).

¿Qué se debería hacer? Problemas, responsabilidades y soluciones

Mientras el 79% de los artículos promercado dan por hecho la existencia de una clase media en China y profundizan en los beneficios económicos que entraña este grupo para la economía nacional e, incluso internacional, un porcentaje superior de los artículos propúblico (83%) utiliza también argumentos económicos, pero desde una perspectiva muy diferente (tabla 4). Estos últimos cuestionan el crecimiento —incluso la existencia— de la incipiente clase media china debido a su escaso capital económico, la ansiedad que sufren al hacer frente a los préstamos que han solicitado y otros problemas materiales como los altos precios de la educación y la vivienda. Si bien los artículos promercado plantean el ascenso de la clase media en términos macroeconómicos bajo la promesa de un estilo de vida superior, la postura mayoritaria de los artículos propúblico se centra en la economía familiar de la clase media y en las dificultades materiales y emocionales que este segmento de la población presenta para mantener su estilo de vida.

TABLA 4. Problemas apuntados en los artículos propúblico y equilibrados de la clase media (CM) china

	n	%
Capital económico insuficiente/ empobrecimiento	18	28
Consumismo, sin conciencia política, competitividad	16	25
Precariedad laboral	6	9
Dificultad de acceso a servicios sanitarios, educativos y vivienda	24	37
Desprotección de la propiedad privada	4	6
Infelicidad / estrés / presión	13	20
Conceptualización CM	8	12
Corrupción	3	5
Ascenso social muy difícil / CM no suficientemente grande	30	47
Otros	11	17

Nota: Los porcentajes se han redondeado y no suman cien porque algunos artículos mencionan más de un problema y otros ninguno.

n: Número total de problemas nombrados independientemente de si es en el mismo artículo o no.

%: Porcentaje del total de los problemas mencionados.

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Entre los problemas principales que presenta la clase media china mencionados en los artículos propúblico y en los equilibrados, aparecen los valores implícitos en su estilo de vida. La competitividad en el ámbito laboral y educativo, el esnobismo de la joven clase media urbana, el consumismo —en especial, la afición por las marcas de lujo extranjeras— y la falta de una conciencia social y política son algunos de los valores criticados e implícitos, según *RW*, en el estilo de vida de clase media. Este tipo de discurso crítico con los valores neoliberales es el que se espera, de entrada, que domine en un medio de comunicación bajo el control del PCC; no obstante, su presencia se reduce al 37% de todos los artículos. De hecho, la imagen predominante en *RW* es que en la sociedad urbana de China se está

imponiendo un ideal de ciudadano basado en el sujeto empresarial

responsable de sus propios beneficios y pérdidas, administrador ansioso del capital que encarna, cuyo éxito se mide en expresiones mercantilizadas de distinción social, y cuya identidad como sujeto con derechos se define en términos de consumo (Anagnost, 2008: 515).

TABLA 5. Soluciones a los problemas de la clase media (CM) china en los artículos propúblico y equilibrados

	n	%
Más gasto público / ampliar CM	12	12
Más presencia del estado / mayor regulación / medidas distributivas / más igualdad	31	31
Mejorar servicios básicos (con inversión estatal)	17	17
Mejor (no más) regulación	2	2
Más privatización, más libertad en el mercado	3	3
Definición de clase media más ajustada	6	6
Cambio de valores en el estilo de vida	10	10
Más reparto del poder político / más presencia CM / democratización	4	4
El aumento de la CM requiere más tiempo	6	6
Perseguir corrupción, dinero negro, reestructurar el sistema	3	3
Otros	5	5

Nota: Los porcentajes se han redondeado y no suman cien porque algunos artículos nombran más de una solución y otros ninguna.

n: Número total de soluciones aludidas independientemente si es en el mismo artículo o no.

%: Porcentaje del total de las soluciones expuestas.

Fuente: Elaboración propia a partir de *Renmin Wang* (2000-2015).

Las soluciones presentadas a los problemas de la clase media en *RW* están en consonancia con este relato del sujeto empresarial (tabla 5). Desde la versión digital del *Diario del Pueblo (Renmin Ribao)* se reclama, principalmente, paliar la carga económica que arrastra la clase media a través de una mayor presencia del Estado (31%), una mejora

de los servicios existentes (17%) y una mayor inversión pública (12%). De esta manera, como apuntan varios artículos, la clase media podría dedicar una parte mayor de su presupuesto a adquirir bienes y servicios, reforzando de nuevo el binomio consumo-clase media. Pese a que la desigualdad aparece como uno de los problemas sociales más señalados, ni la clase trabajadora, los campesinos, los obreros migrantes, ni la élite económica aparecen mencionados como grupos específicos de manera significativa. Tratándose del órgano portavoz del PCC, resulta de nuevo extraño que la única mención a la clase dominante sea a través de historias ejemplificadoras de superación personal, de obras de caridad y dos entrevistas a los fundadores de grandes empresas tecnológicas chinas donde defienden el fortalecimiento de la clase media y se muestran conocedores de la realidad social de su país.

CONCLUSIONES

El discurso sobre la clase media como sinónimo de estabilidad económica y social que la define como la columna vertebral de un país y término armónico entre dos extremos —los ricos y los pobres— está muy asentado en los periódicos de todo el mundo. Este artículo confirma la presencia de este discurso en *RW* bajo la forma de narrativas nacionalistas basadas en posturas antiestadounidenses, populistas, paternalistas y que promocionan valores neoliberales. Por eso, cuando se habla en *RW* del declive de la clase media estadounidense, no se está únicamente informando de una tendencia global de los países ricos, sino que también se promete al sujeto-empresario chino un estilo de vida supuestamente superior como reflejo del liderazgo económico chino —un nuevo modelo hegemónico que beneficiará a todos, tanto a las economías emergentes como a sus competidores tradicionales—. En este espacio discursivo se postula el «sueño chino» en forma de sueño individual y colectivo que aspira a

lograr un cómodo estilo de vida de clase media a través del sacrificio, la acumulación material y la autodisciplina.

El análisis del discurso oficial de la clase media china ha constatado la despolitización de las prácticas consumistas, la ausencia de una retórica de clase que apele a valores socialistas como la igualdad o la solidaridad, la invisibilidad de la pobreza al no dar voz a los futuros integrantes de la clase media china y la desvinculación de la élite respecto a sus privilegios al presentar el enriquecimiento económico como resultado único del esfuerzo individual. A través de este discurso, el PCC ha promovido narrativas para persuadir a la clase media de que apoyar su autoridad es la manera más eficaz de mantener la estabilidad social, potenciar el crecimiento económico y asegurar los privilegios de clase alcanzados. No obstante, la erradicación de la pobreza jugará un papel clave en el argumentario económico (Beltrán, 2018: 140) en el que se sustentará el discurso oficial de clase media y, en consecuencia, la legitimidad que el PCC se otorga a largo plazo como representante interclasista en la RPC.

La presencia dominante del mundo empresarial nacional y transnacional, y la casi total ausencia de representantes políticos a la hora de abordar el tema de la clase media en *RW*, pone de manifiesto una importante postura promercado a la hora de tratar temas sociales en el seno del PCC. Y es que no solo las estructuras textuales expresan significados, opiniones e ideologías sino que también muestran que los textos, lejos de «tener» significados implícitos, tienen asignados significados durante los procesos mentales de los emisores y receptores como construcción colectiva más allá de los expresados en la mera representación textual (Dijk, 2002). Los lectores de *RW* tienen un modelo mental específico y memorizado del contexto comunicativo que modula el conocimiento y la información sobre los objetivos discursivos y sus actos comunicativos; es decir, entre lo discursivo y lo no-discursivo

(Dijk, 2002), que se traduce en unas prácticas y representaciones sociales determinadas, en este caso de la clase media china. Así, el propio medio, *RW*, ejemplifica el proceso de privatización que no únicamente viven los medios de comunicación, sino que también impregna a las prácticas íntimas, privadas y cotidianas de la sociedad china.

BIBLIOGRAFÍA

- Anagnost, Ann (2004). «The Corporeal Politics of Quality (Suzhi)». *Public Culture*, 16(2): 189-208. doi: 10.1215/08992363-16-2-189
- Anagnost, Ann (2008). «From “Class” to “Social Strata”: Grasping the Social Totality in Reform-Era China». *Third World Quarterly*, 29(3): 497-519. doi: 10.1080/01436590801931488
- Beltrán Antolín, Joaquín (2018). «El Partido ante la sociedad: la erradicación de la pobreza». En: Beltrán, J. (ed.). *Viaje al centro. El XIX Congreso del Partido Comunista Chino*. Barcelona: Edicions Bellaterra, pp. 137-158.
- Chen, Jianfu (2004). «The Revision of the Constitution in the PRC. A Great Leap Forward or a Symbolic Gesture?». *China Perspectives*, 53: 1-22.
- Dijk, Teun A. van (2002). «The Interdisciplinary Study of News as Discourse». En: Bruhn, K.; Jensen, K. y Jankowski, N. W. (eds.). *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. London; New York: Routledge, pp. 108-120.
- Dijk, Teun A. van (2014). *Discourse and Knowledge*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duckett, Jane y Langer, Ana Inés (2013). «Populism versus Neoliberalism: Diversity and Ideology in the Chinese Media's Narratives of Health Care Reform». *Modern China*, 39(6): 653-680. doi: 10.1177/0097700413492602
- Elias, Norbert (2000). *The Civilizing Process. Sociogenetic and Psychogenetic Investigations*. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, Norman (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fan, Shiwei; Xue, Lan y Xu, Jianhua (2018). «What Drives Policy Attention to Climate Change in China?». *Sustainability*, 10(9): 1-20. doi: 10.3390/su1009297
- Fields, Barbara J. (1990). «Slavery, Race and Ideology in the United States of America». *New Left Review*, 181(1): 95-118.

- Fowler, Roger (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- Goodman, David S. G. (2014). *Class in Contemporary China*. Cambridge: Polity Press.
- Goodman, David S. G. (2016). «Locating China's Middle Class: Social Intermediaries and the Party-State». *Journal of Contemporary China*, 25(97): 1-13. doi: 10.1080/10670564.2015.1060757
- Guo, Yingjie (2008). «Class, Stratum and Group: The Politics of Description and Prescription». En: Goodman, D. S. G. (ed.). *The New Rich in China: Future Rulers, Present Lives*. Oxon; New York: Routledge, pp. 52-66.
- Hong, Yanbi y Zhao, Yandong (2015). «From Capital to Habitus: Class Differentiation of Family Educational Patterns in Urban China». *The Journal of Chinese Sociology*, 2(1): 1-18. doi: 10.1186/s40711-015-0021-y
- Hu, Jintao (2006). *Communique of the Sixth Plenum of the 16th CPC Central Committee*. Disponible en: http://www.gov.cn/english/2006-10/11/content_410436.htm, acceso 10 de julio de 2019.
- Huang, Yixiong (2018). «Media Representation of *Tongxinglian* in China: A Case Study of the *People's Daily*». *Journal of Homosexuality*, 65(3): 338-360. doi: 10.1080/00918369.2017.1317475
- Hyun, Ki D. y Kim, Jinhee (2014). «The Role of New Media in Sustaining the Status Quo: Online Political Expression, Nationalism, and System Support in China». *Information, Communication & Society*, 18(7): 766-781. doi: 10.1080/1369118x.2014.994543
- Jiang, Zemin (2002). *Quanmian jianshe xiaokang shehui, kaichuang Zhongguo tese shehui zhuyi shiye xin jumian – zai Zhongguo gongchandang di shiliu ci quanguo daibiao dahui shang de baogao* [La construcción de una Sociedad Xiaokang Integral y la creación de un Nuevo Orden de Socialismo con características chinas: Informe del XVI Congreso Nacional del PCC]. Disponible en: <http://data.people.com.cn/rmrb/20021118/1>, acceso 10 de julio de 2019.
- Lee, Chin-Chuan (2003). *Chinese Media Global Contexts*. London: RoutledgeCurzon.
- Matus, Christian (2014). «Estilos de vida e imaginarios urbanos en nuevos residentes de Lastarria y Bellas Artes: el barrio patrimonial como escenario de diversidad, distinción y movilidad». *EURE (Santiago)*, 43(129): 165-186. doi: 10.4067/S0250-71612017000200008
- Ong, Aihwa y Li, Zhang (2008). «Introduction: Privatizing China: Powers of the Self, Socialism from Afar». En: Ong, A. y Zhang, L. (eds.). *Privatizing China*. Ithaca: Cornell University Press, pp. 1-19.
- Renmin, Wang (2003). «*Zhongchan jieji*» *jiang chengwei shehui zhuliu?* (Redian jujiao) [¿Se convertirá la «clase media» en la principal tendencia social?]. Disponible en: <http://www.people.com.cn/GB/paper2086/8483/796338.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2005). *Jiexi pinqiong zhongchan jieji weishenme hui you gao shouru nan yan de tong?* [Analizando el empobrecimiento de la clase media: ¿por qué tienen altos ingresos y un dolor indescriptible?]. Disponible en: <http://finance.people.com.cn/money/GB/42887/3336228.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2008). *Lutoushe: Zhongguo zhongchan jieji zai gan chao Meiguo zhongchan jieji?* [Reuters: ¿La clase media china está superando a la clase media estadounidense?]. Disponible en: <http://world.people.com.cn/GB/8212/8086688.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2010a). *Baogao cheng 2020 nian zhongguo jin qi cheng zhongchan jieji laizi xiao chengshi* [Un informe afirma que casi el 70% de la clase media china provendrá de las ciudades pequeñas en 2020]. Disponible en: <http://sx.people.com.cn/GB/189151/13169962.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2010b). *Da chengshi zhongchan jieji koumen ai tao pianyi huo cheng* «chengshi pinmin» [La clase media de las grandes ciudades: los «pobres urbanos» que quieren ahorrar comprando productos baratos]. Disponible en: <http://hi.people.com.cn/2010/11/11/602388.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2010c). «*Zhongchan jieji*» *bei suoding: Xiangshang hen kunnan, xiang xia hen rongyi* [La clase media está bloqueada: es difícil subir y fácil bajar]. Disponible en: <http://fj.people.com.cn/GB/181517/12742267.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2010d). *Zhongguo zhongchan jieji shi da «jiaolu zheng»* [Los diez trastornos de ansiedad principales que padece la clase media china]. Disponible en: <http://auto.people.com.cn/GB/105315/105323/12146225.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2012). *Meiguo zhongchan jieji chujing riyi elie jiating caifu chixu zou xia po* [La situación de la clase media estadounidense es cada vez peor y la liquidez familiar continúa dis-

- minuyendo]. Disponible en: <http://world.people.com.cn/GB/n/2012/0725/c157278-18597994.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Renmin, Wang (2014). *Baogao cheng: Zhongguo zhongchan jieji jueji gaibian meiguo huaren qu jingji* [Según un informe, el aumento de la clase media china cambiará la economía de los migrantes chinos en EE. UU.]. Disponible en: <http://chinese.people.com.cn/n/2014/0607/c42309-25117125.html>, acceso 10 de julio de 2019.
- Rocca, Jean-Louis (2017). *The Making of the Chinese Middle Class: Small Comfort and Great Expectations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Ruiz, Jorge (2014). «El discurso implícito: aportaciones para un análisis sociológico / Implicit Discourse: Contributions to a Sociological Analysis». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 146: 171-190. doi: 10.5477/cis/reis.146.171
- Saich, Tony (2006). «China in 2005: Hu's in Charge». *Asian Survey*, 46(1): 37-48. doi: 10.1525/as.2006.46.1.37
- Sandby-Thomas, Peter (2014). «Stability Overwhelms Everything». En: Cao, Q.; Tian, H. y Chilton, P. (eds.). *Discourse, Politics and Media in Contemporary China*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 26-47.
- Scotton, James y Hachten, William (2010). *New Media for a New China*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Shambaugh, David L. (1988). «Anti-Americanism in China». *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 497(1): 142-156. doi: 10.1177/0002716288497001012
- Solé-Farràs, Jesús (2018). *El nuevo confucianismo en la China del siglo XXI*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Stockmann, Daniela y Gallagher, Mary E. (2011). «Remote Control: How the Media Sustain Authoritarian Rule in China». *Comparative Political Studies*, 44(4): 436-467. doi: 10.1177/0010414010394773
- Taylor, Jon (2015). «The China Dream is an Urban Dream: Assessing the CPC's National New-Type Urbanization Plan». *Journal of Chinese Political Science*, 20(2): 107-120. doi: 10.1007/s11366-015-9341-7
- Taylor, Peter y Flint, Colin (1994). *Geografía Política. Economía-mundo, Estado-nación y localidad*. Madrid: Trama Editorial.
- Tomba, Luigi (2014). *The Government Next Door: Neighborhood Politics in Urban China*. Ithaca: Cornell University Press.
- Wodak, Ruth (1996). *Disorders of Discourse*. London: Longman.
- Wodak, Ruth y Meyer, Michael (2009). «Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory and Methodology». En: Wodak, R. y Meyer, M. (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage, pp. 1-33.
- Wu, Guoguang (1994). «Command Communication: The Politics of Editorial Formulation in the People's Daily». *The China Quarterly*, 137: 194-211. doi: 10.1017/S0305741000034111
- Xi, Jinping (2013). *Zai di shier jie quanguo renmin daibiao dahui di yi ci huiyi shang de jianghua* [Discurso durante la primera reunión de la XII Asamblea Popular Nacional]. Disponible en: <http://www.jxaevc.com/dang/ShowArticle.asp?ArticleID=3260>, acceso 10 de julio de 2019.
- Xinhua (2012). *Xi Pledges «Great Renewal of Chinese Nation»*. *Xinhua*. Disponible en: http://news.xinhuanet.com/english/china/2012-11/29/c_132008231.htm, acceso 11 de diciembre de 2012.
- Yu, Xingzhong (1989). «Legal Pragmatism in the People's Republic of China». *Journal of Chinese Law*, 3(1): 29-51.
- Yueh, Linda (2004). «Wage Reforms in China during the 1990s». *Asian Economic Journal*, 18: 149-164. doi: 10.1111/j.1467-8381.2004.00187.x
- Zhao, Yuezhi (2003). «Neo-liberal Globalization, the Dream for a Strong Nation, and Chinese Press Discourses on the WTO». En: Lee, C.-C. (ed.). *Chinese Media, Global Contexts*. London; New York: RoutledgeCurzon, pp. 32-55.
- Zhao, Yuezhi (2004). «The State, the Market, and Media Control in China». En: Thomas, P. N. y Zaharom, N. (eds.). *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances*. London: Southbound Sdn. Bhd., pp. 179-212.
- Zheng, Shiping (2014). «Rising Confidence behind the "Chinese Dream"». *Journal of Chinese Political Science*, 19(1): 35-48. doi: 10.1007/s11366-013-9274-y

RECEPCIÓN: 29/08/2019

REVISIÓN: 06/04/2020

APROBACIÓN: 26/10/2020