

Representaciones Sociales Sobre los Chinos y Taiwanese En los Medios de Comunicación en Argentina

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

Resumen

Los chinos se han constituido en el grupo más numeroso de inmigrantes asiáticos en Argentina, se estima en más de 180.000 personas. Sus modos de inserción económico-social y cultural han sido objeto de interés en diferentes estudios. Sin embargo, poco se ha indagado sobre el papel que desempeñaron los medios en la difusión de aquellos atributos identitarios o leyendas urbanas que se construyeron sobre estas corrientes como tampoco se han examinado las percepciones que imperan en los propios espacios comunitarios sobre las características argentinas. Por ello, se ha considerado conveniente emprender una investigación que pueda reflexionar sobre las principales construcciones mediáticas que han predominado y predominan tanto en los medios de comunicación nacionales. como comunitarios.

En este marco, el propósito de este trabajo es analizar cómo los medios de comunicación masiva han representado y representan las identidades chinas en el país, tanto de la República Popular China como de Taiwán. Además, se intentará deconstruir ciertos imaginarios sociales que tienen los argentinos sobre los inmigrantes chinos y las contradicciones que se genera en la sociedad.

Este artículo se basa en diversas fuentes: en la prensa gráfica y digital, en las redes sociales, en la televisión y en la revisión de los trabajos de divulgación y académicos que abordaron la temática.

Palabras clave: Identidad, Chinos y Taiwanese, Medios de Comunicación, Redes Sociales, Prejuicios y Estereotipos

Social representations about Chinese and Taiwanese in the mass media in Argentina

Abstract

The Chinese have been the largest group of Asian immigrants in Argentina, estimated at more than 180,000 people. Their modes of social and cultural insertion have been object of interest in different studies. However, little has been investigated about the role played by the media in the dissemination of those identity attributes

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

or urban legends that were built on these currents, nor have they examined the perceptions that prevail in these community spaces themselves about the Argentine characteristics. Therefore, it is appropriate to undertake an investigation that can reflect on the main media constructions that have predominated and predominate in the national and local media.

In this context, the purpose of this paper is to analyze how the media have represented and represent Chinese identities in the country, both from the People's Republic of China and Taiwan. In addition, an attempt will be made to deconstruct the Argentinean social imaginaries about Chinese immigrants and the contradictions that are generated in society. This article is based on several sources: graphic and digital press, social networks, television and the revision of the divulgation and academic Works that approached the subject.

Keywords: Identity, Chinese and Taiwanese, Media, Social Networks, Prejudice and Stereotypes

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE

mcasassilva@uade.edu.ar

En la actualidad no hay un número exacto sobre la migración china y taiwanesa en nuestro país. Según los números oficiales proporcionados por la Embajada de la República Popular China en Argentina ronda en los 120 mil. Sin embargo, en el marco del simposio ““La presencia china y taiwanesa en Argentina: identidades, cultura y testimonios” organizado por la UADE, uno de los especialistas en la temática, el periodista e historiador Néstor Restivo¹, estimó que los números podrían llegar a los 180 mil inmigrantes de origen chino y taiwanés. Es decir, que sería la cuarta comunidad más grande de inmigrantes en el país, detrás de Bolivia, Paraguay y Perú.

En nuestro país, en particular, pueden identificarse de manera general cuatro momentos de afluencia de inmigrantes chinos. El **primero** fue entre 1914 y 1949; o sea, el período que va desde la caída del Imperio hasta el surgimiento de la República Popular. Eran pocos y provenían de las zonas costeras y puertos del sur de China, como Cantón, Hong Kong o Shanghai, todos con tradición migratoria. Viajaban en barcos comerciales o de pasajeros y traían escasos recursos. Un **segundo** periodo de inmigración se abre desde 1949. Si bien aumenta el flujo de migrantes chinos, el número sigue siendo bajo. Las 100 familias que llegaron desde China estaban acompañadas por un sacerdote. Por los problemas que éste tuvo con el gobierno peronista, los migrantes decidieron seguir camino hacia países vecinos, fundamentalmente Brasil.² En 1947 el INDEC estableció la presencia de 365 chinos mientras y según datos extraoficiales, el número ascendió en la década del 60 a 1500.

Un **tercer** periodo comienza en los 70, con la llegada de chinos que en su mayoría escapaban al régimen comunista (Trejos y Chiang, 2012; Sassone y Mera, 2006; Bretal, 2005). El país recibe en los años 80 a numerosas familias taiwanesas. Entre las razones por las que deciden migrar, se establecen el miedo a la guerra o expansión de China sobre la isla de Taiwán, la búsqueda de una mejor calidad de vida, la ruptura con la tradición, o por razones políticas: ya sea el temor a que se desate una guerra con China o por persecución ideológica. La decisión de migrar es acompañada por un “consejo” que proviene de allegados a los que respetan. Pueden ser familiares o proveedores de sus negocios, pero varios informantes recalcan la idea de una persona prestigiosa, cuya opinión es tenida en cuenta por el padre de familia. Generalmente migran las familias enteras, quienes al llegar son ayudadas por parientes o amigos que ya se

¹ Es uno de los Directores de *Dang Dai*, revista de intercambio cultural Argentina-China

² Trejos; B. y Chiang, N. Young. *taiwanese immigration to Argentina: the challenges of adaptatiois, self identity and returning*. *IJAPS*. Vol. 8, N° 2. pp 113- 143. 2012

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

encuentran instalados en el país. En Taiwán dejan su profesión y su bienestar económico. La mayoría de los migrantes entrevistados argumenta haber tenido un buen pasar económico de la mano de sus profesiones que una vez que llegan a Argentina, deciden abandonar, fundamentalmente por las dificultades para homologar los títulos universitarios. A las cuestiones burocráticas se suman las vicisitudes con el lenguaje –ninguna familia sabía hablar español al llegar y muchos migrantes aún hoy siguen sin aprenderlo, pues sus hijos hacen de traductores cuando lo necesitan-, y las propias de las relaciones bilaterales entre Argentina y Taiwán. Según, Bogado Bordázar, (2002) estos migrantes contaban con dinero suficiente para montar sus negocios o comprar viviendas una vez instalados en Argentina.

A mediados de los 90, la cantidad de taiwaneses ascendía a 25.000 personas, de las cuales 23.000 vivían en Buenos Aires y alrededores³ En la misma década, se dio un importante flujo migratorio desde la RPC. (Bogado Bordázar, 2002). Mayoritariamente llegaban sin capital aunque con grandes expectativas de progreso económico. Eligieron Argentina por considerarlo un país “seguro” y por la situación de crecimiento en la que se encontraba la economía local hasta 1997, que fundamentalmente les permitía ganar en dólares americanos. En esta década, fuentes extraoficiales afirmaban que existían entre 40.000 y 45.000 chinos en Argentina. (Bogado Bordázar, 2002)

El **cuarto** flujo de inmigrantes se vio favorecido por las políticas comerciales entre Argentina y China en los últimos años (2003 a la actualidad). La alianza estratégica que el gobierno kirchnerista conformó con el gigante asiático permitió que grandes multinacionales chinas de diferentes rubros se instalaran en el país como el banco ICBC, la automotriz Chery, las empresas tecnológicas Huawei y TCL y muchas otras más Cifit, Smopec, Cosco, Nooc. Además, el swap con China generó un total de siete acuerdos políticos, económicos y culturales que van desde transporte, logística, puertos, comunicación, minería, energía, ciencia y técnica, espacial, militar, nuclear, turismo, académico, investigaciones, en alimentos, nanotecnología, biotecnología e informática, fotos antárticos, recursos vivos, marítimos, jurídicos, medioambiente, etc⁴

Actualmente, la mayor parte de chinos y taiwaneses reside en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el conurbano bonaerense pero cada vez más se están instalando en otras ciudades como Mar del Plata, Rosario, La Plata, Córdoba, Mendoza y Tucumán. El lugar simbólico más representativo es el “Barrio Chino” que se encuentra en la zona de Belgrano entre las calles Juramento y Arribeños, cerca de las vías de tren del ferrocarril Mitre. Supermercados, restau-

³ Pappier, A. (2011) *Inmigración china en Argentina. El Barrio Chino de Buenos Aires como caso de estudio intercultural*. In: Congreso de la ALADAA, XIII, Buenos Aires.

⁴ Restivo, N. (2015) *Contacto directo*. Revista Dang Dai. pp 18

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

rantes, negocios de todos los rubros, institutos culturales y religiosos forman parte del colorido paisaje que comienza con un arco de cemento y piedra que mide 11 metros de altura y fue traído desarmado desde China. Además, en la localidad de Tigre, provincia de Buenos Aires se inauguró a principios del 2016 el “China Town”, un centro de esparcimiento y compras ubicado frente al río y cerca del Parque de la Costa y del Puerto de Frutos. Hay gastronomía y productos típicos de China.

Otros de los puntos a destacar es la celebración del Año Nuevo Chino que se realiza entre enero y febrero y convoca miles de personas. Este año, 2016, asistieron más de 100 mil personas que disfrutaron de las diferentes actividades culturales y gastronómicas en el barrio.⁵ En este marco, la presencia china y taiwanesa se ha convertido en un fenómeno social que ha ido generando un destacable interés tanto por su cultura, su gastronomía, su religión, su medicina, sus artes y festejos como también por el papel que cumple o podría cumplir la RPC como una aliada estratégica del país en materia económica e internacional. Un fenómeno que ha dado lugar a un debate social en torno a los atributos culturales de los chinos, a construcciones identitarias, reduccionistas pero dinámicas, todo ello reflejado, en los medios de comunicación

¿De qué manera los medios de comunicación han construido y construyen la identidad de los chinos y taiwaneses en Argentina?

La imagen recorrió el mundo. Y aquí, en Argentina, aún hoy pocos pueden olvidarla porque sintetizó una instancia de inflexión social y política. El 19 de diciembre de 2001, Wang Cho-Ju, un ciudadano chino, lloraba con desesperación frente al supermercado en el que trabajaba, debido a su impotencia por el saqueo que acabaría completamente con su fuente de trabajo. Sin duda, Juan, como lo llamaban sus clientes de la avenida Gaona, en la localidad de Ciudadela Buenos Aires, pasó a formar parte, de manera dramática, de la historia del país que había elegido para forjarse un futuro. Posteriormente se tejieron relatos en torno a su vida: algunos dijeron que había regresado a China y otros, que fue y volvió con la decisión de hacerse ciudadano argentino porque estaba en su ánimo seguir peleándola por su bienestar y el de su familia en esta tierra que sentía como su lugar en el mundo.⁶

La imagen desconsolada de Juan se viralizó inmediatamente en los medios argentinos. Entre los sucesos del 2001 se encuentra la historia de Juan que quedó marcada en la historia argentina. Los medios de comunicación que cubrieron ese día el saqueo intentaban acercarle el micrófono a Juan pero entre llanto y la imposibilidad de

⁵ Cálculo que hizo la Asociación de Barrio Chino de Buenos Aires al finalizar los festejos en 2016.
⁶ Vidal, F. (2014) “Nuevos vecinos”. Revista digital Dang Dai.. Recuperado de http://dangdai.com.ar/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=4397:los-nuevos-vecinos&catid=19:comunidad&Itemid=17

hablar en español, sólo quedó registrado ese momento de angustia y desesperación que hasta el día de hoy representa una imagen de la crisis del 2001.

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE

mcasassilva@uade.edu.ar

En este sentido, el psicólogo francés Moscovici (1979) explica que la representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos.

“La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación”.⁷

La primera vez que desde un canal televisivo de noticias mostraban a un chino como protagonista de la noticia y no cualquier noticia, entre las imágenes que recordamos de la crisis de 2001, Juan está presente.

En torno a este tema, Eliseo Verón (1999) señala que los acontecimientos sociales existen sólo en la medida que los medios de comunicación masiva los construyan como tales. A partir de esta perspectiva podríamos advertir entonces el rol que cumplen los medios de comunicación, en este caso, para construir los rasgos identitarios que se le atribuyen a los chinos y taiwaneses residentes en el país.

En la misma línea, Rodrigo Alsina (1999) destaca que los mass media son los que crean la realidad social. Los acontecimientos son conocidos gracias a los mass media y se construyen por medio de la actividad discursiva”. Incluso, el comunicólogo español va más allá al afirmar que “el proceso de construcción social de la realidad depende enteramente de la práctica productiva del periodismo.

Si bien el enfoque de estos dos teóricos de la comunicación puede resultar un tanto excesivo, al responsabilizar a los medios como los principales constructores de esa realidad, también es una perspectiva que puede brindar un marco más amplio para entender el relevante papel que cumple el discurso periodístico en su capacidad de establecer una agenda temática y dirigir o no la atención pública hacia ciertos fenómenos sociales⁸.

⁷ Moscovici, S. (1979) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Editorial Huemul S.A. Buenos Aires, pp 17 y 18
⁸ D'Adamo, O., Freidenberg, F., & García Beaudoux, V. (2000). *Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina*. *América Latina Hoy*, 25, 57-66.

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

Del mismo modo, recordamos otra imagen que hoy tiene más de 1.875.390 visualizaciones en Youtube y fue un reportaje que hizo el noticiero Crónica TV a un chino que estaba en situación de calle y cazaba loros en los bosques de Palermo para vender y subsistir. A la entrevista la titularon “el chino cirujano” y la frase que se convirtió en un dicho popular fue cuando el periodista juzgando el accionar del “chino” le pregunta ¿Si le parecía bien lo que estaba haciendo? y él contesta “Ehh masomeeno naa masomeno”.

Este video sigue circulando en los medios masivos de Argentina sobre todo en programas de entretenimiento y farándula como es Bendita TV, TVR en su momento y otras tanto que recuerdan informes de la televisión. Incluso, tiene miles de comentarios que dan cuenta de la estigmatización que genera este tipo de informes en la televisión. Por ejemplo un tal usuario *Cosme fulanito Hace* comenta “Que asco estos chinos, como mínimo aprendan bien el idioma antes de venir” o como el usuario identificado/a *dlkasfjtl fasfdare* que dice “Volvé a China loco, ya estamos llenos de perucas, bolitas chilindios, parguanchos están llenas de estas lacras en este país” y el usuario *RASTONE10* que explica “Que no te vas a comer esos pájaros los chino, si en tu país se comen hasta las piedras”.⁹

Estos comentarios permiten analizar como ya desde esa época se iba construyendo una imagen negativa de los inmigrantes chinos y taiwaneses. Dada la manera que fue presentado el informe de Crónica TV permite alimentar mitos y prejuicios ya latentes o en construcción sobre los hábitos alimentarios de los chinos y taiwaneses.

En este sentido, Amossy y Pierrot (2001), autores del libro “Estereotipos y Clichés” los definen como: “Representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno (...) El estereotipo sería principalmente resultado de un aprendizaje social”.

“Representaciones” periodísticas que se construyen entonces, de modo incompleto y estigmatizante, que si bien pueden reflejar los patrones de cultura subyacentes en la sociedad también tienen el poder de influir en el imaginario colectivo y convertir esos estereotipos en los parámetros dominantes para el reconocimiento de los chinos en el país.

Como explica la socióloga Luciana Denardi en su nota “*Desconstruyendo prejuicios*” en la revista Dang Dai ante el mito que los chinos comen ratas, ella explica que “A ningún miembro de la comunidad china con el que trabajé le consta. Pero siempre hay algo

⁹ Informe Crónica TV. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=M44mAUzIbRA>

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

para compartir, por pequeñísima que sea la ocasión: un café batido, un té sin azúcar, sopa o grandes banquetes que incluyen tofu, algas, verduras salteadas, carnes agrídulces. En el tiempo que llevo conociendo a migrantes chinos, si hay algo que nos acerca es la importancia que le atribuimos a la comensalidad, y a los vínculos que nacen al compartir una mesa”.¹⁰

Sin embargo, las representaciones sobre los migrantes chinos que circulan en los medios de comunicación y en el imaginario social argentino son la de “mafiosos” o de “competidores desleales”, que son “cerrados”, que se comunican “a los gritos”, que “comen ratas”, que “apagan las heladeras”, que “cambian la fecha de vencimiento”, que “viven en los supermercados en los que trabajan”, que “viven para trabajar”, que “lo único que les interesa es el dinero”, “que pintan las rejillas de acuerdo a la mafia china que los maneja”, “que venden mercadería robada”, “y tantas otras categorizaciones que se les atribuye a los migrantes chinos.

Al respecto, Jaime Barroso (2002) explica que la realidad que la sociedad conoce a través de los medios “no es la propia realidad” sino que es el resultado de los múltiples discursos, versiones que de la realidad existencial terminan por conformar el discurso informativo del medio.

Por ejemplo recordamos cuando un conductor de televisión sentenció como un “juez” la falta de higiene en todo el Barrio Chino basado en “pruebas” que parecen grotescas. O un periodista que pide que “la mafia que la tenga en su país, no me la traigan a matar a mi gente”, o una nota del diario La Nación que se titulaba “Algo huele mal en el Barrio Chino”.¹¹ Entre sus líneas se señala que la “Falta de higiene, comida en mal estado y ausencia de fechas de vencimiento fueron causales de multas. Pero las faltas siguen: en muchos casos, por ejemplo, el sushi que se vende en comercios, envuelto en un nylon, tiene la fecha de elaboración en una precaria etiqueta superficial fácil de reemplazar en cuestión de segundos”. Además, se da por supuesto ciertas cosas y su única fuente son dichos de vecinos, va más allá y se pregunta: *¿Tienen, en realidad, los restaurantes chinos los mismos controles que el resto? ¿Y los supermercados en particular? En teoría, sí. Pero... No fue casual que la Agencia Gubernamental de Control de la Ciudad firmara un convenio con esos supermercadistas para instalar en las heladeras un microchip. ¿Por qué razón? Así se advierte si éstas fueron apagadas durante la noche y no se mantuvo la necesaria cadena de frío para los alimentos frescos”.*

¹⁰ Denardi, L. (2013) *Desconstruyendo prejuicios*. Revista digital Dang Dai. Recuperado de http://dangdai.com.ar/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=3009:deconstruyendo-prejuicios&catid=3:contribuciones&Itemid=11

¹¹ Algo huele mal. Diario La Nación (2011) Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1427349-algo-huele-mal-en-el-barrio-chino>

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

Otro caso que tuvo mucha repercusión en los medios de comunicación fue en el 2006 cuando un supermercadista chino de Lomas Zamora hirió de bala a un camionero y le afectó el pulmón y el abdomen. A raíz, de este caso hubo una protesta muy grande del sindicato de camioneros liderado por Hugo Moyano contra la Cámara de Autoservicio y Supermercados Propiedad Residentes Chinos (CAS-RECH). En ese contexto, Mariano Silva, dirigente del sindicato explicó que “Nosotros queremos que nos entreguen al agresor, porque ellos lo conocen, y un resarcimiento económico para él; también pedimos realizar un trabajo coordinado de prevención para que no se repitan estos hechos”, dijo Silva. Y agregó que “no sabemos si las autoridades nacionales están al tanto de la cantidad de armamento que tiene esta gente en los supermercados”¹²

Otro de los temas que se instaló en la agenda de los medios masivos en 2013, fue cuando un adolescente creó un evento en Facebook titulado “Saquear los chinos para pasarla bien el 24”, una nueva manera de organización que llegó a tener miles de participantes pero que también generó el repudio a este tipo de manifestaciones públicas.

En esta línea, se podría señalar que la cobertura mediática y recurrente sobre “los chinos” en el país, ha instalado ciertas problemáticas como la mafia china, el estado de los supermercados o el tráfico de personas chinas en las fronteras, todas ellas relacionadas o presentadas como historias policiales, dramáticas y estigmatizantes.

De todos modos, cabe destacar, que si bien los medios pueden imponer cierta agenda sobre determinadas cuestiones, también pueden reflejar los discursos estigmatizantes que circulan en la sociedad sobre algunos grupos sociales, religiosos o minoritarios. Como muestra podemos recordar las declaraciones recientes del diputado Miguel Pichetto diciendo: “¿Cuánta miseria puede aguantar la Argentina recibiendo inmigrantes pobres?”.¹³ En este marco, se podría destacar también que la influencia de los medios es compleja, pueden dirigir la atención hacia ciertas problemáticas e ir construyendo los rasgos identitarios de “los otros”, pero su impacto no necesariamente es tan directo y potente, dado que intervienen factores que limitan el efecto de los medios. La teoría de los factores limitados propuestas por Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton (1948) supone que la sociedad tiene la capacidad de seleccionar e interpretar los mensajes que los medios emiten. Por tanto, esta selección estaría sometida a los hábitos de recepción y percepción de cada individuo.¹⁴

¹² Cruce entre camioneros y supermercados chinos. (2006) *Diario Clarín* <http://edant.clarin.com/diario/2006/06/16/elpais/p-01404.htm>

¹³ Las polémicas declaraciones de Miguel Pichetto sobre los inmigrantes. (2016) *Diario La Nación* <http://www.lanacion.com.ar/1952583-las-polemicas-declaraciones-de-miguel-pichetto-sobre-los-inmigrantes>

¹⁴ Wolf, M (1987) “La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas”. Barcelona. Paidós. 1987. pp 56

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

En este sentido, se puede señalar que si bien los medios de comunicación fueron construyendo los rasgos identitarios sobre chinos y taiwaneses de manera reduccionista y simplificadora, las representaciones que comenzaron a circular en la sociedad son más ambivalentes. Tan es así, que Ernesto Fernández Taboada, director ejecutivo de la Cámara de la Producción, la Industria y el Comercio argentino-chino, sostiene: “Cuando se vio que los chinos son trabajadores, austeros, que no piden limosna, que son un ejemplo de vida en familia, la sociedad los fue aceptando más”.¹⁵

Por ello, a continuación, se pasará a analizar de qué manera se fueron reconstruyendo y complejizando las representaciones sociales de los chinos y taiwaneses en el país.

Las imágenes sobre los chinos y taiwaneses en movimiento: ¿Cómo se van resignificando?

En los últimos años la imagen construida de los chinos y taiwaneses fue complejizando en la sociedad argentina. De ser identificados sólo por sus actividades comerciales en bazares, rotiserías, restaurantes y supermercados, a notar también su presencia en diferentes ámbitos como en el cine con el actor Ignacio Hung, consagrado en la película “Un cuento chino” protagonizada por Ricardo Darín o en la televisión con Carlos Lin como periodista y relator de eventos culturales en Buenos Aires. Hay varios ejemplos más de esta generación de “argenchinos”, es decir, de chinos o taiwaneses que llegaron de pequeños y que se escolarizaron en el país. Tales como, la artista plástica Aili Chen, su hermana la cineasta Verónica. Lyla Pen productora de moda, Gustavo Ng periodista, Ana y Carola Kuo directoras de la Asociación Cultural Chino Argentina (ACCA). Incluso, por primera vez un chino llega a la legislatura porteña. Se trata de Fernando “el chino” Yuan, actual legislador porteño elegido en 2015 por el partido Propuesta Republicana (PRO).

Claramente, los tiempos están cambiando y cada vez más los chinos y taiwaneses se han integrado en los diferentes ámbitos de la sociedad argentina. Un ejemplo de ello es la llegada desde hace tres años de unos 5.000 ejecutivos de empresas chinas, muchos de ellos empresarios que se instalaron en Puerto Madero y Palermo. A diferencia de los chinos de los supermercados que vienen, en general, de una provincia pobre llamada Fujian, los ejecutivos de las grandes empresas suelen provenir de Pekín o Shangai. Con estudios de grado o posgrado cursados a veces en el extranjero, vienen a Buenos Aires para instalarse entre dos y seis años. Como título en una nota periodística el diario El Cronista “La invasión silenciosa: los golden

¹⁵ China en Argentina. Diario La Nación. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1235290-china-en-argentina>

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

boys chinos desembarcan en Argentina”.¹⁶ La nota no hace más que poner de manifiesto una impugnación moral que recorre el sentido común de gran parte de los argentinos, para quien ser chino y adinerado y profesional en Buenos Aires es un oxímoron. Pero también como otra de las imágenes que comienzan a estar presentes en la sociedad argentina.

Sin duda, la llegada de grandes empresas chinas al país incentivó a que más personas se interesen por aprender el mandarín que se ha transformado en una ventaja competitiva en el mercado laboral. Actualmente, existen diferentes universidades, institutos y asociaciones .Bilingüe Argentino-Chino, ubicada en el barrio de San Patricios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que desde el jardín niños y niñas aprenden el mandarín con profesores chinos-taiwaneses.

“El desafío es perder los prejuicios hacia otras culturas, sacar de la mente las limitaciones que uno cree que puede tener con el idioma chino, animarse a formarse pero también a equivocarse en una carrera que es muy alternativa. La idea es tener una mirada amplia para poder imaginarse en un futuro profesional con el idioma”, reflexiona Roxana Huang, directora de la carrera de intérprete de idioma chino (ISIIC).

Este nuevo oleaje y panorama del idioma en el país también fue una oportunidad para la primera generación de chinos nacidos en Argentina donde muchos empezaron a interesarse por el idioma, más allá que sus padres quisieran que aprendieran el idioma desde niños.

Otro de los aspectos donde se puede observar cómo cada vez más hay un interés por el mundo oriental es cuando llega el Año Nuevo Chino. . Este año, 2016, asistieron más de 100 mil personas que disfrutaron de las diferentes actividades culturales y gastronómicas que ofrece la comunidad.¹⁷

Pero también durante todo el año es visitado el Barrio Chino en Belgrano y la China Town en Tigre por numerosos turistas del país y del mundo.

Uno de los ámbitos que se ha desarrollado con mayor impulso en el país es la medicina tradicional china. Actualmente existen varios centros médicos que brindan tratamientos pero también capacitaciones como la Asociación Argentina de Medicina Tradicional China o el Instituto de la Medicina Tradicional China.

¹⁶ Torino, M. (2014) *La invasión silenciosa: los golden boys chinos desembarcan en Argentina*. El Cronista. Recuperado de <http://www.cronista.com/3dias/La-invasion-silenciosa-los-golden-boys-chinos-desembarcan-en-la-%20Argentina-20140725-0007.html>

¹⁷ *Calculo que hizo la Asociación de Barrio Chino de Buenos Aires al finalizar los festejos en 2016.*

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

El Tai Chi, el Chi Kung, la danza china, talleres de caligrafía y pintura son algunas de las actividades culturales que se desarrolla con mayor impulso en Buenos Aires. También, cada vez más la cocina internacional china se ha vuelto como una de las opciones de los argentinos. Ya no es solo los arrolladitos primavera o los chau mien, chau fan, chop suey sino ahora el menú se ha ampliado como le pato laqueado, almejas navajas, vieyras al vapor carne salteada con salsa de ostras, entre otros platos.

Uno de los puntos importantes a destacar fue la visita del presidente chino Xi Jinping al país. A partir de ese momento, la República Popular China calificó al vínculo con la Argentina de “relación estratégica integral”, la segunda más importante de su política exterior. Detrás de los acuerdos firmados por Xi y la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner muchas acciones cotidianas que concretan el intercambio cultural, la cooperación financiera y tecnológica y un creciente conocimiento cultural y social entre ambos países.

“Hay un programa ambicioso de inversiones chinas”, dijo a fines de marzo el embajador argentino en Pekín, Diego Guelar. De este modo, se supone que el gobierno del actual Presidente Mauricio Macri podría continuar aún más los intercambios comerciales y culturales.

En breve, la combinación de todos estos aspectos señalados, dio lugar a ciertos cambios en la percepción sobre los chinos y taiwaneses, tanto en la sociedad como también en los medios de comunicación. Ya no son percibidos solo como “supermarcadistas” o como parte de supuestas “redes delictivas”. También se los identifica como parte del tejido social argentino, se los aprecia como los depositarios de una cultura milenaria y, se los asocia al prestigio y poder adquirido por la RPC en el escenario internacional.

Algunas reflexiones finales

En los últimos años, los medios de comunicación en Argentina han ido resignificando las representaciones sociales predominantes sobre la población de origen chino y taiwanés en el país. Tal cual se ha observado, estas corrientes orientales, se vieron relegadas en la prensa bajo ciertos titulares recurrentes como: “mafia china”, “trata de personas”, “Cuestionamientos sobre la limpieza en los supermercados y restaurantes”, entre otras temáticas que alimentaron ciertos estereotipos en el imaginario social argentino. Sin embargo, el discurso periodístico se fue tornando mas ambivalente en los últimos tiempos, manifestando por un lado, actitudes discriminatorias, pero por otro, favorables. Estas representaciones, aparentemente contradictorias, podrían considerarse como el reflejo de una nueva reconfiguración de la imagen que tienen los argentinos hacia los chinos y taiwaneses.

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016

11 – AÑO 7

ISSN 2250-5792

En este sentido, el desafío que tienen hoy los medios de comunicación, desde el lugar estratégico que ocupan en la construcción de las representaciones sociales, es incorporar otras voces que reflejen de manera más amplia las prácticas sociales de estos colectivos y de ese modo, tender puentes que rompan estereotipos y estigmatizaciones aún presentes en la sociedad argentina.¹⁸

Fecha de recepción: Mayo 2016

Fecha de aceptación: Junio 2016

MAG. MARÍA ROMINA

CASAS SILVA

UADE

mcasassilva@uade.edu.ar

¹⁸ Samar, R. (2012) *La estigmatización. La Ventana: Medios y comunicación*. Página 12.
Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-185186-2012-01-11.html>

Bibliografía

DIVERSIDAD

DIC 2015 - JUN 2016
11 – AÑO 7
ISSN 2250-5792

MAG. MARÍA ROMINA
CASAS SILVA
UADE
mcasassilva@uade.edu.ar

Trejos; B. y Chiang, N. Young. *taiwanese immigration to Argentina: the challenges of adaptatioos, self identity and returning*. IJAPS. Vol. 8, Nº 2. pp 113- 143. 2012

Pappier, A. (2011) *Inmigración china en Argentina. El Barrio Chino de Buenos Aires como caso de estudio intercultural*. In: Congreso de la ALADAA, XIII, Buenos Aires.

Moscovici, S. (1979) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Editorial Huemul S.A. Buenos Aires, pp 17 y 18

D'Adamo, O., Freidenberg, F., & García Beaudoux, V. (2000). Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina. *América Latina Hoy*, 25, 57-66.

Restivo, N. (2015) *Contacto directo*. Revista Dang Dai. pp 18

Fuentes de Internet

Samar, R. (2012) *La estigmatización*. La Ventana: Medios y comunicación. Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-185186-2012-01-11.html>

Vidal, F. (2014) “*Nuevos vecinos*”. Revista digital Dang Dai.. Recuperado de http://dangdai.com.ar/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=4397:los-nuevos-vecinos&catid=19:comunidad&Itemid=17

Informe Crónica TV. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=M44mAUzIbRA>

Denardi, L. (2013) *Descontruyendo prejuicios*. Revista digital Dang Dai. Recuperado de http://dangdai.com.ar/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=3009:deconstruyendo-prejuicios&catid=3:contribuciones&Itemid=11

Algo huele mal. Diario La Nación (2011) Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1427349-algo-huele-mal-en-el-barrio-chino>

Cruce entre camioneros y supermercados chinos. (2006) Diario Clarín <http://edant.clarin.com/diario/2006/06/16/elpais/p-01404.htm>

Las polémicas declaraciones de Miguel Pichetto sobre los inmigrantes. (2016) Diario La Nación <http://www.lanacion.com.ar/1952583-las-polemicas-declaraciones-de-miguel-pichetto-sobre-los-inmigrantes>

Wolf, M (1987) “La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas”. Barcelona. Paidós. 1987. pp 56

China en Argentina. Diario La Nación. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1235290-china-en-argentina>

Torino, M. (2014) *La invasión silenciosa: los golden boys chinos desembarcan en Argentina*. El Cronista. Recuperado de <http://www.cronista.com/3dias/La-invasion-silenciosa-los-golden-boys-chinos-desembarcan-en-la-%20Argentina-20140725-0007.html>