

IV Jornadas de Sociología de la UNLP.
La Argentina de la crisis. Desigualdad social, movimientos sociales, política e instituciones.
La Plata, 23, 24 y 25 de Noviembre de 2005.

Representaciones y discursos locales sobre la “otredad extrema”.

Lic. Orlando Gabriel Morales. Centro de Estudios Aplicados en Migraciones,
Comunicación y Relaciones Interculturales, FP y CS, UNLP.

gmorales@perio.unlp.edu.ar

La Plata, calle 19 1886 Dpto. A

Resumen

En el marco de un proyecto de investigación enfocado hacia el estudio de las relaciones interculturales y construcción de alteridad con respecto a inmigrantes extranjeros de origen boliviano y asiático en la sociedad local, esta ponencia tiene como finalidad presentar y poner en discusión algunos hallazgos surgidos de una primera aproximación al objeto de estudio.

En particular enfocaremos sobre las representaciones presentes en el discurso de la prensa local respecto de los migrantes chinos [1].

Se trata de un abordaje realizado a partir de algunas herramientas del Análisis Crítico de Discurso y cuyo objetivo fue registrar las modalidades de representación del colectivo chino en los medios de comunicación locales.

En tal sentido, el acercamiento analítico al discurso mediático nos ha permitido detectar algunas correspondencias en la construcción de categorías de distinción y clasificación de la alteridad entre los medios de prensa analizados.

Estas categorías, definidas como construcciones simbólicas productoras de sentido, tienen la capacidad de representar al colectivo chino a partir de la distinción de elementos culturales que lo visibilizan dentro de la sociedad receptora como “otro”.

De esta manera, entendemos que la difusión mediática de categorías clasificatorias en tanto atribución de determinadas características culturales hacia el colectivo chino, contribuye a una representación esencializada de “ellos” en términos de “otredad extrema”.

Introducción

Esta ponencia se encuadra dentro de un proyecto de investigación y desarrollo de la Universidad Nacional de La Plata, denominado “Relaciones interculturales y construcción de alteridad con respecto a inmigrantes extranjeros de origen boliviano y asiático en La Plata”.

Dicho proyecto tiene por objetivo general registrar y analizar la producción de categorías clasificatorias en sentido amplio, sociales, comportamentales, fenotípicas; así como el establecimiento de correlaciones de índole causal entre tales variables, por parte de la sociedad receptora hacia migrantes de origen boliviano y asiático (chino, taiwanés, coreano).

En particular, los hallazgos aquí presentados [2], corresponden a una aproximación analítica al discurso de los medios de comunicación – específicamente de la prensa escrita – con el propósito de indagar sobre las modalidades de representación del colectivo migrante chino – a partir de artículos que hacen referencia al barrio chino o chinatown -.

La focalización en este colectivo migrante responde a su creciente visibilización en los medios de comunicación y en el imaginario social local.

La llegada de migrantes chinos hacia Argentina tuvo su pico de crecimiento a partir de la década de 1990 y hasta 2002, año desde el cual el número de radicaciones en el país permanece estable.

Según datos proporcionados por la Dirección Nacional de Migraciones (DNM) a fines de 2004 el total de la población china residente en el país era de 10.095 personas y el total de la población china irregular de 13.178 personas [3].

En cuanto a la distribución geográfica de la comunidad china en el país, datos recabados a través de una encuesta implementada por Bogado Bordázar (2003), en el barrio Belgrano Centro de la ciudad de Buenos Aires, indican que el 33 % de los migrantes encuestados manifestó estar radicado en ese mismo barrio - conocido como “Barrio Chino” –, mientras que el 29 % está radicado en distintas ciudades de la provincia de Buenos Aires y un 19 % en otros barrios de la Capital Federal.

Además, según Bogado Bordázar (cfr. 2003), también hay migrantes chinos radicados en distintas ciudades del interior del país, como Santa Fe, Rosario, Córdoba, Mar del Plata,

Ushuaia, entre otras; pero el núcleo de la población migrante de origen chino se encuentra en Capital Federal y la provincia de Buenos Aires.

En este contexto, de una marcada concentración en la distribución territorial de la comunidad china y de su escasa relevancia numérica en relación con el total de la población extranjera empadronada en el país [4] – a pesar del crecimiento de este colectivo migrante en la década de 1990 –, surge la pregunta sobre los factores que contribuyen a la creciente visibilización del colectivo chino en el imaginario de la sociedad receptora.

Estado de la cuestión y marco conceptual

Las causas de la creciente visibilización de la comunidad china en Argentina pueden estar relacionadas con aquellas a las que refiere Sabarots (2002) para explicar porqué en las últimas dos décadas los migrantes japoneses se han hecho visibles en el país.

Sabarots plantea que las estadísticas señalan a la colectividad japonesa como minoritaria pero “no obstante por constituir un colectivo de inmigrantes con rasgos físicos que contrastan con la mayoría de origen latino, se torna muy visible en las relaciones sociales y en las representaciones. Por lo tanto constituye un grupo minoritario pero con mucha visibilidad social. Además esta presencia en el imaginario social no es producto sólo de su “visibilidad racial”, sino del protagonismo que Japón como nación ha tenido en la historia moderna” (cfr. 2002).

Asimismo, a partir de su estudio sobre la comunidad japonesa en la provincia de Buenos Aires, Laumonier (1989) señala que el quiebre en la vida institucional y los problemas económicos en la sociedad local contribuyeron a que la colectividad acentuara la búsqueda de soluciones en el seno mismo del grupo, pero “ese repliegue se ve ahora puesto en jaque por el interés y la curiosidad que despiertan los éxitos y avances del Japón como la potencia del futuro. Las fantasías de muchos se centran en las oportunidades que creen visualizar en ese país y hacen extensible su curiosidad y su interés a los miembros de la colectividad” (cfr. 1989: 88).

Por nuestra parte consideramos que el crecimiento del flujo migratorio de China hacia Argentina a partir de la década de 1990; la perceptible diferencia idiomática y de características fenotípicas entre estos migrantes y los locales; la amplia inserción de los mismos en el ámbito comercial local; y el lugar de China en el contexto político -

económico internacional, han contribuido a que los migrantes chinos en el país adquieran mayor visibilidad social.

En este contexto, pretendemos indagar desde una aproximación centrada en el discurso cómo la prensa nacional representa al barrio chino. En tal sentido, las preguntas de investigación que guían este análisis son: a) qué elementos simbólicos se destacan cuando se hace del barrio chino el tópico de un artículo periodístico; b) qué incidencia tiene esa selección de elementos simbólicos sobre el modo de representación de “ellos”.

Son precisamente estos interrogantes los que nos llevan a plantear la cuestión de la construcción discursiva de la “otredad extrema” como categoría de producción de alteridad en los discursos y las representaciones locales.

La noción de discurso exotizante sobre los “otros” orientales ha sido abordada por Courtis, de la Fuente y Domínguez (1997) en una investigación localizada en el barrio coreano en Buenos Aires.

Los autores señalan que “el *barrio coreano* aparece como un hecho en el contexto actual de Buenos Aires. Los discursos que lo toman por objeto, rastreables en los medios de comunicación y también en conversaciones cotidianas, utilizan como estrategia enunciativa fundamental la hiperexotización: a partir de unos pocos elementos – ‘rostros orientales’, ‘productos exóticos’, ‘carteles en hangul’ – construyen una imagen esencializada de lo *coreano* que se centra, como diría Benjamin, en ‘el lado misterioso del misterio’” (cfr. Courtis y otros, 1997).

Según lo expuesto por estos investigadores, en el espacio territorial del barrio coreano y sus adyacencias se hacen presentes tres identidades a través de categorías clasificatorias que definen al “otro” interactuante: argentinos, bolivianos y coreanos.

Los parámetros para la definición del “otro” conciertan un cuadro de jerarquía étnica que se expresa espacialmente. Ese orden jerárquico está determinado por diacríticos fenotípicos, modos de acción y procedencia / origen; y el actor legitimado para establecer los valores de la escala es el local definido sobre las dicotomías nativo/inmigrante, nación/etnia, sociedad/comunidad.

En este cuadro la división entre nativo y migrante adquiere un sentido diferente según si el extranjero es percibido en una relación de cercanía o lejanía, es decir, de familiar o exótico.

De esta manera los coreanos son visibilizados como exóticos, como culturalmente lejanos (cfr. Courtis y otros, 1997).

Por otra parte, a partir del análisis crítico del discurso de tres periódicos de tirada masiva en Argentina (Clarín, La Nación y Página 12), Courtis y Santillán (1997) señalan que en la producción de noticias donde aparecen apelados migrantes del colectivo peruano y/o coreano los medios de prensa “tematizan al otro inmigratorio de manera conspicua como desvío de la norma”.

En relación a los coreanos ese desvío aparece principalmente como acto de ilegalidad y se presenta como diferencia cultural, dando lugar a una estrategia de exotización construida en contraste con la familiaridad de lo peruano. La exotización de estos migrantes se refuerza además por la permutabilidad, dentro de un mismo texto, de las categorías denominativas: ‘coreano’, ‘chino’, ‘asiáticos’, ‘orientales’ (cfr. Courtis y Santillán, 1997).

También en relación a la estrategia discursiva de exotización en la representación de la cultura de las comunidades de Oriente, Said (1990) describió y analizó en forma crítica un discurso - poder (orientalismo) que en distintos textos producidos en Occidente materializa la dominación histórica en el plano de las relaciones culturales, materiales e históricas de las potencias occidentales sobre Oriente.

Said señala que, para el lector, “la afirmación escrita es una presencia porque ha excluido y desplazado a ‘Oriente’ como *realidad* y lo ha convertido en algo superfluo. Así, todo el orientalismo pretende reemplazar a Oriente, pero se mantiene distante con respecto a él: que el orientalismo tenga sentido es una cuestión más de Occidente que de Oriente, y este sentido le debe mucho a las técnicas occidentales de representación que hacen que Oriente sea algo visible y claro, que esté ‘allí’ en el discurso que se elabora sobre él” (cfr. 1990: 42).

Word (2005) ha retomado el concepto de orientalismo de Said señalando que la polarización de culturas proporciona “corpus al concepto de lo exótico como una percepción fundamental de categoría cultural, la cual no se limita a su existencia y presencia en un mapa geográfico, más bien se extiende por analogía de paralelismos conceptuales por el mundo entero”.

En este sentido, según agrega Word (cfr. 2005), “la teoría de Said bien puede ser definida como un fenómeno de método de comunicación global”.

Por otra parte, Adame (2002) aborda el problema del “exotismo posmoderno” en el marco de los encuentros turísticos interculturales.

El autor señala que “la exotividad es un cliché y una múltiple imagen comercial (...) El llamado exotismo, en este contexto es el atractivo publicitario, pero está basado en estereotipos contruidos previamente por la ideología y el imaginario y por el propio mecanismo capitalista avasallador en la búsqueda de ganancias, apuntalados por la tecnología digital y el urbanismo tecnicolor y de masas solitarias – el miedo al vacío – que buscan las ‘experiencias verdaderas’” (cfr. Adame, 2002).

En este contexto, proponemos una aproximación analítica a las representaciones y los discursos de la prensa local sobre el barrio chino, porque interpretamos que un estudio en este sentido puede contribuir al conocimiento del discurso exotizante entendido como una estrategia discursiva de construcción de alteridad con una función sociopolítica determinada.

Metodología

Para el análisis seleccionamos veinticuatro artículos periodísticos publicados en los diarios Clarín (9) y La Nación (15), que tienen como tópico central el barrio chino o chinatown.

Para ordenar el análisis y la exposición de los resultados, el primer paso consistió en dividir el corpus según los tres ejes de argumentación temática registrados a partir de una primera lectura:

a.- textos referidos al barrio chino de Belgrano Centro en la ciudad de Buenos Aires (12 artículos).

b.- textos que argumentaban sobre los chinatowns de distintas ciudades del mundo (6 artículos).

c.- textos referidos a proyectos de construcción de una ciudad china en territorio argentino y de una colonia de orientales en Brasil (6 artículos).

Realizada esta primera sistematización, se plantearon algunos ejes de indagación que permitieran indagar de qué forma se representa al barrio chino en los discursos objeto de análisis.

De esta manera, el planteo instrumental se orientó a: 1) conocer las cuestiones a que se refiere el cronista cuando argumenta sobre el barrio chino; 2) registrar los elementos

léxicos usados para referirse y describir al barrio; 3) relevar las palabras usadas para denominar y caracterizar a los migrantes chinos; 4) reportar la recurrencia a estrategias retóricas tales como metáforas e hipérbolos que impliquen una carga valorativa determinada respecto de los migrantes y el barrio chino.

Representaciones y discurso de la prensa local

Volviendo a la pregunta inicial sobre qué elementos simbólicos se destacan cuando se hace del barrio chino el tópico de un artículo periodístico, en los resultados alcanzados detectamos una similitud con las observaciones que realizara Bialogorski (2002) a partir de su análisis de cómo noticias publicadas entre 1988 y 1993 en los diarios Clarín, La Nación, Página 12 y Ámbito Financiero configuraban una imagen del inmigrante coreano en Buenos Aires.

En tal sentido, Bialogorski señala que en el material periodístico la imagen del coreano era construida “en alusión a determinados aspectos puntuales tales como sus ámbitos de asentamiento en la ciudad de Buenos Aires, sus tradiciones, su idioma, sus hábitos alimenticios y su inserción laboral” (cfr.2002: 166).

Por nuestra parte, hemos registrado como recurrente en los discursos la vinculación de los migrantes chinos y el barrio identificado con este colectivo con la práctica de la actividad comercial.

Asimismo, las artes culinarias chinas, la religión budista y el idioma mandarín son los elementos simbólicos a partir de los que se identifica al colectivo migrante y el barrio chino.

A partir de estos resultados, la segunda pregunta a responder es qué incidencia tiene esa selección de elementos simbólicos sobre el modo de representación de “ellos”.

En este sentido, del análisis de los artículos que argumentan sobre el barrio chino de Belgrano Centro y los que refieren a los chinatowns de distintas ciudades del mundo, se desprende que se hace referencia a la actividad comercial por parte de los migrantes en los dieciocho artículos que forman parte de estos dos ejes de argumentación temática.

Es a partir de su actividad, fundamentalmente en restaurantes, supermercados y tiendas textiles, como se visibiliza a los migrantes en los chinatowns de Buenos Aires, Nueva York, Chicago, San Francisco y Singapur.

En su descripción de los comercios el cronista - observador [5] destaca comidas, ingredientes, utensilios y distintos productos ‘curiosos’, con ‘texturas rarísimas’, para enfatizar en la particularidad de los lugares.

En esta misma línea, una cronista que describe un negocio del barrio chino de Belgrano Centro sostiene: ‘para una que es criolla, ir al supermercado es como viajar un poco’.

También las calles del barrio chino en Buenos Aires y de los chinatown de otras ciudades del mundo son descritas en las narraciones como espacios de circulación de vendedores ambulantes chinos, en este caso con productos que se caracterizan por ser ‘baratos’, ‘imitaciones’, ‘de fantasía’.

Por otra parte, la comida china, a la que se hace referencia en diez de los veinticuatro artículos analizados, es otro de los elementos a través de los que se visibiliza la presencia de una cultura exótica.

El consumo de comida china por la sociedad porteña, y en general por los occidentales, es presentado como una moda gourmet vinculada a una valoración positiva de lo exótico que se traduce en el auge de los restaurantes étnicos en un mundo globalizado.

En este marco la exotividad del chinatown y sus restaurantes es sostenida con figuras metafóricas: ‘paraíso de los sentidos’, ‘templo de la cocina oriental’.

Por su parte, en el polo opuesto a la propiedad de construcción positiva de la exotividad según los términos anteriormente expuestos, Bialogorski (cfr. 2002) refiere a las modalidades que adquiere la representación del colectivo coreano en los medios de prensa locales en relación a sus prácticas alimenticias.

Bialogorski señala que los discursos de los medios de comunicación adjudican a los coreanos “el conservar sus propias costumbres sin incorporar las del argentino, rechazando las pautas del ámbito en el cual se han incluido y manteniendo su individualidad en una suerte de micro universo simbólico y material hermético (...) Estos hábitos de consumo propios, vistos como conservados y defendidos, aparecen además, no sólo diferenciándose, en esta mirada, del de los argentinos sino, en algunos casos, como específicamente rechazados en este contexto (se alude por ejemplo, a la carne de víbora) tanto por una cuestión cultural como por el modo ilícito en que se describe su obtención asociada a su exotismo” (cfr. 2002: 168).

Por otra parte, de nuestro análisis se desprende que los cronistas de los diarios Clarín y La Nación también destacan el idioma chino mandarín - al que se hace referencia en once artículos - y la religión budista - a la que se refiere en seis artículos - como elementos distintivos de la comunidad china.

El idioma se presenta como inaccesible, culturalmente lejano, que imprime en la cartelera comercial del barrio chino y en los diálogos entre sus habitantes un haz de exotividad.

El cronista representa el uso de la lengua originaria por los migrantes con construcciones retóricas como ‘diálogos incomprensibles’, ‘sonido musical del idioma’.

La religión budista, como elemento simbólico distintivo de “ellos”, generalmente es referenciada a partir de la observación en locales comerciales y espacios abiertos al público - donde cronistas y turistas tienen acceso - de figuras de budas a los que se describe como ‘obesos’ y ‘alegres’.

También hay referencias a los templos budistas como uno de los atractivos turísticos del barrio; y como un espacio de acceso a la cultura de “ellos” para algunos locales que concurren semanalmente a estos templos a practicar la meditación.

Por otra parte, tienen una carga de sentido exotizante tanto la permutabilidad de las categorías denominativas de los migrantes asiáticos (cfr. Curtis y Santillán, 1997) como los elementos léxicos usados para hacer referencia a características de “ellos”: ‘mirar rasgado’, ‘rasgos orientales’, ‘culturas exóticas y fascinantes’; y para representar al barrio chino: ‘sucursal oriental’, ‘shopping multiétnico’, ‘un gran misterio’.

Precisamente respecto de los rasgos culturales y fenotípicos de los migrantes orientales, en particular los japoneses, Sabarots (cfr. 2002) ha señalado que su “exotismo cultural” y “visibilidad racial” no han implicado una valoración negativa de parte de la sociedad local, y, por el contrario, circulan representaciones preferenciales sobre estos respecto de los migrantes fronterizos.

En cuanto al tercer eje temático que establecimos a partir del ordenamiento del corpus, se trata de cinco artículos publicados por Clarín sobre el proyecto de una consultora china de crear una ciudad internacional con pobladores de origen asiático en la provincia argentina de San Luis; y otro publicado por La Nación sobre la radicación de una colonia perteneciente a la secta del reverendo coreano Moon en el estado brasileño de Mato Grosso do Sul.

En ambos casos se representa a los proyectos de radicación de inmigrantes asiáticos en términos de problema para la sociedad local.

Para referirse a la llegada de los colectivos migrantes al país y la región se recurre a hipérboles como ‘a la conquista de América Latina’, ‘la galaxia Moon se expande’, ‘invasión’, ‘corriente humana budista’, ‘miles de chinos’, ‘marea de orientales’.

Además, con la misma estrategia discursiva se construyen representaciones sobre sus actividades y objetivos: ‘programa de colonización’, ‘proyectos fantásticos’, ‘nuevo orden planetario *moonie*’.

Estos términos y proposiciones que hacen a una exotización de los “otros” por medio de la amplificación respecto de su presencia y sus intenciones en “nuestro” territorio, conllevan un sentido negativo en la representación y visibilización de la migración asiática hacia la sociedad local.

Conclusión

En la medida que planteamos esta etapa del trabajo de investigación como una primera aproximación al problema de estudio – y porque consideramos a las representaciones y categorías clasificatorias de alteridad como construcciones históricas en transformación -, no pretendemos presentar conclusiones definitivas respecto de los resultados obtenidos.

Sin embargo, nos permitiremos cerrar esta presentación invitando a reflexionar sobre la función sociopolítica de la estrategia discursiva de exotización de los “otros” en el contexto actual de visibilización de la migración china en los medios de comunicación y en el imaginario social local.

Por nuestra parte, basándonos en los hallazgos del análisis realizado, interpretamos una doble función en el discurso exotizante sobre la migración y el barrio chino – que en algunos casos pareciera guardar una relación de analogía con las modalidades que adquiere la representación de otros colectivos de migrantes de origen asiático, según referimos oportunamente a los trabajos de Bialogorski (cfr. 2002); Courtis y Santillán (cfr. 1997); Courtis y otros (cfr. 1997); y Sabarots (cfr. 2002) -.

Nos referimos, por una parte, a una percepción etnocéntrica sobre los migrantes chinos y sus bienes materiales y simbólicos que se canaliza a través de representaciones con una función orientada a la apreciación negativa de su presencia en la sociedad local.

Por otra parte, consideramos que el discurso exotizante sobre el barrio chino - y en menor medida sobre los migrantes que lo habitan – tiene una función de valoración positiva de la otredad en la medida que el discurso esta orientado hacia la representación del chinatown como lugar turístico [6].

En este último caso, las representaciones sobre el barrio chino en términos de “otredad extrema” ostentan una de las propiedades que Said (cfr. 1990) señalaba en el discurso orientalista: la esencialización del “otro”.

Sin embargo, en tanto primera aproximación al problema de investigación, dejamos planteada la necesidad de dar continuidad al análisis sometiendo a una revisión crítica los resultados hasta aquí alcanzados.

Notas

[1] A los efectos de este trabajo tomamos por migrantes chinos a la población extranjera proveniente de la República Popular China y de Taiwán.

[2] Esta ponencia recoge algunos de los datos presentados en el artículo de Morales Orlando Gabriel: “El discurso exotizante: el caso del barrio chino en la prensa nacional”, aceptado para su publicación en la revista Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura, titulada “Nosotros y los otros: una mirada antropológica y comunicacional sobre las migraciones”, número 40, año 3 n° 2, noviembre de 2005, FP y CS, UNLP.

[3] Es necesario señalar la existencia de diferencias entre los registros de los organismos del Estado en relación a los datos sobre la migración china en el país.

En este sentido, en 2001 los datos censales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) registraban un total de 7.695 residentes extranjeros de origen chino en el país – 4.184 correspondientes a China Continental y 3.511 a Taiwán –; mientras los registros del mismo año de la DNM contabilizaban a la población china radicada en un total de 8.755 personas, además de 15.477 personas en condición de irregulares.

[4] Según el INDEC, el total de la población extranjera empadronada en Argentina correspondiente al año 2001 era de 1.531.940 personas (Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001). Esto significa que el total de los migrantes provenientes de China Continental y Taiwán representan apenas el 0,5 % del total de la población extranjera empadronada en el país.

[5] Con la categoría cronista - observador hacemos referencia al redactor de la crónica de viaje, cuando se trata de los artículos que argumentan sobre los chinatowns en el exterior, y al cronista que recorre el barrio chino de Belgrano Centro en Buenos Aires y narra su experiencia en el artículo.

[6] Hay que señalar aquí que 13 artículos, de un total de 18 que corresponden a los dos primeros ejes de argumentación temática establecidos, señalan al barrio chino como un lugar turístico.

Bibliografía

Adame, Miguel Ángel (2002): “Exotismo posmoderno: la antropología de los encuentros turísticos interculturales”. En: Cuicuilco, Revista de la Escuela Nacional de Antropología e Historia, Nueva Época, volumen 9, número 24, enero – abril de 2002, México.

Bialogorski, Mirta (2002): *La presencia coreana en la argentina: la construcción simbólica de una experiencia inmigratoria*. Tesis de Doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Bogado Bordázar, Laura Lucía (2003): *Migraciones Internacionales. Influencia de la Migración China en Argentina y Uruguay*. Tesis número 12, Instituto de Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de La Plata.

Courtis, C., de la Fuente, L. y Domínguez, M. I. (1997): “Espacio, discurso y etnicidad: el caso del barrio coreano”. Ponencia presentada al Área de dimensiones socioculturales de las transformaciones espaciales, 6to. Encuentro de Geógrafos de América Latina, Buenos Aires.

Courtis, Corina y Santillán, Laura (1997): "Exclusión simbólica y medios de comunicación: peruanos y coreanos en la prensa". Ponencia presentada al V Congreso de Antropología Social, 29 de julio a 1 agosto de 1997, La Plata, Argentina.

Laumonier, Isabel (1989): "Japoneses: esa otra inmigración". En: Revista Todo es Historia, número 263, Buenos Aires.

Sabarots, Horacio (2002): “Inmigrantes vs. ‘Ilegales’. Estereotipos desigualitarios en la sociedad argentina”. En: publicación electrónica del Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva, Estudios Latinoamericanos, Universidad del País Vasco.

Said, Edward W. (1990): *Orientalismo*. Libertarias, Madrid.

Word, Delma (2005): "The dirty girls social club: resistencia a la Orientalización de lo latinoamericano en los Estados Unidos". En: Palimpszeszt Kulturális Alapítvány, número 23, Abril de 2005, Budapest.