



Las ambivalencias del orientalismo. Percepciones sociales sobre China y los/as migrantes chinos/as en la Ciudad de Buenos Aires*

THE AMBIVALENCES OF ORIENTALISM: SOCIAL PERCEPTIONS OF CHINA AND CHINESE MIGRANTS IN THE CITY OF BUENOS AIRES

Resumen


En los últimos años, la República Popular China (RPC) ha adquirido mayor presencia en gran parte de los países de América Latina. En los medios de comunicación de la región, la valoración de este país tiende a ser negativa. Del mismo modo, las referencias mediáticas sobre los/as inmigrantes chinos/as fluctúan entre el exotismo y su asociación con prácticas ilegales o irregulares. Sin embargo, los estudios sobre las imágenes de este país en la sociedad argentina todavía son muy escasos. Para contribuir a revertir esta carencia, en 2021 realizamos una encuesta con el método IVR (interactive voice response) a 1.476 personas mayores de 16 años en la ciudad de Buenos Aires, con el objetivo de identificar sus imágenes y opiniones sobre China, las relaciones entre Argentina y China y los/as inmigrantes chinos/as radicados/as en la Argentina. Los resultados permiten dar cuenta de la multiplicidad de sentidos que adquieren las referencias a “China” y a “los/as chinos/as” en los/as habitantes de la ciudad de Buenos Aires; de que la expansión global de la RPC no es uniforme ni unívoca, y de que las representaciones sobre dicho país y los/as migrantes chinos/as han comenzado a cambiar, por los altos porcentajes de imagen positiva recabados.


Palabras clave: encuesta IVR, China, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, representaciones, migración china.

Abstract

In recent years, the People’s Republic of China (PRC) has increased its presence in most Latin American countries. The region’s media tends to cast the country in a negative light. Similarly, media references to Chinese immigrants fluctuate between exoticism and their connection to illegal or irregular practices. However, studies of images of China in Argentine society are still quite limited. In an effort to address this lack, we conducted a survey using the interactive voice response (IVR) method in 2021. The survey covered 1,476 people over the age of 16 in the city of Buenos Aires, and its purpose was to identify their images and opinions about China, the relationship between Argentina and China, and Chinese immigrants living in Argentina. The results show the multiplicity of meanings that references to “China” and to “Chinese people” take on for people living in Buenos Aires; that the global expansion of the PRC is not uniform or univocal; and that representations of China and Chinese migrants begun to change based on the high percentages of respondents who have a positive image of them.

Keywords: IVR survey, China, Autonomous City of Buenos Aires, representations, Chinese migration.

 **Luciana Emilia Denardi****
lidenardi@unsam.edu.ar
Universidad Nacional de San Martín, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina

 **Máximo Carlos Badaró*****
mbadaro@unsam.edu.ar
Universidad Nacional de San Martín, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina

 **Zigang Wang******
santiago.wangzigang@gmail.com
Departamento de Estudios Hispánicos de la Universidad de Comercio y Economía Internacional, China

Volumen 24, 2024, 1-17

ISSN: 0719-0948

Fecha de recepción: 22/02/2024

Fecha de aprobación: 21/08/2014

Fecha de publicación: 17/10/2024

<https://doi.org/10.61303/07190948.v24i.1140>

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Denardi, L., Badaró, M. y Wang, Z. (2024). Las ambivalencias del orientalismo. Percepciones sociales sobre China y los/as migrantes chinos/as en la Ciudad de Buenos Aires. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, 24. 1-17.

<https://doi.org/10.61303/07190948.v24i.1140>

* Financiado por la Escuela de Altos Estudios Sociales (EIDAES), Universidad Nacional de San Martín.

** Dra. en Antropología Social, Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina. Investigadora CONICET.

*** Dr. en Antropología Social, Ecole des hautes études en sciences sociales, París, Francia. Prof., Escuela de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Investigador CONICET.

**** Dr. en Traducción y Estudios Interculturales, Universidad Autónoma de Barcelona, España. Prof. Asoc., Depto. de Estudios Hispánicos, Universidad de Comercio y Economía Internacional, UIBE, Beijing, China.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la República Popular China (en adelante RPC) ha adquirido mayor presencia en los debates públicos de la mayoría de los países de América Latina. En menos de veinte años, China se convirtió en el principal socio comercial de la mayoría de los países latinoamericanos, y es esperable que dicho vínculo siga fortaleciéndose, sobre todo a partir de la incorporación de muchos países de la región a la iniciativa de la Franja y La Ruta (IFR). Esta iniciativa también se conoce como “Nueva Ruta de la Seda”. Impulsada por el presidente Xi Jinping a partir de 2013, propone una vinculación cooperativa entre las “civilizaciones” del mundo en los ámbitos político, económico, cultural y social¹. El enorme proceso de crecimiento económico y expansión global de la RPC ha contribuido a la proliferación de imágenes que la asocian con un mercado de oportunidades comerciales y, sobre todo en África y América Latina, con una fuente de inversiones y salvación económica.

La mayoría de los estudios que analizan las representaciones mediáticas de la RPC en América Latina coinciden en que la valoración de este país en los medios de comunicación de la región tiende a ser negativa, en parte a raíz de que las fuentes de información son principalmente de origen estadounidense y europeo (Guo, 2018; Wang et al., 2022). En Argentina, las imágenes sobre la RPC que circulan en los medios de comunicación oscilan entre la demonización y la idealización de su impacto económico local. En un sentido similar, las referencias mediáticas sobre los/as inmigrantes chinos/as oscilan entre el exotismo orientalista, que les adjudica una alteridad cultural radical, y su asociación con mafias y prácticas comerciales ilegales. La creciente visibilidad de la RPC en la agenda mediática de Argentina también está ligada a las controversias públicas que generan algunos de los proyectos de inversión de origen chino en los sectores de la producción energética (Mora, 2018), agropecuaria (Martínez, 2020; Mora, 2019) y en la minería (Parodi y Maresca, 2023; Juste y Rubiolo, 2023), y a su rol clave en la provisión de material sanitario y vacunas durante la pandemia de COVID-19 (Sánchez, 2020; Baumann y Denardi, 2022).

A pesar del evidente y sostenido crecimiento de la RPC a nivel global, de su vinculación comercial, política y social con Argentina y de la cada vez mayor presencia de temáticas relacionadas con China en los medios locales, los estudios sobre las imágenes de este país en la sociedad argentina todavía son muy escasos y generales. Para contribuir a revertir esta carencia de información y de análisis detallado, en noviembre de 2021 realizamos una encuesta con el método IVR a 1.476 personas mayores de 16 años en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante, CABA). Se trata de la ciudad con mayor cantidad de habitantes y de mayor presencia de inmigrantes chinos/as e instituciones educativas, culturales y comerciales relacionadas con China del país. Nos propusimos el objetivo de identificar allí las imágenes y opiniones sobre China, las relaciones entre Argentina y China y los/as inmigrantes chinos/as radicados en la Argentina.

Nuestro propósito fue producir información más detallada y específica que la que brindan las grandes encuestas globales sobre la imagen de China en diferentes países del mundo (Observatorio de la Política China, 2017; *El financiero*, 2022; Saccone, 2022). Para ello, no solo elaboramos preguntas que apuntaban a identificar representaciones generales sobre la RPC, sino también a identificar prácticas que involucraran relaciones e interacciones sociales concretas. Por un lado, desagregamos la categoría “China” a través de preguntas que refieren a este país como un Estado, una cultura, una fuente de inversiones, un modelo de

¹ Para leer más sobre la IFR en Argentina, puede consultarse a Chen y Cao, 2022; y Schultz, 2022.

desarrollo económico y social, y como el origen geográfico y cultural de los/as migrantes. Por otro lado, realizamos preguntas para identificar el conocimiento general de las personas sobre China, los ámbitos y la frecuencia de sus interacciones con personas de origen chino, así como sus niveles de acuerdo y desacuerdo para detectar el grado de su vinculación con personas de origen chino en el ámbito laboral y familiar.

Realizamos la encuesta a través del Programa PASCAL de la Universidad de San Martín, un programa interdisciplinario de medición de opinión pública y audiencias. Diseñamos una serie de preguntas de opción múltiple, que fueron pregrabadas. El método que utilizamos es conocido como IVR, por las siglas correspondientes a respuesta de voz interactiva en inglés (*interactive voice response*). Se trata de una encuesta telefónica autoadministrada: una máquina realiza el llamado y formula automáticamente las preguntas pregrabadas al/la encuestado/a, quien responde presionando las teclas de su teléfono. Utilizamos una muestra aleatoria sobre habitantes de CABA mayores a 16 años. De esta manera, obtuvimos 1.476 respuestas, de las cuales 55% corresponde a personas que se clasificaron como de sexo femenino y 45%, de sexo masculino. Respecto a la edad de los/as encuestados/as, 15% pertenece a la franja etaria de 16 a 24 años, 31% a la franja de 25 a 40 años, 22% al grupo de entre 41 y 55 años, 12% a las personas de 56 a 64 años y, finalmente, 20% corresponde a personas de más de 65 años.

Los datos que presentamos en este artículo complementan los análisis de las relaciones comerciales y políticas entre la Argentina y China que se han desarrollado desde las ciencias políticas y las relaciones internacionales (Hearn y Manríquez, 2011; Moneta y Cesarín, 2012; Malena, 2010; Slipak, 2014; Bolinaga, 2015a, 2015b; Oviedo, 2006, 2015; Busilli, 2020; Berjano et. al., 2015; Mora, 2019), así como los estudios etnográficos sobre la inmigración china en la Argentina y la presencia de China en diferentes ámbitos específicos de este país (Badaró, 2016, 2022; Denardi, 2017; Bogado Bordazar, 2015; Sartori, 2019). Para analizar los resultados de la encuesta nos valemos de nuestra experiencia como investigadores/as de metodología cualitativa en temáticas vinculadas a China en ciencias sociales por más de una década. No figura dentro de nuestros objetivos el análisis causal de los datos que aquí presentamos, ya que eso sería una tarea que demandaría nuevas indagaciones. En cambio, nos interesa presentar los cambios, las continuidades y las relaciones de los resultados de la encuesta con otros fenómenos socioculturales vinculados con la presencia de China en Argentina.

En el plano conceptual, nuestra encuesta busca problematizar las diferentes construcciones de alteridad en las configuraciones culturales (Grimson, 2011) de la Argentina contemporánea. En sintonía con el trabajo de otros autores (Montt, Chan y Ríos, 2022), nuestra investigación brinda elementos para analizar el lugar del orientalismo en los discursos sobre China en América Latina. En tanto estrategia discursiva y política de construcción de la alteridad y ejercicio del poder, el orientalismo clásico presupone una diferencia esencial y radical entre Oriente y Occidente (Said, 2003). Los resultados de nuestra encuesta ponen de relieve una tensión entre este orientalismo clásico y el creciente "orientalismo de la similitud" (Vukovich, 2012), que presupone una semejanza cada vez más marcada de China con Occidente, como producto de las transformaciones socioculturales de China en las últimas dos décadas y de su rol protagónico en el capitalismo global actual. Estas dos formas de orientalismo representan los

polos opuestos de las ambivalentes y cambiantes significaciones sobre China y los/as inmigrantes chinos/as que se expresan en las prácticas, discursos, representaciones, relaciones sociales y ámbitos de interacción que explora esta encuesta.

El artículo consta de tres apartados y una conclusión. En el primer apartado, analizamos los imaginarios históricos sobre la migración china en América Latina y cómo estos han repercutido en la actualidad en productos de la industria cultural argentina. En el segundo apartado, describimos los datos obtenidos a partir de la encuesta acerca de las percepciones sobre China en la Argentina contemporánea. Nos detenemos particularmente en dos representaciones que parecen ser antagónicas: la de China como modelo y China como riesgo ambiental. Finalmente, en el último apartado, analizamos los datos obtenidos respecto a las representaciones sobre los migrantes chinos en Buenos Aires. Para ello, nos detenemos en categorías como trabajadores y “cerrados”; además, en entornos familiares, laborales y comerciales; y en el impacto de la pandemia por COVID-19. En las conclusiones, retomamos los principales hallazgos que surgen del análisis de los datos cuantitativos.

Imaginarios históricos sobre la inmigración china en América Latina

Beltrán Antolín (2016) sostiene que una de las representaciones de mayor trayectoria histórica sobre los/as migrantes chinos/as en América Latina es la del “peligro amarillo”. Esta imagen se originó en Europa en el siglo XIX; sin embargo, llegó a América conectada con el legado sociocultural del mercado de *coolíes*, un sistema de tráfico de trabajadores asiáticos, principalmente a Cuba y Perú (Hu- DeHart, 2005). Cuando este sistema acabó, los/as migrantes fueron representados como un peligro para la salud pública, la moralidad y el mercado, tanto de América Latina como de Estados Unidos de Norteamérica. Los/as migrantes chinos/as, junto a los/as africanos/as y los/as indígenas, fueron considerados inferiores y calificados como “viciosos” y “depravados” (Espinoza Wang, 2022). Los brotes de peste bubónica, las políticas antichinas para frenar la migración y la mejora de las condiciones de los/as migrantes como fruto de su trabajo, no hicieron más que aumentar el prejuicio contra los/as chinos/as. China había pasado de ser “una civilización que había obtenido grandes logros en el pasado” y que despertaba admiración, a ser considerada una sociedad “«enferma» que necesitaba la ayuda exterior para la modernización de su sociedad e instituciones” (Beltrán Antolín, 2016, p. 13). Con el correr de las décadas, la situación no mejoró. De acuerdo con López (2014), en los países latinoamericanos con mayor presencia de migrantes chinos/as, como Perú, Cuba y México, los discursos antichinos incorporaron las referencias al comunismo, catalogándolo como un nuevo peligro, mientras que los movimientos de izquierda admiraban la alternativa al capitalismo que significaba la RPC (Gasquet, 2015).

En la producción cultural de la Argentina, el Oriente y específicamente China han tenido un lugar importante, sobre todo en la literatura y el cine. El exotismo de lugares, culturas y personajes asociados a Oriente está presente las novelas de las décadas de 1980 y 1990 (Holmes, 2008). En cuanto al cine argentino de las últimas décadas, la película *Un cuento chino*² (2011) se destaca como una de las producciones audiovisuales que ha apelado con más fuerza a los estereotipos y lugares comunes para referirse a la inmigración china en la Argentina.

2 Coproducción hispano-argentina dirigida por Sebastián Borensztein y protagonizada por Ricardo Darín, Muriel Santa Ana e Ignacio Huang. Fue estrenada el 24 de marzo de 2011.

Vale la pena detenerse en este film, ya que condensa muchas de las representaciones hegemónicas sobre China y la migración china en la Argentina. *Un cuento chino* narra la historia de un migrante de ese origen que llega a Buenos Aires y recibe la ayuda de un argentino. La película comienza con una escena que busca acentuar el exotismo y la distancia geográfica y cultural entre la Argentina y China. Un hombre y una mujer están arriba de un bote en un lago. Debajo del cuadro de la imagen se lee el título "Fucheng, China". La mujer lleva un vestido chino tradicional, el hombre, una camisa roja de "cuello mao". Algunas lámparas chinas y cortinas de bambú cuelgan del techo del bote. El hombre intercambia unas palabras en chino con la mujer y luego busca anillos de boda en un canasto de mimbre. En ese momento, se escucha un mugido, y vemos la imagen de una vaca que cae desde el cielo e impacta sobre la mujer. Un plano picado de gran altura muestra al bote destruido y al hombre nadando en el lago gritando con desesperación. Luego, la imagen funde a negro y aparece el título de la película, seguido de un giro de 180 grados de la cámara, que muestra la imagen de una ferretería y el título "Buenos Aires, Argentina" debajo del cuadro. Después de esta escena inicial, el hombre chino que aparecía en el bote destruido por la caída de la vaca se encuentra con el dueño de la ferretería, personaje central de la película. Su vínculo con el migrante está marcado por el enojo ante su imposibilidad de comprender al personaje chino.

El mensaje con el que se inicia la película es claro: la RPC y Argentina son dos mundos radicalmente diferentes, que se encuentran literalmente en las antípodas del globo. Las apariciones del personaje chino están enmarcadas por las ideas de exotismo, absurdo, irracionalidad e imprevisibilidad (Erausquin, 2012). Turzi (2019) sostiene que esta película refleja los estereotipos y representaciones que circulan en la sociedad argentina sobre las personas de origen chino: alteridad radical, exigencia para el aprendizaje de la lengua, pasividad y comportamientos absurdos. Las mismas ideas pueden encontrarse en otros contextos latinoamericanos, donde la RPC y las personas de origen chino continúan siendo asociadas a figuras de la alteridad enigmática, exótica y desafiante, y a representaciones orientalistas de "Oriente" (Zelideth y Lee-DiStefano, 2011; Beltrán Antolín, 2016, p. 14).

Como veremos en lo que sigue, los resultados de nuestra encuesta sugieren que las representaciones sobre la RPC y los/as migrantes chinos/as han comenzado a cambiar, al menos en la ciudad de Buenos Aires, una de las capitales más importantes de América Latina. La encuesta muestra que un porcentaje muy significativo de los residentes de esta ciudad tiene una imagen positiva de China, considera que los/as migrantes de origen chino hacen un aporte positivo a la Argentina, y que este país puede aprender tanto del desarrollo económico y social como de la cultura de China.

Percepciones actuales sobre China: desconocimiento y aprobación

La creciente presencia de información relacionada con la RPC en la agenda periodística nacional e internacional no parece tener un impacto relevante en lo que las personas perciben como su nivel de conocimiento sobre este país: 82% de los/as encuestados/as considera que sus saberes son entre escasos y nulos. A su vez, 40% de los encuestados/as manifiesta que sus relaciones con personas de origen chino son muy poco frecuentes, y 22,9% que directamente no tiene ninguna relación.

Lo que llama la atención es que el alto nivel de desconocimiento sobre la RPC y las escasas relaciones sociales con personas de origen chino de los/as encuestados/as no deriva en imágenes, prejuicios ni estereotipos negativos sobre este país y los/as migrantes de este origen nacional (como han mostrado encuestas similares realizadas en Estados Unidos y Europa³). Por el contrario, 55% de los/as encuestados/as indicó tener una imagen positiva de China, 32,9% una negativa y 45% considera que tiene buena y muy buena relación con personas de origen chino.

Estos datos están en sintonía con los resultados del informe Global Attitudes Survey of the Pew Research Center, que muestra que Latinoamérica tiene una opinión favorable de China más alta que el promedio global (55% y 53%, respectivamente) (Turzi, 2019) pero más negativa que la que hay en África (Guo, 2018). Según esta encuesta, México tiene la opinión menos favorable sobre China (43%) y Chile la más favorable (66%), mientras la Argentina tiene un porcentaje de imagen positiva de 53% y una imagen negativa de las más bajas de la región (26%) (Turzi, 2019).

Si bien los resultados de nuestra encuesta muestran un alto grado de homogeneidad en la tendencia a la valoración positiva de China según edades, sexo y niveles educativos de las/los encuestados/as, esta valoración aumenta entre los grupos de mayor edad (41 años o más) y mayor nivel educativo (terciario completo). En cambio, los grupos más jóvenes y de menor nivel de educación alcanzado son quienes muestran los porcentajes más altos de valoración negativa sobre China y los/as migrantes chinos/as. A su vez, encontramos que no hay diferencias significativas en el contenido de las respuestas de hombres y mujeres.

China como modelo

Jorge Malena, un destacado sinólogo argentino, en un sitio web dedicado al desarrollismo, afirmó: “la experiencia china desde 1978 demuestra que existe un nuevo modelo de desarrollo” (*Visión desarrollista*, 2021). Según este investigador, “China ha protagonizado en las últimas décadas la mayor revolución económica de la historia de la humanidad, en el sentido de que nunca una población había cambiado de forma tan intensa sus condiciones materiales de vida en un periodo de tiempo tan corto” (Fanjul, 2021). Esta representación de la RPC como un modelo de desarrollo a seguir se sustenta en la situación económica en la que se encontraba el país antes del inicio de las políticas de reforma y apertura a fines de los 70 (pobreza, desequilibrio y estancamiento económico) y en el rápido crecimiento de su protagonismo en el escenario global (*Visión desarrollista*, 2021). La idea de tomar a China como modelo de desarrollo es compartida también por referentes políticos de Argentina (*Mining Press EnerNews*, 2021), que suelen destacar las políticas de superación de la pobreza que el presidente Xi encabezó desde su asunción.

Esta valoración positiva del “modelo chino” que sostienen algunos actores académicos y políticos de la Argentina, también aparece en la mayoría de las respuestas de nuestros/as encuestados/as: 63,1% consideró estar de acuerdo y muy de acuerdo con la afirmación “creo que los argentinos tenemos mucho para aprender de la cultura china”, mientras que el 62,8% consideró lo mismo frente a la afirmación “las/os argentinas/os tenemos mucho que aprender del desarrollo económico y social de China”. Estos datos cuestionan los trabajos

3 Las encuestas corresponden a Latinobarómetro y ArgentinePulse. Las mismas fueron publicadas en los sitios de noticias *Infobae* (2022), *IProfesional* (2022) y *Perfil* (2019).

recientes de Yu y Yonghai (2021) y el de Wang et al. (2022), quienes, considerando encuestas entre 2015 y 2018, afirman que la opinión pública sobre el crecimiento de la RPC tiene una tendencia hacia la baja.

Si bien este porcentaje de valoración positiva del “modelo chino” que observamos en los resultados de nuestra encuesta no se traduce en un apoyo contundente a la profundización de la presencia económica de la RPC en el país, los resultados muestran que 47,5 % de los/las encuestados/as considera que el gobierno argentino debe incentivar las inversiones chinas, mientras 38,3% no está de acuerdo con esto, y 14,2% no sabe. Lo que resulta evidente es que la imagen de China, como fuente de inversiones y de impulso al desarrollo de la Argentina, despierta un nivel de aceptación social cada vez más alto.

China como fuente de riesgo ambiental

La tendencia a la evaluación positiva del desarrollo logrado en las últimas décadas por la RPC se inclinó levemente en el sentido contrario en las respuestas a la siguiente pregunta: “¿considera que las inversiones chinas pueden tener un impacto ambiental negativo en la Argentina?” 45,2% de los/as encuestados/as estuvo de acuerdo en que puede haber un impacto ambiental negativo, y 37,2% en desacuerdo. Cabe mencionar que esta pregunta recibió uno de los porcentajes más altos de respuestas “no sabe”: 17,6 %. Esto quizás se relaciona con algo que trasciende a las temáticas vinculadas con China: la problemática medioambiental es un campo de debate, donde las posiciones más firmes y consolidadas conviven con otras menos definidas y cambiantes, y con muchas preguntas abiertas.

A esto se añade que realizamos la encuesta en un contexto nacional en el que aún se sentían los ecos de los debates públicos y mediáticos de la segunda mitad de 2020 y comienzos del 2021, en torno a un potencial acuerdo con empresas chinas para instalar en el noreste de Argentina 25 granjas de producción de carne porcina destinada a la exportación a la RPC. La pregunta que se repetía con frecuencia en las publicaciones mediáticas redundaba en oposiciones, tales como oportunidad de desarrollo o extractivismo; ecología o economía; salud o economía (Yaccar, 2020).

Quienes manifestaban su acuerdo con la instalación de las granjas destacaban la llegada de inversiones y la generación de empleo en zonas postergadas del país, los beneficios de la transferencia tecnológica de origen chino a la Argentina y el valor agregado a productos primarios como el maíz (Yaccar, 2020). En cambio, las organizaciones ambientalistas como Greenpeace, entre otras, afirmaron que estos emprendimientos aumentarían la deforestación para obtener más extensiones de tierra donde cultivar los alimentos para los cerdos. Según esta ONG: “el acuerdo con China va a contramano de las medidas necesarias para enfrentar la crisis sanitaria y climática; implica un aumento exponencial del actual stock porcino, con métodos no sustentables, y genera mayor presión sobre ecosistemas frágiles como los bosques” (Colombo, 2021). En agosto de 2020, las noticias sobre la posible instalación de granjas porcinas con capitales de origen chino provocaron la movilización de periodistas, personalidades de la cultura y académicos en diferentes lugares de la Argentina.

Percepciones sobre inmigrantes chinos/as en tiempos de COVID-19

Si bien la migración china hacia Argentina comenzó a finales del siglo XIX (Oviedo, 2017), recién entre 1970 y 1980 arribaron numerosas familias provenientes de Taiwán. Unos años después, con las políticas de apertura migratoria de la RPC (Nyiri, 2005), llegaron los/as migrantes desde el continente. Sin embargo, la mayor cantidad de ciudadanos/as chinos/as arribaron a la ciudad de Buenos Aires a partir de 2003, casi exclusivamente de Fujian (Denardi, 2017).

Existen muchas razones por las cuales más de 180 mil chinos/as se radicaron en esta ciudad en pocos años. Por un lado, en los lugares de origen de estos/as migrantes las condiciones de vida aún no habían sido alcanzadas por el desarrollo económico y social chino, mientras que la situación económica y social en Argentina empezaba a mostrar una mejora, luego de la crisis económica, política y social del año 2001. Por otro lado, las redes familiares, étnicas y regionales de Fujian cumplieron un rol clave en la promoción de la llegada de nuevos parientes a la Argentina, ya que por allí circulaba la información sobre las políticas locales, más beneficiosas que en otros países, que permitían regularizar la situación migratoria con mayor celeridad (Chen, 2019; Denardi, 2022b).

El proceso migratorio de origen chino en CABA adquirió las siguientes características: en primer lugar, una presencia importante de migrantes chinos/as de Taiwán, quienes fueron los fundadores del actual barrio chino y los primeros referentes de la “cultura china” en la ciudad. En segundo lugar, la migración china se volcó hacia la actividad comercial, específicamente, la administración de supermercados que, según algunas fuentes, era un rubro en donde obtener las habilitaciones requeridas por el Estado argentino era más sencillo que en otros (Chen, 2019). La dispersión geográfica de los supermercados en CABA primero, y en las principales ciudades del país después, generó una diferencia fundamental entre la migración china en otros contextos y la de Argentina: los/as migrantes no residen en el barrio chino (Denardi, 2022a).

Trabajadores y “cerrados”

En muchos contextos nacionales, las representaciones sobre los/as migrantes chinos/as tienden a presentarse como dicotómicas. Para el caso europeo, Lee indica que al mismo tiempo de que existe la idea de que “el chino” es mano de obra barata que amenaza con dejar sin trabajo al europeo, se lo considera “tranquilo, prudente, mañoso y que no causa problemas” (Lee, 2006, p. 385). En el caso argentino, también hemos relevado este tipo de dicotomías: la imagen de el/la migrante chino/a oscila entre la de una persona a quien se sospecha de no cumplir con las leyes, las normas de higiene y salubridad, y de ser parte de una cultura milenaria que detenta saberes sin igual en Occidente (Denardi, 2013b).

En un estudio realizado por González y Montera (2009), se triangularon fuentes periodísticas con discursos de docentes y jóvenes, para dar cuenta de la distancia que existía entre las representaciones sobre migrantes asiáticos/as y los discursos periodísticos. Entre estas últimas fuentes, observaron muchas más noticias sobre migrantes chinos/as que sobre coreanos/as y japoneses. En el mismo estudio, se afirma que en la prensa argentina las imágenes más difundidas relacionan a los asiáticos con el delito y la inseguridad. Allí, la categoría “trabajador” adopta una connotación negativa, ya que se asocia

a “aprovechadores”, “evasores de impuestos”, “interesados” y “estafadores”. Según las autoras, la asociación de los/as migrantes chinos/as como agentes que rompen con las normas sociales locales, que surge de los contenidos mediáticos, también aparece en los discursos de docentes y jóvenes (González y Montero, 2009).

En trabajos etnográficos previos (Denardi, 2013a), identificamos algunos adjetivos que se utilizaban con frecuencia asociados a los/as migrantes chinos/as: trabajadores, inteligentes, ordenados, maleducados, poco confiables y educados. Nos propusimos testear estos hallazgos cualitativos en la encuesta, obteniendo algunos resultados sorprendentes: pese al aumento de las agresiones racistas, de prejuicios contra China y sus migrantes en el contexto de pandemia, más de 50% de los encuestados consideró a las personas de origen chino como trabajadores/as, inteligentes y ordenados/as. Solo 28% indicó estar de acuerdo en considerar a las personas de origen chino como maleducados y poco confiables. La caracterización de las personas de origen chino como “cerrados” tuvo un porcentaje de acuerdo de casi 52%.

Algunos estudios señalan que en la categoría de “cerrados” se subsumen propiedades tales como: “sectarios”, “desconfiados” o “resistentes a hablar correctamente el castellano”. En la prensa, estos atributos se destacan de manera frecuente, incluso cuando su mención parecía innecesaria en el contexto de la noticia (González y Montero, 2009, p. 7). Alam (2008, p. 2) sostiene que la vinculación de la sociedad argentina con los/as migrantes chinos/as se ve obturada por una representación que circula en torno a que no hablan español:

La supuesta falta de conocimiento del castellano por parte del inmigrante anula cualquier tipo de intercambio. A su vez, esta anulación se lee en los términos de una decisión de autosegregación, situando como equivalentes no saber la lengua a no querer integrarse.

Alam considera que en la sociedad argentina circula la representación de que los/as migrantes usan de manera estratégica la lengua, elevando así el grado de sospecha sobre sus intenciones e interacciones con las personas.

Sin embargo, nuestra encuesta muestra que la categoría “cerrados” es ambivalente. En la vida social, estas categorías nunca adquieren sentido en forma aislada. Los altos porcentajes de respuestas que caracterizan a los/as inmigrantes chinos/as como “cerrados” al mismo tiempo que como “trabajadores”, “inteligentes” y “ordenados”, y la valoración positiva de su aporte a la sociedad local, indican que su imagen social varía de acuerdo al tipo de relaciones sociales, a los contextos socioculturales de interacción y a las situaciones específicas a las que, según la percepción de los/as encuestados/as, remiten estas categorías. Así, por ejemplo, la categoría “cerrados” no indica exclusivamente una consideración negativa de los/as migrantes, sino también, el reconocimiento de prácticas frecuentes en grupos migratorios de origen chino, como el vínculo estrecho entre las relaciones familiares y laborales, o la importancia del origen étnico o regional en la conformación de redes comerciales y afectivas en el país de destino.

Supermercados, jefes y parientes

Para quienes estamos familiarizados/as con las investigaciones sobre la RPC y la migración china en la Argentina, algunos resultados de nuestra encuesta eran esperables, aunque igualmente sorprenden por su contundencia. Un ejemplo de esto es que la mayoría de los/as encuestados/as indicó que mantiene escasas relaciones con personas de origen chino por fuera del ámbito de los “supermercados chinos” (60% los menciona como el único lugar de interacción con ellas). Esta respuesta era esperable, ya que 80% de los/as migrantes chinos/as en Argentina se dedica al supermercadismo. Desde la llegada de los primeros flujos migratorios desde China a principios de 1980, la actividad económica principal que desarrollaron los migrantes fue la comercial. Esta se divide en tres rubros: supermercados, restaurantes y locales de artículos importados de origen chino. El primer supermercado chino en CABA data de 1983. Estos emprendimientos también tienen una base familiar (Chen, 2019, p. 276), por lo que muchos/as migrantes decidían abrir nuevos comercios ante la llegada de familiares desde China. Según Chen, una de las razones por las que se comienza en este negocio es la posibilidad de llevarlo adelante sin saber manejarse con el español y por la laxitud de los requisitos burocráticos de este sector (2019, p. 311).

En la actualidad, se calcula en 13 mil los supermercados propiedad de migrantes chinos/as en el país, de los cuales menos de la mitad se encuentran en la ciudad de Buenos Aires. Esta elevada cantidad de comercios ubicados prácticamente en cada cuadra de la ciudad genera una cercanía de los/as migrantes con la población local. Incluso, algunas ciudades argentinas establecieron una distancia mínima que debía respetarse entre uno y otro de los comercios de este tipo. Esta proximidad, sumada a la cantidad de horas y días que permanecen abiertos al público, y los bajos precios que manejan, hacen de los comercios chinos una opción cómoda que se volvió indispensable en la vida de los habitantes de CABA.

La escasa distancia física de las personas en las relaciones comerciales no deriva en un aumento del conocimiento mutuo o en una mayor disposición para establecer vínculos de otro tipo. Lo que las personas piensan sobre otros no siempre se corresponde con lo que hacen cuando se vinculan con ellos. Por esto, preguntamos a nuestros/as encuestados/as qué harían en situaciones hipotéticas que involucran relaciones frecuentes con personas de origen chino en dos ámbitos de mucha proximidad: las relaciones laborales y las relaciones familiares y socioafectivas. ¿Aceptaría con gusto trabajar en una empresa donde tuviera jefes chinos? 58% de los encuestados respondió que sí, 29% que no, y 13% que no sabe.

Estos datos pueden interpretarse de varias formas: muestran que, para la mayoría de los/as encuestados/as, la nacionalidad de la empresa y de los/as jefes/as no tiene relevancia a la hora de aceptar una oportunidad laboral, y que el crecimiento económico, tecnológico y científico de China despierta una atracción particular en quienes buscan un desarrollo profesional. Por otro lado, también indican que los prejuicios y los estereotipos inciden en el comportamiento laboral de un porcentaje menor, aunque no insignificante, de personas. Pero estos prejuicios y estereotipos no parecen tener tanto peso en la posibilidad de entablar relaciones familiares y socioafectivas con migrantes de origen chino. En la encuesta, preguntamos por el grado de acuerdo o desacuerdo de los/as participantes con que un familiar muy cercano forme

pareja con una persona de origen chino. El porcentaje de respuesta positiva fue contundente: más de 70%.

El impacto de la pandemia

Es sabido que la pandemia por COVID-19 y el posterior desarrollo y distribución de vacunas reforzaron estereotipos sobre muchos países y se transformaron en una usina de otros nuevos. La RPC estuvo en el centro de este escenario desde un comienzo. A partir de los primeros días de la pandemia, las redes sociales de la Argentina se llenaron de imágenes discriminatorias contra China y los/as inmigrantes chinos/as. En ese momento, las noticias sobre infecciones por COVID-19 en periódicos argentinos fueron tituladas siguiendo la narrativa global del “virus chino”. En enero de 2020, uno de los más importantes en número de ejemplares, *Clarín*, titulaba: “El mundo ya está en emergencia sanitaria por el virus chino” (*Clarín*, 2020). Para entonces, las diásporas chinas en el mundo ya comenzaban a identificar el creciente peligro de las narrativas mediáticas racistas, que establecían un vínculo directo entre el virus y las personas de origen chino. Estas narrativas contribuían a la estigmatización de los/as migrantes chinos/as, presentándolos como sujetos peligrosos para la salud pública. Los titulares periodísticos y los contenidos racistas en redes sociales —como memes— alimentaron las agresiones que muchos/as migrantes y descendientes de chinos/as recibieron en la vía pública y en sus redes sociales (Baumann y Denardi, 2022).

Cuando realizamos la encuesta a fines de 2021, suponíamos que este contexto de hostilidad hacia la migración china se haría presente en las respuestas de los/as encuestados/as. Sin embargo, encontramos que 54% de ellos/as estuvo entre muy de acuerdo y de acuerdo con la frase “los migrantes de origen chino realizan un aporte positivo a la Argentina”. En un sentido similar, cuando preguntamos sobre el nivel de acuerdo y desacuerdo con la frase “considero que el aporte de vacunas que China hizo a la Argentina fue fundamental para la lucha contra la pandemia en nuestro país”, encontramos una mayoría de respuestas positivas: 52,3% estuvo entre de acuerdo y muy de acuerdo con esta frase, mientras que 34,4% se manifestó entre en desacuerdo y muy en desacuerdo.

Entendemos que el reconocimiento del aporte positivo de los/as migrantes chinos/as a Argentina se explica, en parte, por la presencia de larga data de migrantes en el país, que puede generar una disminución en el nivel de exotismo en los vínculos. Pero también consideramos que puede ser producto del largo trabajo de vinculación que el Estado chino comenzó a desarrollar desde antes del proceso de reforma y apertura a fines de los años 1970, con sus diásporas (Nyiri, 2005; Barabantseva, 2012; Lau Ibarias, 2022). A través de este proceso, el Estado chino ha fortalecido los vínculos entre autoridades y migrantes de ultramar, conformando una diplomacia civil que mejore la imagen de RPC en el exterior. Para ello, a partir de 2011 convocó a los/as migrantes a ser “diplomáticos públicos” de la RPC en sus lugares de residencia, es decir, “ser portavoz de mi patria”, brindando una buena imagen de China en el exterior (Thunø, 2017; Guo, 2018).

Nuestra encuesta muestra que las prácticas de los/as migrantes chinos/as cumplen un rol clave en la creación de imágenes y representaciones sobre China en la Argentina y en el desarrollo de los vínculos económicos, políticos y culturales entre ambos países. Y también pone en evidencia que la mayoría

de los/as encuestados/as apoyan las acciones que promueven la ampliación y profundización de las relaciones económicas, políticas, sociales y culturales entre Argentina y China.

Conclusión: pistas de una alteridad situada

Uno de los resultados más llamativos de la encuesta es que el alto nivel de desconocimiento de la RPC que manifiestan los/as encuestados/as convive con un alto grado de valoración positiva de China y de los/as inmigrantes chinos/as. Es decir, los/as consultados/as consideran que conocen poco de China, pero lo poco que conocen les agrada. Esto quizás responda a la fragmentación de la presencia china en la ciudad de Buenos Aires y a la mercantilización de las referencias culturales a este país. Por un lado, si bien esta ciudad posee la mayor presencia de migrantes chinos/as e instituciones educativas, culturales y comerciales relacionadas con China de la Argentina, su tamaño y cantidad de población hacen que la presencia china sea más fragmentaria y difusa y su impacto social, menos visible. Por otro lado, si bien el “barrio chino” es el lugar donde existe mayor concentración de personas, productos, imágenes y prácticas relacionadas con China en toda la Argentina, las referencias a “lo chino” en este sector de la ciudad están orientadas a satisfacer las expectativas de consumo exótico de la población local y el turismo global. Las referencias culturales, las imágenes y las prácticas asociadas a China, en la mayoría de los casos, no ocupan un lugar protagónico en el funcionamiento comercial de los supermercados regentados por personas de origen chino.

¿Qué nos dicen los resultados de esta encuesta sobre los procesos de producción de alteridad en la Argentina actual? Sin desconocer las limitaciones que presentan los datos que produce una encuesta telefónica automatizada para la interpretación y la generalización de los fenómenos estudiados, consideramos que esta encuesta revela las ambivalencias del orientalismo en la Argentina actual, y su carácter situado y contextual. Para nuestros/as encuestados/as, China es al mismo tiempo lejana y cercana, desconocida y valorada, sospechada y confiable, rechazada y deseada. A su vez, los/as inmigrantes chinos/as radicados/as en la ciudad de Buenos Aires no encarnan una alteridad radical o esencial, ni detentan una visibilidad destacada más allá de espacios sociales específicos, como los supermercados. En cierta medida, la alteridad china emerge de los resultados de esta encuesta como una “alteridad situada”, que cambia de sentidos en función de los diferentes contextos, ámbitos de interacción y relaciones sociales que involucra.

De todos modos, consideremos que, para brindar un análisis más detallado de las imágenes e ideas sobre China en el conjunto de la sociedad argentina, sería necesario ampliar la indagación a otras regiones del país, sobre todo, a aquellas donde el impacto económico y social del crecimiento de la presencia china en los últimos años ha sido más rápido y visible, como en las ciudades donde operan empresas de origen chino en los sectores del agronegocio, la minería, la industria, la energía y la infraestructura. En un sentido similar, consideramos que para avanzar en una comprensión más granular de la presencia china en América Latina es necesario desplegar estrategias analíticas cuantitativas y cualitativas que tomen en cuenta las múltiples formas, temporalidades, escalas, intensidades, actores, discursos e imágenes a través de los cuales ese país impacta en diferentes localidades y sectores sociales de esta región.

Referencias bibliográficas

- Alam, F. (2008). Representaciones sociolingüísticas en la comunidad inmigrante chinotaiwanesa: posibles abordajes para la enseñanza. Ponencia presentada en el IV Coloquio CELU: la interculturalidad y la internacionalización en las prácticas evaluativas.
- Badaró, M., (2016). Introducción: China y las transformaciones del capitalismo contemporáneo. *Etnografías Contemporáneas*, 2(2), 13-22.
- Badaró, M., (2022). Introduction. En M. Badaró (Ed.), *China in Argentina* (pp. 1-18). Palgrave Macmillan.
- Badaró, M; Denardi, L. y Wang, Z. (18 de febrero de 2022). ¿Qué piensan los/as argentinos/as sobre China? Informe de encuesta. CGTN. <https://espanol.cgtn.com/n/2022-02-18/GIHcAA/China-y-Argentina-presentan-informe-de-encuesta-Que-piensen-las-los-argentinas-os-sobre-China/index.html>
- Barabantseva, E. (2012). Who are 'overseas Chinese ethnic minorities'? China's search for transnational ethnic unity. *Modern China*, 1(38), 78-109. <https://doi.org/10.1177/0097700411424565>
- Baumann, C. y Denardi, L. (2022). Covid-19 and Digital Anti-Sinophobia in Argentina. *New Diversities*, 24(1), 67-89.
- Beltrán Antolín, J. (2016). China en España: un tropo polivalente. En: *Representaciones de China en las Américas y la Península Ibérica* (pp. 101-124). Bellaterra.
- Berjano, C., Malena, E. y Velloso, M. (2015). *El relacionamiento de China con América Latina y la Argentina: significado de la Alianza Estratégica Integral y los recientes Acuerdos Bilaterales*. CARI.
- Bogado Bordazar, L. (2015). La migración china en la Argentina. ¿Una nueva migración con proyecciones? En: S. Vaca Narvaja (Ed.), *¿Por qué China? Miradas sobre la Asociación Estratégica Integral* (pp. 225-238). Ediciones de la UNLa.
- Bolinaga, L. (2015a). Política china en el Río de la Plata ¿Asociación estratégica o nueva dependencia? *Nueva Sociedad*, (259), 69-80.
- Bolinaga, L. (2015b). Del socio inglés a la asociación estratégica con China: Argentina y el realismo periférico. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, 15(1), 83-113. <https://doi.org/10.4067/S0719-09482015000100004>
- Busilli, V. (2020). La *Economic Statecraft* de China en América Latina y el rol de las asociaciones estratégicas. El caso de la relación China-Argentina. *Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, (57), 14-28.
- Chen, A. (2019). *Historia de la migración china en Argentina*. Biblos.
- Colombo, L. (2 de agosto de 2021). Sobre el acuerdo porcino con China: generará más deforestación. Greenpeace. <https://www.greenpeace.org/argentina/blog/issues/bosques/sobre-el-acuerdo-porcino-con-china-generara-mas-deforestacion/>

- Denardi, L. (2013a). Categorías morales y trayectorias de inmigrantes taiwaneses en la Ciudad de Buenos Aires. Ser chino –en sentido amplio– y ser taiwanés. *Actas I Jornadas Interdisciplinarias de Jóvenes Investigadores en Ciencias Sociales*. UNSAM.
- Denardi, L. (2013b). Deconstruyendo prejuicios. *Dang Dai*. 1º de julio. <https://dangdai.com.ar/2013/07/01/deconstruyendo-prejuicios/>
- Denardi, L. (2017). *Migraciones chinas y taiwanesas en Buenos Aires. Estado, organizaciones y rituales* [Tesis de Doctorado]. Universidad Nacional de San Martín.
- Denardi, L. (2022a). “Today we are all Chinatown”: Identity Struggle and Strategic Uses of Culture in Buenos Aires Chinatown. En M. Badaró (Ed.), *China in Argentina* (pp. 19-43). Palgrave Macmillan.
- Denardi, L. (2022b). In search of “gold” and “glory”. Trajectories of Chinese migrants’ mobility. Chinese migrants forty years after they arrive in the city of Buenos Aires”. *{PSocial}*, 8(2).
- El financiero*. (29 de junio de 2022). La imagen de China sigue en picada entre países desarrollados, según encuesta. <https://www.elfinancierocr.com/cables/la-imagen-de-china-sigue-en-picada-entre-paises/SIQE46WX5VBGHCQFRJ7XAYWRll/story/>
- Eleisegui, P. (4 de junio de 2023). Supermercados chinos, ahogados por la crisis: alertan que más dueños planean bajar sus persianas. *Iprofesional*. <https://www.iprofesional.com/negocios/382757-supermercados-chinos-en-crisis-alertan-que-habra-mas-cierres>
- Erausquin, E. (2012). Los inmigrantes en el cine argentino. Panorama general y estudio de un caso actual: Un cuento chino, 2011. *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, 23. <https://doi.org/10.4000/alhim.4264>
- Espinosa Wang, F. (21 de marzo de 2022). La historia oculta del racismo antiasiático en Latinoamérica. *DW*. [dw.com/es/la-historia-oculta-del-racismo-y-del-sentimiento-anti-asiatico-en-latinoamerica/a-61201640](https://www.dw.com/es/la-historia-oculta-del-racismo-y-del-sentimiento-anti-asiatico-en-latinoamerica/a-61201640)
- Fanjul, E. (21 de marzo de 2021). Hacia un nuevo modelo de crecimiento chino. *Política exterior*. <https://www.politicaexterior.com/articulo/hacia-un-nuevo-modelo-de-crecimiento-chino/>
- Gasquet, A. (2015). *El llamado de Oriente. Historia cultural del orientalismo argentino (1900–1950)*. Eudeba.
- González, A. y Montera, C. (2009). Orientales bajo la mira. Comparando las representaciones sociales de jóvenes, docentes y prensa nacional sobre los migrantes asiáticos. Ponencia presentada en el XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, Asociación Latinoamericana de Sociología.
- Grimson, A. (2011). *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*. Siglo XXI Editores.
- Guo, C. (2018). La Construcción de la Imagen de China em América Latina en el siglo XXI. En B. Wu (Ed.), *Pensamiento social chino sobre América Latina* (pp. 291-314). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvnp0jw3.15>

- Hearn, A. y León-Manríquez, J. (Eds.). (2011). *China Engages Latin America. Tracing the Trajectory*. Lynne Rienner Publishers.
- Holmes, A. (2008). China in Argentine Exotism: Contemporary inventions of the orient. *Bulletin of Spanish Studies*, 85(1), 71-83. <https://doi.org/10.1080/14753820701791528>
- Hu-DeHart, E. (2005). Opium and social control: coolies on the plantations of Peru and Cuba. *Journal of Chinese Overseas*, 1(2), 169-183.
- Infobae. (28 de marzo de 2022). Un estudio revela que Rusia y China son los países con peor imagen entre los latinoamericanos. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2022/03/28/un-estudio-revela-que-rusia-y-china-son-los-paises-con-peor-imagen-entre-los-latinoamericanos/>
- Iprofesional. (15 de marzo de 2022). Encuesta: los argentinos miran a Europa y dudan sobre alianzas con EE.UU. y China. [iprofesional.com](https://www.iprofesional.com)
- Juste, S., y Rubiolo, F. (2023). Litio y desarrollo en Argentina: los desafíos del sistema de gobernanza multinivel y el vínculo con China. *Si Somos Americanos. Revista de Estudios Transfronterizos*, 23. <https://doi.org/10.4067/s0719-09482023000100210>
- Lau Ibarias, N. (2022). Diásporas, redes étnicas e inversión china en México. *Cuadernos de Trabajo del Cechimex*, 5. https://dusselpeters.com/CECHIMEX/20220928_5_CECHIMEX_Diasporas_redes_etnicas_inversion_China_Mex_Nifta_Ibarias.pdf
- Lee, G. (2006). La representación de los chinos en el imaginario de los occidentales. *Anuario Asia-Pacífico* 1 (pp. 381-388).
- López, K. (2014). In search of legitimacy: Chinese immigrants and Latin American nation building. En N. Foote y M. Goebel (Eds.), *Immigration and National Identities in Latin America 1850–1950* (pp. 182–204). The University Press of Florida.
- Malena, J. (2010). *China. La construcción de un “país grande”*. Céfiro.
- Martínez, C. (17 de septiembre de 2021). Acuerdo porcino con China: cientos de personas participaron en una audiencia pública autoconvocada. *El diario.ar*. https://www.eldiarioar.com/sociedad/medio-ambiente/acuerdo-porcino-china-cientos-personas-participaron-audiencia-publica-autoconvocada_1_8312717.html
- Mining Press EnerNews. (2021). José Luis Gioja: China es el modelo a seguir [video]. *Youtube*. <https://www.youtube.com/watch?v=HWJtJcn6U1E>
- Moneta, C. y Cesarín, S. (2012). *Tejiendo redes: estrategias de las empresas transnacionales asiáticas en América Latina*, Universidad Nacional Tres de Febrero.
- Montt Strabucchi, M., Chan, C. y Ríos, M. (2022). *Chineseness in Chile. Shifting Representations During the Twenty-First Century*. Palgrave-Macmillan.
- Mora, S. (2018). Resistencias sociales a la cooperación de China en infraestructura: las represas Kirchner-Cepernic en Argentina. *Colombia Internacional*, (94), 53-81. <https://doi.org/10.7440/colombiaint94.2018.03>

- Mora, S. (2019). El *Going Out* agrícola de China. Un análisis de su desarrollo en Argentina. *Si Somos Americanos*, 19(2), 89-113. <https://doi.org/10.4067/S0719-09482019000200089>
- Nyíri, P. (2005). The "New Migrant": State and Market Constructions of Modernity and Patriotism. En P. Nyíri y J. Breidenbach (Eds.), *China Inside Out Contemporary Chinese Nationalism and Transnationalism* (pp. 141-175). Central European University Press.
- Observatorio de la política china. (16 de marzo de 2017). Encuesta multinacional muestra que la imagen internacional de China mejora de manera constante. <https://politica-china.org/areas/sociedad/encuesta-multinacional-muestra-que-la-imagen-internacional-de-china-mejora-de-manera-constante>
- Oviedo, E. (2006). China: visión y práctica de sus llamadas "relaciones estratégicas". *Estudios de Asia y África*, 3(131), 385-404. <https://doi.org/10.24201/ea.v4i13.1903>
- Oviedo, E. (2015). El ascenso de China y sus efectos en la relación con Argentina. *Estudios internacionales*, 47(180), 67-90. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2015.36432>
- Oviedo, E. (2017). Introducción a la migración china en Argentina. *JSapiens*, 7(1), 1-41.
- Parodi, C., y Maresca S. (5 de mayo de 2023). La minería de litio desde cerca: vulneración de derechos y saqueo en Fiambalá. *Tierra viva*. <https://agenciaterraviva.com.ar/la-mineria-de-litio-desde-cerca-vulneracion-de-derechos-y-saqueo-en-fiambala/>
- Perfil. (18 de julio de 2019). Pese a las presiones de EEUU, el 80% de los argentinos valora las relaciones con China. <https://www.perfil.com/noticias/internacional/pese-presiones-estados-unidos-80-por-ciento-argentinos-valoran-relaciones-china.phtml>
- Saccone, V. (29 de marzo de 2022). Rusia y China, campeones del rechazo entre los latinoamericanos. *France 24*. <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20220329-rusia-china-america-latina-latinobarometro>
- Said, E. (2003). *Orientalismo*. Debolsillo.
- Sánchez, G. (6 de julio de 2020). 36 vuelos a China: secretos del viaje de los insumos médicos desde el país de la pandemia hasta los hospitales argentinos. *Clarín*. https://www.clarin.com/sociedad/36-vuelos-china-secretos-viaje-insumos-medicos-pais-pandemia-hospitales-argentinos_0_-OaWU9GYm.html
- Sartori, M. (2019). "Él es chino; yo soy castellana": identidad lingüística en una escuela de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Lengua y migración / Language and Migration*, 11(1), 31-50.
- Schulz, S. (2022). Hacia una nueva etapa en la relación bilateral entre Argentina y China: El ingreso a la Iniciativa de la Franja y la Ruta y a la Comunidad de Destino Compartido. En G. Merino, L. M. Regueiro Bello y W.T. Iglecias (Coords.), *Transiciones del Siglo XXI y China: 50 años de relaciones bilaterales China-Argentina* (pp. 40-46). CLACSO.

Slipak, A. (2014). América Latina y China: ¿Cooperación Sur-Sur o “Consenso de Beijing”? *Nueva Sociedad*, (250), 102-113.

Thunø, M. (2017). China's new global position: Changing policies toward the Chinese diaspora in the twenty-first century. In *China's rise and the Chinese overseas* (pp. 184-208). Routledge.

Turzi, M. (2019). Transnational hybridity: Argentine film representation of Chinese(ness). *Glocalism: journal of culture, politics and innovation*, (1). <https://doi.org/10.12893/gjcpi.2019.1.13>

Visión desarrollista. (18 de octubre de 2021). Malena: “La experiencia china demuestra que existe un nuevo modelo de desarrollo”. <https://www.visiondesarrollista.org/malena-la-experiencia-china-demuestra-que-existe-nuevo-modelo-de-desarrollo/>

Vukovich, D. (2012). *China and Orientalism. Western Knowledge Production and the P.R.C.* Routledge.

Wang, L., Xu, S., y Zamudio Padilla D. (2022). La cobertura mediática sobre China en la prensa argentina durante el primer brote de Covid-19 en 2020. Un análisis de contenido de *Clarín* e *Infobae*. *Iberoamérica Studies*, (2), 235-257.

Yaccar, M. (2 de agosto de 2020). Un debate sobre las granjas de cerdos: economía, salud y ambiente. *Página 12*, <https://www.pagina12.com.ar/282312-un-debate-sobre-las-granjas-de-cerdos-economia-salud-y-ambie>

Yu, X. y Yongai J. (2021). Global Attitudes toward China: Trends and Correlates. *Journal of Contemporary China*, 31(133), 1-16. <https://doi.org/10.1080/10670564.2021.1926088>

Zelideth, M. y Lee-DiStefano, D. (Eds.). (2011). *Imagining Asia in the Americas*. Rutgers University Press.

Derechos de Autor © 2024 Luciana Emilia Denardi, Máximo Carlos Badaró y Zigang Wang



Esta obra está protegida por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.