

Representaciones sociales de la comunidad chino-taiwanesa en los medios de comunicación Argentina: Prejuicios y estereotipos. Informar desde el desconocimiento

María Romina Casas Silva
Universidad Argentina de la Empresa (UADE)

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.

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 desconstruir ciertos imaginarios sociales que tienen los argentinos sobre los migrantes chinos y las contradicciones que se genera en la sociedad.

Este artículo se basa en diversas fuentes: la principal la prensa gráfica argentina, documentación interna de las principales instituciones de la comunidad China y Taiwanesa, y, en la revisión de los trabajos de divulgación y académicos que abordaron la temática, así como también, en el testimonio de los propios protagonistas.

Palabras clave: Identidad, comunidad China y Taiwanesa, prensa gráfica, prejuicios y estereotipo.