

Artículo [ES]

## La construcción de la imagen social de los inmigrantes chinos en Argentina: entre la cobertura mediática y las redes sociales

*The construction of the social image of Chinese immigrants in Argentina: between news coverage and social media*

**Zuoyu Chen<sup>a</sup>**

<sup>a</sup>Escuela de Estudios Extranjeros, Universidad de Economía y Comercio Internacional, Beijing, China

### RESUMEN

Este estudio examina la construcción de la imagen social de los inmigrantes chinos en Argentina a partir de dos corpus complementarios: 41 noticias publicadas en medios argentinos entre 1998 y 2024, y 4.439 comentarios de YouTube recopilados de seis videos difundidos entre 2022 y 2025. Desde una perspectiva comunicacional, la investigación combina el análisis de marcos y el análisis discursivo basado en corpus para identificar las representaciones predominantes y explorar sus mecanismos de configuración. Los resultados muestran que dichas representaciones se articulan principalmente en torno a tres ámbitos: la cultura, la actividad económica y la organización social. En los comentarios de YouTube predominan valoraciones positivas asociadas a la cultura china, al esfuerzo laboral y a la resiliencia económica, aunque también emergen percepciones negativas vinculadas a la idea de una comunidad cerrada y a experiencias de marginación social. En contraste, la cobertura mediática construye una imagen más ambivalente, organizada sobre todo en torno a tres marcos interpretativos: exotismo, desarrollo y amenaza.

**Palabras clave:** inmigrantes chinos, imagen social, análisis discursivo; análisis de marco, Argentina

### ABSTRACT

*This study examines the construction of the social image of Chinese immigrants in Argentina based on two complementary corpora: 41 news articles published in Argentine media between 1998 and 2024, and 4,439 YouTube comments collected from six videos circulated between 2022 and 2025. From a communication studies perspective, the research combines frame analysis and corpus-based discourse analysis to identify the predominant representations and explore the mechanisms through which they are constructed. The results show that these representations are mainly articulated around three domains: culture, economic activity, and social organization. In the YouTube comments, positive evaluations predominate, often associated with Chinese culture, work effort, and economic resilience; however, negative perceptions also emerge, particularly those linked to the idea of a closed community and experiences of social marginalization. In contrast, news coverage constructs a more ambivalent image, organized primarily around three interpretive frames: exoticism, development, and threat.*

**Keywords:** Chinese immigrants, social image, discourse analysis, framing analysis, Argentina

**Recibido:** diciembre 2025. **Aceptado:** febrero 2026

**Autores:** Zuoyu Chen, Maestrando de la Universidad de Economía y Comercio Internacional, ORCID: 0009-0006-4748-8631

**Correspondencia:** Zuoyu Chen, heisenbarger1010@gmail.com; **Editor:** Ordóñez Huerta, M. Z.

**Fondo:** Este trabajo fue financiado por Fondo de All-China Federation of Returned Overseas Chinese (No.24CZQK208).

## 1. Introducción

Actualmente, más de 200.000 chinos (Denardi, 2015) residen en este país sudamericano. En vez de romper completamente los lazos con sus lugares de origen, los inmigrantes chinos han llevado “una parte de sus patrias” a la nueva tierra (Eckstein, 2013), formando comunidades migratorias que reflejan las diversas características de sus raíces. A medida que el mundo se ha vuelto cada vez más integrado en los ámbitos económico, social y político, las diferencias culturales se han incorporado a las sociedades receptoras (Rubin et al., 2007). En este contexto, el contacto intercultural entre los argentinos y los chinos ha contribuido a la formación de percepciones y a la construcción de imágenes sobre los inmigrantes (Wang, 2023), que no solo representan al individuo, sino que también reflejan, en cierta medida, la imagen del país de origen del migrante (Qiang, 2008).

Luego entonces, surge la pregunta: ¿cómo se conforman y cuáles son las imágenes sociales de los inmigrantes chinos en Argentina?

Para abordar ambas preguntas, este artículo examinará la imagen social de la comunidad china desde dos niveles, primero: la perspectiva vertical representada en los periódicos; segundo, la popular manifestada en las redes sociales. A través de esta comparación multidimensional, se identificarán de manera integral las imágenes en torno a dicha comunidad y se analizarán los mecanismos que contribuyen a su configuración.

## 2. Investigaciones previas e hipótesis del estudio

### 2.1 Imágenes sociales y su marco de análisis

Según John C. Merrill (1962), la imagen de los grupos nacionales es, en esencia, sinónimo de “estereotipo”, refiriéndose a un conjunto de impresiones, temas, opiniones y actitudes que configura una representación dominante descriptiva de la gente o el gobierno de un país. El estereotipo, junto con el prejuicio y la discriminación, conforman tres dimensiones interconectadas del sesgo social en la psicología social (Zuo et al., 2006). En cuanto a las diferencias de los tres conceptos, el estereotipo es una estructura cognitiva de conocimientos, percepciones y expectativas sobre un determinado grupo social (Macrae C. N. et al., 1996), es decir, un sesgo cognitivo social. Por su parte, el prejuicio representa una reacción emocional basada en estos estereotipos; mientras que la discriminación, en cambio, radica en un sesgo de comportamiento derivado de ambos. Por lo tanto, el estereotipo o la imagen social es un concepto neutral, pero influye en la percepción, la actitud y el comportamiento de quienes evalúan a dicho grupo.

En cuanto al mecanismo de conformación de las imágenes sociales, el análisis de marco (Framing Analysis) es uno de los métodos más utilizados para estudiar las noticias mediáticas en la sociología. Fue propuesto por Erving Goffman, sociólogo estadounidense en su libro *Frame analysis: an essay on the organization of experience* (1974). Según su definición, un marco consiste en una serie de conceptos y perspectivas teóricas sobre cómo individuos, grupos y sociedades perciben, organizan y comunican la realidad. Se trata de un esquema de interpretación y una colección de anécdotas y estereotipos, con el que los individuos pueden contar para responder y comprender eventos (Goffman, 1974). Basándose en la definición de Goffman, Todd Gitlin (1980) desarrolló esta teoría a través de investigar cómo los medios de comunicación trivializaron los movimientos estudiantiles de la nueva izquierda en los años 60 en EE. UU. Gitlin concluyó que el marco actúa como una directriz para seleccionar, destacar y representar lo que es, lo que ocurre y lo que tiene sentido.

Los estudios sobre la imagen social de los inmigrantes han utilizado principalmente encuestas sociales o análisis bibliográfico para identificar peculiaridades y mecanismos en la construcción de esta imagen. Por ejemplo, Zhang Huanping (2015) investigó las noticias mediáticas sobre inmigrantes en un contexto de globalización, concluyendo que los medios han contribuido a la formación de estereotipos negativos sobre los inmigrantes, lo que afectará tanto su integración en los países de acogida como su imagen en sus países de origen. En otro estudio, Zhang (2014) utilizó el análisis de marco (*Framing Analysis*) para indagar cómo los medios chinos, en particular el portal de noticias Sina, construyen la imagen de los inmigrantes chinos en el

extranjero. Al examinar 173 noticias publicadas en 2012, identificó los principales marcos narrativos sobre la migración china y su impacto en la opinión pública.

Además, los estereotipos y la incompreensión hacia los inmigrantes son fenómenos recurrentes, que incluso presentan rasgos de racismo y xenofobia. En el estudio realizado por Antonia Olmos Alcaraz (2018), se analizan las características de la alteridad en relación con la migración en España en Facebook. A través de un análisis de caso concreto, la investigación explora cómo el discurso racista se ha intensificado en estos ciberespacios en comparación con los medios de comunicación tradicionales. Asimismo, Ángel Narváez-Llinares et al. (2022), analizó la desinformación y las fake news sobre migración en España, a partir del análisis cuantitativo de contenido de 50 casos identificados por la plataforma Maldita Migración, con el objetivo de categorizar los tipos de desinformación, cuantificar su impacto y examinar las estrategias utilizadas en la difusión de discursos xenófobos.

En resumen, el impacto social de la migración se manifiesta principalmente en los estereotipos que los residentes de los países de acogida construyen sobre los inmigrantes, los cuales se reflejan en las redes sociales y en las noticias locales, dando lugar a marcos discursivos relativamente definidos. Si bien los estereotipos no implican necesariamente una imagen negativa, las informaciones relacionadas tienden efectivamente a resaltar rasgos desfavorables de los inmigrantes; al mismo tiempo, estos marcos también ejercen una influencia inversa sobre los países de origen, lo que constituye una percepción directa del país de acogida sobre el país emisor de los inmigrantes, contribuyendo así a la acumulación y el enriquecimiento de la imagen del país de origen.

## 2.2 Historia migratoria de China hacia Argentina

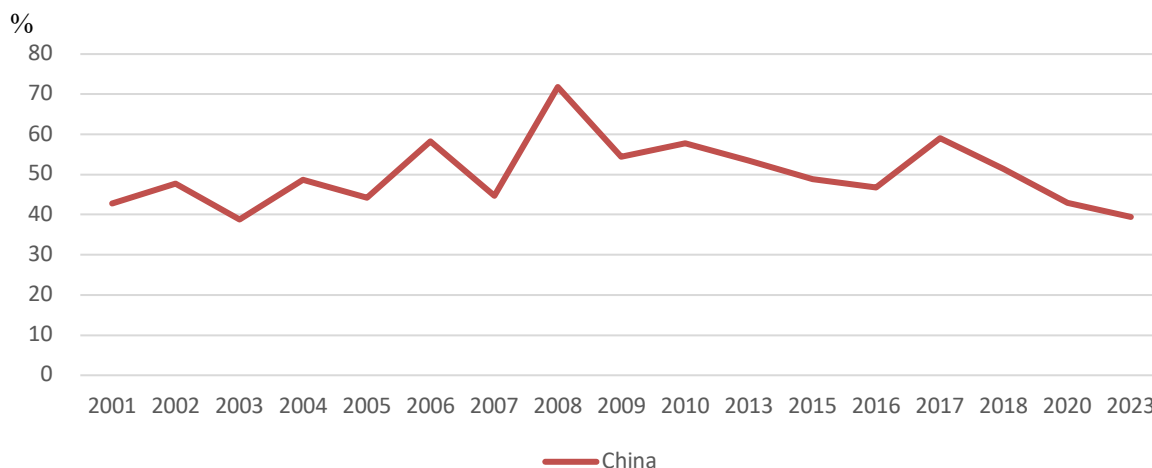
Tal como señaló Juan Carlos Morelli, exembajador de Argentina en China, “Argentina fue el país más influenciado por el proceso migratorio de los siglos XIX y XX, y la llegada de la migración masiva acabó por moldear la única imagen y el multiculturalismo actual de Argentina (Song, 2005).”

Desde la promulgación de la primera ley de inmigración en 1876, Argentina implementó una política de atracción de migrantes para favorecer el poblamiento del extenso territorio. Dicha ley incluía la oferta de empleo y la cobertura del embarque por cuenta nacional para los que desearan establecerse en el país (Ley Nacional de Inmigración y Colonización, 1876). Este proceso ha tenido un profundo impacto en la composición étnica del país conformada principalmente por inmigrantes europeos, en particular españoles e italianos, y sus descendientes, junto con otras minorías como los pueblos indígenas, los afrodescendientes y los árabes (Homburger, 2015). Esta tendencia continuó hasta el estallido de la guerra mundial de 1945, y la crisis económica consecutiva. Esta ley de inmigración, que había dominado el marco migratorio argentino durante más de un siglo, dejó de ser adecuada frente a las nuevas condiciones económicas y migratorias surgidas desde el siglo XX. En respuesta a los cambios del contexto político y a las transformaciones en la movilidad poblacional tras la incorporación de Argentina al proceso de integración económica del MERCOSUR (Novick, 2008), tanto el gobierno militar como el gobierno de Kirchner llevaron a cabo reformas de la legislación migratoria en 1981 y 2004, respectivamente.

Como parte de los flujos migratorios impulsados por dichas políticas, la llegada masiva de ciudadanos chinos a este país comenzó en la década de 1970 del siglo XX, tras la política de Reforma y Apertura de China. Estos migrantes experimentaron una significativa transición socioeconómica y ocupacional, evolucionando desde el trabajo de mano de obra intensiva y el pequeño comercio inicial hasta alcanzar puestos de mayor calificación, profesionales y con alto contenido tecnológico. En paralelo al perfeccionamiento continuo de la legislación migratoria argentina, la comunidad china inmigrante ha pasado gradualmente de ser una “presencia transitoria” en la historia jurídica argentina a integrarse como parte del propio marco legal inclusivo.

En este proceso, las imágenes sociales de los chinos y de China en Argentina han experimentado ciertos cambios y presentan características propias. Por ejemplo, aunque los chinos y su país reciben valoraciones positivas, la percepción favorable de China en América Latina no alcanza el nivel otorgado a otros países como Japón o Estados Unidos, en parte debido a la llegada relativamente temprana de los inmigrantes chinos

a la región (Guo, 2018). Según datos de Latinobarómetro, una organización sin fines de lucro dedicada al estudio de la opinión pública, en el caso argentino el porcentaje de opiniones favorables hacia China varía de manera significativa en función de los cambios en la opinión pública internacional (Gráfico 1). Asimismo, en los últimos años se observa una tendencia descendente en dicha percepción (Latinobarómetro, 2025).



**Gráfico 1.** Porcentaje de opinión favorable sobre China en Argentina

Fuente: Elaboración propia según la encuesta de Latinobarómetro de 1995-2023.

Más allá de las opiniones sobre China a nivel macro, las percepciones públicas específicas se reflejan en los medios de comunicación, contribuyendo a la construcción de una imagen dinámica e integral de los inmigrantes. Por ejemplo, los términos más frecuentemente asociados con China son grande, desarrollo e historia<sup>1</sup>, lo que indica que la imagen que la población argentina tiene del país se concentra principalmente en aspectos vinculados al desarrollo económico y a su trayectoria histórica. Ello pone de relieve la necesidad de profundizar en el análisis de los ámbitos específicos que subyacen a dichas percepciones.

### 2.3 Hipótesis de Investigación

Al revisar la literatura previa, se observa que los estudios sobre las imágenes sociales de los inmigrantes chinos basados en noticias periodísticas y redes sociales siguen siendo limitados, especialmente en el contexto de la inmigración en Argentina. Además, la imagen de los inmigrantes chinos en este país presenta una marcada dualidad, en la que coexisten valoraciones positivas y evaluaciones negativas. Detrás de la formación de estas percepciones subyacen mecanismos complejos de sesgo cognitivo vinculados a la difusión de contenidos en las redes sociales y en las noticias mediáticas. A partir de esta brecha de conocimiento, se plantean las siguientes dos hipótesis principales:

H1: En las imágenes sociales de los inmigrantes chinos en Argentina, existen marcos cognitivos diferenciados, tanto en su contenido positivo como negativo.

H2: Las causas que subyacen a la conformación de estas discrepancias en los marcos son una combinación de factores históricos, estructuras industriales (o económicas) y visiones distorsionadas presentes en las noticias mediáticas.

<sup>1</sup> Fuente: *Al mencionar China, ¿qué es la primera impresión sobre éste país?*, Quora, <https://es.quora.com/Al-mencionar-China-qu%C3%A9-es-la-primera-impresi%C3%B3n-sobre-%C3%A9ste-pa%C3%ADs>, actualizado en 7 de febrero de 2025.

### 3. Metodología y datos del estudio

#### 3.1 Metodología del estudio

Para analizar los marcos cognitivos diferenciados y el mecanismo de conformación del grupo migratorio chino, consideramos dos fuentes de la construcción de imágenes sociales: los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales.

Los medios de comunicación tradicionales, como la prensa escrita, la televisión y la radio, siguen teniendo una gran influencia con un modelo de transmisión de información vertical, en el que la información se difunde principalmente de forma unidireccional desde los medios de comunicación al público, con una baja participación de la audiencia, lo que presenta un modelo vertical de arriba hacia abajo, pero su actividad dista mucho de buscar la objetividad y la neutralidad en Argentina (Repoll, 2010). Por consiguiente, con el fin de exponer los contenidos de las noticias sobre los inmigrantes chinos y esclarecer el mecanismo de conformación de las imágenes sociales, en el siguiente apartado se sintetizan los principales temas presentes en la cobertura mediática y se aplica el análisis de marco. Este enfoque permite identificar cómo determinados significados se construyen y se transmiten en los discursos periodísticos, así como examinar los elementos discursivos que contribuyen a la producción de representaciones sociales específicas, entre ellos los actores involucrados, los temas enfatizados, los valores implícitos y las relaciones de poder subyacentes.

Dado que los medios tradicionales no pueden reflejar completamente la imagen social de los inmigrantes, este estudio también ha combinado el análisis de comentarios en redes sociales. Los nuevos medios como las redes sociales, con una difusión más rápida y descentralizada, han ganado protagonismo. A diferencia del modelo tradicional, las redes sociales permiten un enfoque multidimensional en el que cada usuario no solo es consumidor, sino que también productor de información (Liu, 2013). A través de la complementariedad entre la perspectiva “de arriba hacia abajo” de los medios tradicionales y la visión “de abajo hacia arriba” de las redes sociales, se busca reconstruir una representación más completa y matizada de la percepción social de los inmigrantes en Argentina.

Debido a la gran cantidad y brevedad de los comentarios en redes sociales, el análisis de marco resulta poco adecuado para examinar el mecanismo de configuración de las imágenes sociales en este tipo de datos. Por ello, se recurrió al método de *web scraping* para recopilar comentarios de usuarios argentinos sobre los inmigrantes chinos y, posteriormente, se construyó un corpus con el fin de identificar patrones lingüísticos recurrentes. Estas expresiones reiteradas permiten revelar significados implícitos (Hunston, 2022) mediante el análisis de frecuencia léxica y el estudio de concordancias, contribuyendo así a una comprensión más profunda de las representaciones sociales subyacentes.

#### 3.2 Fuentes de los datos

##### 3.2.1 La selección de los comentarios

En este trabajo, se utiliza YouTube como el origen principal de las imágenes sociales, ya que con aproximadamente 31 millones de usuarios activos mensuales en Argentina<sup>2</sup> y como una de las principales plataformas de video, alberga una amplia variedad de contenidos relacionados con los inmigrantes chinos en Argentina. Esto ofrece un entorno relativamente más cotidiano y neutral, lo que permite, en cierta medida, obtener una muestra de opiniones más representativa y con menor sesgo político sobre los inmigrantes chinos en Argentina en comparación con otras plataformas, como X.

Para garantizar una selección de datos representativa y accesible, se empleó la palabra clave “chinos en Argentina” en las búsquedas realizadas en YouTube. Posteriormente, los videos obtenidos<sup>3</sup> se ordenaron

<sup>2</sup> Fuente: El Ciudadano, Redes sociales en Argentina: Instagram, YouTube y TikTok marcan el ritmo digital, <https://elciudadanoweb.com/redes-sociales-en-argentina-instagram-youtube-y-tiktok-marcan-el-ritmo-digital/>, actualizado el 23 de enero de 2026.

<sup>3</sup> Fuente: ¿Es verdad los chinos apagan las heladeras?, <https://www.youtube.com/shorts/LwzCVxrJLLE>; Fui al BARRIO CHINO en Buenos Aires, <https://www.youtube.com/watch?v=uHDxDGQXLpw&t=2s>; “LOS ARGENCHINOS”: ¿Cómo piensan y cuáles son sus costumbres?, <https://www.youtube.com/watch?v=uHDxDGQXLpw&t=2s>

según su número de visualizaciones y, a partir de este criterio, se seleccionaron seis videos publicados entre 2022 - 2025 de mayor impacto sobre la comunidad china en Argentina. Dichos videos abordan temas como el desarrollo de los chinos argentinos en los sectores productivos locales, sus costumbres culturales y sus experiencias cotidianas, lo que permite reflejar de manera general la imagen social de esta comunidad. A continuación, mediante herramientas de *web scraping*, se recopilaron los comentarios publicados bajo estos seis videos, obteniéndose un total de 4.439 comentarios. Finalmente, se utilizó AntConc, un software de análisis de corpus, para abordar la frecuencia léxica de los comentarios, con el fin de identificar los principales elementos que configuran las opiniones sobre los inmigrantes chinos.

### 3.2.2 La selección de las noticias

En el caso de las noticias, la plataforma Factiva resulta una herramienta idónea para este propósito. Se trata de una base de datos comercial de información periodística, corporativa y económica, proporcionada por Dow Jones, que permite categorizar y descargar artículos de los principales medios de comunicación de más de 200 países y en 26 idiomas. Gracias a sus avanzadas opciones de búsqueda y filtrado, se realizó una exploración específica de noticias publicadas en Argentina que incluyeran las palabras clave "inmigrantes chinos". Como resultado, se obtuvieron 41 noticias, abarcando un período entre 1998 y 2024, en su mayoría provenientes de La Nación e Infobae, dos de los medios más importantes de Argentina y otras fuentes de noticias relacionadas.

## 4. Presentación de dato

### 4.1 Palabras clave de los comentarios en redes sociales

Utilizando AntConc, eliminamos todas las preposiciones, conjunciones y otras palabras irrelevantes. Luego, en los comentarios de los seis videos de YouTube sobre los inmigrantes chinos en Argentina, ordenamos las palabras en orden descendente e identificamos las 8 palabras más frecuentes con sentidos explícitos relacionados con la imagen social de los inmigrantes chinos (Tabla 1).

| Inmigrantes chinos |               |            |
|--------------------|---------------|------------|
| Ranking            | Palabra       | Frecuencia |
| 44                 | idioma        | 170        |
| 73                 | cultura       | 109        |
| 87                 | barrio        | 96         |
| 107                | historia      | 73         |
| 115                | supermercados | 67         |
| 131                | mandarín      | 60         |
| 212                | comunidad     | 36         |
| 217                | trabajo       | 35         |

**Tabla 1.** Frecuencia de palabras de los comentarios sobre inmigrantes chinos

Fuente: Elaboración propia.

A partir de los resultados del análisis de frecuencia léxica, se observa de manera general que las percepciones sobre los inmigrantes chinos en Argentina se concentran principalmente en tres ámbitos. El primero corresponde al ámbito histórico-cultural, representado por términos como "idioma", "cultura" e "historia"; el segundo se vincula con el ámbito de la organización social, reflejado en palabras como "barrio" y "comunidad"; y el tercero alude al ámbito laboral y productivo, representado por términos como "trabajo"

y “supermercados”. Estos hallazgos concuerdan en gran medida con las expectativas planteadas previamente y, desde la perspectiva semántica, dichos términos presentan connotaciones predominantemente positivas o neutrales. Con el fin de examinar con mayor detalle la lógica discursiva subyacente a estos términos, el presente estudio recurre a la función de concordancias de AntConc.

#### 4.2 Temas de las noticias mediáticas

A continuación, se han categorizado los temas de las noticias relacionadas con los inmigrantes chinos. El resultado se presenta en la Tabla 2:

| Tema                                  | Frecuencia |
|---------------------------------------|------------|
| Desarrollo de la industria migratoria | 12         |
| Crimen                                | 12         |
| Cultura                               | 9          |
| Coronavirus                           | 5          |
| Experiencia de inmigración            | 2          |
| Discriminación                        | 1          |
| Totalidad                             | 41         |

**Tabla 2.** Temas de las noticias mediáticas sobre inmigrantes chinos en Argentina

Fuente: *Elaboración propia.*

Como se observa en la Tabla 2, los temas más predominantes en las noticias relacionadas con los inmigrantes chinos son el desarrollo de la industria migratoria y el crimen, seguidos por la cultura. Esto indica que la atención del público argentino tiende a concentrarse en un número limitado de ámbitos específicos, lo que resulta coherente con las tendencias observadas en las redes sociales.

En ese sentido, existen ciertas diferencias entre la imagen social de los inmigrantes chinos en Argentina construida por los medios de comunicación y la que emerge de los comentarios en las redes sociales. En cuanto a las similitudes, ambos discursos destacan la relevancia de la “cultura” y del “desarrollo de la industria” asociados a la inmigración china. No obstante, en lo que respecta a las diferencias, la imagen social proyectada en las noticias presenta rasgos negativos más marcados, que incluyen referencias a la delincuencia, la pandemia y la discriminación.

### 5. Análisis manifiesto de las imágenes sociales

#### 5.1 Análisis de función de concordancias de los comentarios en redes sociales

Tal como se ha expuesto anteriormente, la imagen social de los inmigrantes chinos en Argentina en las redes sociales se concentra principalmente en tres ámbitos: la cultura, la actividad económica y la organización social. Por ello, se procede a realizar un análisis de concordancias de los términos de alta frecuencia identificados en las redes sociales, con el fin de revelar los contextos discursivos y las formas de percepción subyacentes en la narrativa sobre los inmigrantes chinos.

En los comentarios relacionados con la dimensión cultural (Tabla 3), este estudio toma como base de análisis los términos “cultura”, “historia” y “mandarín”. En el caso de “cultura”, las palabras que aparecen con mayor frecuencia en coocurrencia son “rica”, “respeto” y “hermosa”, lo que pone de manifiesto que, en el plano cultural, las percepciones del público hacia los inmigrantes chinos son predominantemente positivas y se articulan principalmente en torno a valoraciones elogiosas de la cultura china. Asimismo, la presencia recurrente del término “mandarín” refleja el interés y la disposición de la población argentina por aprender la lengua china.



| Palabras de alta frecuencia | Palabras de concordancia | Frecuencia de coocurrencia |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------------|
| cultura                     | rica                     | 4                          |
|                             | respetos                 | 4                          |
| historia                    | hermosa                  | 12                         |
|                             | superación               | 4                          |
|                             | impresionante            | 4                          |
| mandarín                    | cantonés                 | 5                          |
|                             | aprender                 | 8                          |
|                             | estudiando               | 3                          |

**Tabla 3.** La función de concordancia de las palabras sobre cultura*Fuente: Elaboración propia.*

| Palabras de alta frecuencia | Palabras de concordancia | Frecuencia de coocurrencia |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------------|
| supermercados               | muchos                   | 6                          |
|                             | inexpresivos             | 2                          |
| trabajo                     | esclavos                 | 2                          |
|                             | dignidad                 | 2                          |

**Tabla 4.** La función de concordancia de las palabras sobre industria*Fuente: Elaboración propia.*

Desde la perspectiva léxica relacionada con la industria de los inmigrantes chinos (Tabla 4), el sector de los supermercados, como principal actividad económica de la comunidad china en Argentina, se ha convertido en una fuente central de construcción de su imagen social. Los “supermercados” no solo constituyen una actividad económica clave por su amplia presencia, sino que también representan uno de los principales espacios a través de los cuales la población argentina conoce a los inmigrantes chinos y forma percepciones sobre ellos (Wang, Badaró y Denardi 2023). Por ejemplo, entre los comentarios asociados al término “supermercados”, aparece con frecuencia el adjetivo “inexpresivos”, como en la expresión: “Uno se acostumbra a ver a los chinos que atienden sus supermercados siempre tan inexpresivos y mecanizados”. Asimismo, en los comentarios vinculados al término “trabajo”, destaca la coocurrencia con “esclavos”, como en el comentario: “Los chinos en los super pagan una miseria, por eso hacen la plata y porque son esclavos del trabajo”. A partir de estos ejemplos, se observa que, en el ámbito de la actividad económica local, los inmigrantes chinos suelen ser representados como trabajadores diligentes, pero a la vez silenciosos, reservados y caracterizados por una fuerte tendencia al esfuerzo.

| Palabras de alta frecuencia | Palabras de concordancia | Frecuencia de coocurrencia |
|-----------------------------|--------------------------|----------------------------|
| comunidad                   | cerrada                  | 2                          |
|                             | desprestigiados          | 2                          |
| barrio                      | cerca                    | 2                          |
|                             | japón                    | 2                          |

**Tabla 5.** La función de concordancia de las palabras sobre cultura*Fuente: Elaboración propia.*

El último rasgo destacado se refiere a las formas de organización social de los inmigrantes chinos (Tabla 5). Tanto los barrios chinos como las asociaciones de la comunidad china, que en conjunto conforman verdaderos “enclaves étnicos”, desempeñan un papel importante en la configuración de su imagen social. Por ejemplo, entre los comentarios asociados al término “comunidad” se encuentran expresiones como: “Por otro lado: es cierto que la comunidad china es muy cerrada y sólo interactúan entre ellos. Es muy difícil que hagan amigos argentinos”, lo que sugiere que la comunidad china es percibida como internamente cerrada



y de difícil integración para la población local. Al mismo tiempo, comentarios como “es muy lindo de ver, es un abrazo a nuestros hermanos chinos que son muy trabajadores y muchas veces son desprestigiados por la comunidad desde la ignorancia” ponen de relieve la posición desfavorable que los inmigrantes chinos ocupan en la sociedad argentina, así como las actitudes de incompreensión y estigmatización a las que se enfrentan.

En términos generales, la imagen de los inmigrantes chinos en las redes sociales es relativamente positiva, aunque también se entremezcla con valoraciones negativas. En el plano cultural, se nota un reconocimiento y respeto por parte de la población argentina hacia la cultura china; sin embargo, en lo que respecta a los rasgos de carácter, los inmigrantes chinos suelen ser percibidos como un grupo cerrado y reservado. Al mismo tiempo, estas representaciones dejan entrever atributos asociados a la abnegación y al esfuerzo constante, así como a situaciones de menosprecio y marginación social. En el análisis de marco se profundizará ulteriormente en los mecanismos que explican la formación de estas características.

## *5.2 Análisis temático de la imagen social en noticias mediáticas*

La temática más común en las noticias pertinentes es desarrollo de la industria de los supermercados. En estas noticias, se analiza tanto su estado de desarrollo como el impacto que han sufrido en tiempos de crisis económica. Se mencionan aspectos positivos, como el espíritu emprendedor y la capacidad de superación de los chinos. No obstante, también se expresan preocupaciones y desafíos, como el temor de la población local a que estos comercios puedan desplazar a los nacionales, así como los conflictos culturales que surgen en el proceso de desarrollo.

El segundo tema más frecuente en las noticias es criminalidad de los inmigrantes. Esta situación resulta evidente en los grupos chinos, porque ellos presentan mayores diferencias culturales con la sociedad argentina y cuentan con una historia de integración relativamente reciente. Muchos inmigrantes chinos mantienen aún una disposición y unas modalidades de contacto relativamente limitadas con los argentinos. En consecuencia, en las interacciones intergrupales suelen ocupar una posición más bien “pasiva” (Badaró, 2022). En estas noticias, los chinos aparecen involucrados en actividades delictivas como mafias, inmigración ilegal, industria del sexo e incluso manipulación política, lo cual no solo refuerza la imagen social negativa de alta tasa de criminalidad entre los inmigrantes chinos, sino que también puede fomentar la discriminación y la xenofobia en la sociedad argentina. Al mismo tiempo, los inmigrantes chinos no solo son retratados como perpetradores de delitos, sino también como víctimas. En muchas de estas noticias, se los presenta como objetivo de crímenes graves, como la trata de personas, lo que refuerza la idea de que este grupo es particularmente vulnerable a la explotación y los abusos.

El siguiente tema es cultura. En esta parte, los principales enfoques de las noticias son la gastronomía y las festividades tradicionales. Las culturas exóticas introducidas por los inmigrantes chinos resultan atractivas e interesantes para los argentinos, generando un sentido de curiosidad y aprecio hacia sus costumbres y tradiciones.

En cuanto al coronavirus, se trata de un tema sumamente controversial y temporal, cuya presencia en las noticias fue más notoria a principios de 2020, cuando la pandemia estalló por primera vez en China. Las noticias relacionadas reflejan no solo cómo, durante este período, los inmigrantes chinos en Argentina fueron objeto de discriminación debido a noticias falsas sobre el origen del COVID-19, sino también cómo su situación económica se volvió cada vez más difícil debido al impacto de la crisis sanitaria y financiera.

En resumen, las noticias tienden a construir una imagen positiva en aspectos como el idioma, la gastronomía y otras expresiones culturales exóticas chinas. Asimismo, los inmigrantes chinos también enfrentan desafíos, como las crisis económicas y los procesos de desarrollo industrial, lo que pone de relieve ciertos paralelismos en sus trayectorias nacionales. No obstante, en ambos casos también se menciona la existencia de acoso infantil; además, los inmigrantes chinos suelen ser asociados con la criminalidad y percibidos como una amenaza económica.

### 5.3 Mecanismo de conformación de la imagen social desde perspectiva de análisis de marco

Se han identificado tres marcos principales en las noticias: el marco de exotismo, el marco de amenaza y el marco de desarrollo. Estos marcos engloban una parte de las concepciones sobre la imagen social de los inmigrantes y nos brindan una oportunidad para analizar en profundidad los mecanismos de formación que subyacen a dichas percepciones.

#### 5.3.1 El marco de exotismo

Este marco puede resumirse como el interés y la preferencia de los residentes locales por las costumbres, rituales y otros rasgos culturales distintivos de los grupos inmigrantes. Dentro de este marco, la imagen social suele tener características positivas y favorables. Sin embargo, en algunos casos, también puede reflejar aspectos de conflicto cultural y otras tensiones derivadas de las diferencias culturales.

En las noticias sobre temas culturales, 5 de los 9 artículos registran cómo la comunidad china celebra el Año Nuevo Lunar en las calles de Buenos Aires. En estos reportajes, el Año Nuevo Lunar se presenta como un evento que conecta a los chinos en todo el mundo, y los inmigrantes chinos son retratados como un símbolo de unidad y cohesión. Frases como “se celebra en todos los rincones del planeta” (2 de febrero de 2024, *BAE Negocios*) e “integrante de la colectividad de inmigrantes chinos de la Argentina” (22 de enero de 2023, *La Gaceta*) refuerzan esta imagen de comunidad unida.

Sin embargo, el marco de la cultura exótica no solo genera una imagen social positiva, sino que también puede dar lugar a la discriminación y a conflictos sociales, lo que provoca el deterioro de la imagen de los inmigrantes.

#### 5.3.2 El marco de amenaza

En muchos contextos, la migración suele ser utilizada por los gobiernos como chivo expiatorio para los problemas sociales y económicos de una sociedad. En los últimos años, los discursos de las facciones de derecha, más propensos a restringir la entrada de migrantes, han ganado protagonismo en el mundo. Esta percepción suele considerar a los inmigrantes como la principal causa del deterioro del entorno social del país receptor. En este contexto, los medios de comunicación tienden a exagerar o a informar de forma selectiva sobre los delitos atribuidos a los inmigrantes, lo que contribuye a la construcción de un marco de percepción predominantemente negativo. El mismo, se construye no solamente a través de actividades delictivas ilegales de los migrantes, sino que también se manifiesta en la competencia económica entre los extranjeros y los locales. En ese sentido, los sectores económicos controlados por inmigrantes chinos son representados como una “invasión” o como un sustituto de los puestos de trabajo de la población local. Por ello, este estudio define dicho fenómeno como el “marco de amenaza”, el cual abarca la percepción negativa de los inmigrantes en relación con el crimen y la “invasión económica” que desafía el mercado laboral local.

El marco de amenaza es especialmente evidente en las noticias y comentarios sobre la inmigración china. En 12 artículos relacionados, se enumeran diversos delitos presuntamente cometidos por inmigrantes chinos en Argentina, incluyendo la frecuente asistencia a lugares de servicios sexuales (24 de noviembre de 2022, *NFNRAS*), el tráfico ilegal de inmigrantes controlado por mafias chinas que llegó a provocar la intervención de la embajada china en Argentina (23 de octubre de 2023, *INFOB*), estafas entre compatriotas (12 de diciembre de 2006, *INFOB*) y, el más recurrente, la inmigración ilegal. Incluso se menciona la participación de inmigrantes chinos en un escándalo de fraude financiero relacionado con las elecciones argentinas (23 de julio de 2018, *AMBFIN*).

Al mismo tiempo, no faltan noticias que acusan a los inmigrantes de representar una amenaza económica. Por ejemplo, ante el impacto en la industria del calzado, algunas noticias incluyen expresiones como: “los chinos son realmente una mafia y que son los propios inmigrantes chinos los que hacen estas importaciones ilegales” (14 de noviembre de 2007, *El País*). Asimismo, es frecuente encontrar expresiones como: “Los supermercados chinos se han convertido en el principal enemigo de las grandes cadenas de supermercados” (5 de marzo de 2006, *La Nación*). Esta metáfora, que relaciona la industria de los inmigrantes chinos con un enemigo, aparece repetidamente en noticias similares.

### 5.3.3 El marco de desarrollo

El tercer marco de imagen social es el marco de desarrollo. Desde principios del siglo XX hasta la actualidad, los inmigrantes chinos han pasado de trabajar en industrias intensivas en mano de obra, como lavanderías, comercios minoristas y restaurantes, a expandirse gradualmente en diversos sectores. A lo largo de este proceso, han enfrentado desafíos derivados de crisis económicas y otros factores sociales, pero finalmente han logrado un éxito extraordinario, ganándose el reconocimiento del pueblo argentino. Esta evolución ha quedado reflejada en numerosos reportajes, consolidando el marco de desarrollo dentro de la imagen social de ambas comunidades migrantes.

Sea la crisis económica que atacó a Argentina a principios del siglo XXI o sea la amenaza causada por la pandemia de COVID-19, ambas han representado un duro golpe a la industria de los inmigrantes. Las noticias al respecto suelen centrarse en los negocios de la comunidad china. Por ejemplo, en *Reabren sus puertas los autoservicios chinos después de la crisis* (3 de junio de 2003, *La Nación*), se describe cómo, debido al impacto de la crisis económica, más del 10% de los supermercados chinos cerraron. Sin embargo, con la recuperación económica, lograron adaptarse rápidamente a las nuevas reglas del juego y resurgieron con fuerza, lo que ha probado la capacidad de adaptación y superación de los inmigrantes chinos. En otras noticias, se destacan casos como la creación de una cadena de producción de té por parte de la comunidad china (22 de febrero de 2024, *NFNRAS*) y una propietaria de un supermercado chino que han ganado gran popularidad en redes sociales (31 de agosto de 2019, *INFOB*).

## 6. Conclusiones

A través del análisis descriptivo y discursivo de la frecuencia de palabras y de la función de concordancia en los comentarios de YouTube, así como del análisis temático en los periódicos, se ha identificado una dualidad cognitiva tanto positiva como negativa en la construcción de las imágenes sociales. Al mismo tiempo, mediante el análisis de encuadre, se ha explorado el mecanismo subyacente de la configuración de estas percepciones. Con base en los resultados obtenidos, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

En primer lugar, existen marcos cognitivos diferenciados en las imágenes sociales de los inmigrantes chinos en Argentina. Por un lado, tanto en las redes sociales como en los medios tradicionales se observa las imágenes positivas, asociadas principalmente a la cultura, el idioma, las festividades tradicionales y el espíritu emprendedor, lo que configura marcos de exotismo y desarrollo. Por otro lado, especialmente en las noticias mediáticas, emergen imágenes negativas que vinculan a los inmigrantes chinos con la criminalidad, la inmigración ilegal y la amenaza económica, consolidando un marco de amenaza. Estas imágenes positivas y negativas no solo coexisten, sino que se activan de manera selectiva según el contexto discursivo y el tipo de medio.

En segundo lugar, los resultados también confirman que la configuración de estas discrepancias en los marcos cognitivos responde a una combinación de factores históricos, estructurales y mediáticos. Desde una perspectiva histórica, el marco migratorio argentino, tradicionalmente orientado hacia la inmigración europea, ha condicionado las percepciones sociales sobre los grupos migratorios culturalmente más distantes y de integración más reciente, como el caso de los inmigrantes chinos. En el plano económico e industrial, la fuerte visibilidad de sectores como los supermercados chinos ha convertido a esta actividad en un eje central de la construcción de imágenes sociales, generando tanto valoraciones positivas asociadas al trabajo y la resiliencia como percepciones negativas vinculadas a la competencia laboral. Finalmente, en el ámbito mediático, las noticias tienden a reforzar visiones distorsionadas mediante el uso de marcos narrativos selectivos y no neutrales, que enfatizan la criminalidad y la amenaza económica, contribuyendo a la reproducción de estereotipos y a la intensificación de percepciones negativas.

En conjunto, estos resultados muestran que la imagen social de los inmigrantes chinos en Argentina es el producto de una interacción compleja entre historia migratoria, estructura económica y prácticas discursivas mediáticas, lo que da lugar a imágenes sociales dinámicas y complejas.

## Bibliografía

- (Badaró, 2022) Badaró, M. (2022). China in Argentina—Ethnographic perspectives of a global expansion. In *China in Argentina: Ethnographies of a Global Expansion*. Cham: Springer International Publishing.
- (Denardi, 2015) Denardi, L. (2015). Ser chino en Buenos Aires: Historia, moralidades y cambios en la diáspora china en Argentina. *Horizontes Antropológicos* (43), 21.
- (Eckstein, 2013) Eckstein, S. (2013). *How immigrants impact their homelands*. Durham: Duke University Press.
- (Gitlin, 1980) Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- (Goffman, 1974) Goffman, E. (1974). *Framing Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row.
- (Guo, 2018) Guo, C. (2018). The construction of China's image in Latin America in the 21st century. In *Pensamiento Social Chino sobre América Latina*, 291–314.
- (Homburger, 2015) Homburger, J. R. (2015). Genomic insights into the ancestry and demographic history of South America. *PLoS Genetics* (12).
- (Hunston, 2022) Hunston, S. (2022). *Corpora in Applied Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (Lakoff & Ferguson, 2006) Lakoff, G., & Ferguson, S. (2006). *The Framing of Immigration*. Berkeley: The Rockridge Institute.
- (Macrae, Stangor & Hewstone, 1996) Macrae, C. N., Stangor, C., & Hewstone, M. (1996). *Stereotypes and Stereotyping*. New York: Guilford Press.
- (Merrill, 1962) Merrill, J. C. (1962). The image of the United States in ten Mexican dailies. *Journalism Quarterly* (2), 203–209.
- (Narváez-Llinares & Pérez-Rufí, 2022) Narváez-Llinares, Á., & Pérez-Rufí, J. P. (2022). Fake news and disinformation on migration in Spain. *REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana* (26), 41–60.
- (Novick, 2008) Novick, S. (2008). Migración y políticas en Argentina: Tres leyes para un país extenso (1876–2004). In *Las Migraciones en América Latina. Políticas, Culturas y Estrategias*, 131–151.
- (Olmos Alcaraz, 2018) Olmos Alcaraz, A. (2018). Alteridad, migraciones y racismo en redes sociales virtuales: Un estudio de caso en Facebook. *REMHU: Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana* (26), 41–60.
- (Primer Censo de la Nación Argentina, 1864) *Primer Censo de la Nación Argentina*. (1864). Tomo II, XXXI.
- (Qiang, 2008) Qiang, X. (2008). On the correlation between international migration and national image: The case of China's national image in Russia. *Social Sciences* (7), 62–68.
- (Repoll, 2010) Repoll, J. (2010). Política y medios de comunicación en Argentina. *Andamios* (14), 35–67.
- (Rubin & Melnick, 2007) Rubin, R., & Melnick, J. P. (2007). *Immigration and American Popular Culture: An Introduction*. New York: New York University Press.
- (Song, 2005) Song, X. (2005). *Argentina*. Beijing: Social Sciences Academic Press.
- (Wang, Badaró & Denardi, 2023) Wang, Z., Badaró, M., & Denardi, L. (2023). Análisis de los estereotipos sobre los chinos locales en la sociedad argentina: Un estudio empírico basado en 1476 cuestionarios. *Mundo Étnico* (04), 100–114.
- (Zhang, 2014) Zhang, H. (2014). Framing of immigration in Chinese online media: An analysis of Sina.com. *Overseas Chinese History Studies* (3), 42–50.
- (Zhang, 2015) Zhang, H. (2015). Restoring immigrant images: Reflections on media representations of immigrants. *Modern Communication* (6), 163–164.
- (Zuo et al., 2006) Zuo, B., Zhang, Y., Zhao, J., & Wang, J. (2006). The stereotype content model: Theoretical hypotheses and empirical research. *Advances in Psychological Science* (1), 138–145.