

Dinámicas de (in)visibilidad de personas “chilenas-asiáticas”

Un análisis de cuentas de *influencers* en Instagram



Carol Chan¹ y Maria Montt Strabucchi²

¹ Universidad Mayor, Santiago, Chile
Núcleo Milenio para el Estudio de los Impactos de China en América Latina (ICLAC), Santiago, Chile
 <https://orcid.org/0000-0001-9879-5144>
Correo electrónico: zi.chan@umayor.cl

² Núcleo Milenio para el Estudio de los Impactos de China en América Latina (ICLAC), Santiago, Chile
Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile
 <https://orcid.org/0000-0003-0354-919X>
Correo electrónico: mumontt@uc.cl

Recibido:
mayo de 2022
Aceptado:
marzo de 2023

doi: 10.34096/cas.i57.11391

Resumen

A nivel global, diversos movimientos sociales surgieron en respuesta al aumento de la xenofobia en el marco de la pandemia de COVID-19. Para el caso específico de Chile, fue posible identificar la aparición de una comunidad chileno-asiática en redes sociales, en el marco del movimiento #StopAsianHate. Este artículo aborda la aparición de esta comunidad a partir del análisis de diez cuentas de Instagram de personas chilenas-asiáticas, e informado por investigaciones previas sobre “lo chino” en Chile, para examinar sus desafíos en contraste con otros grupos racializados en el país. Se propone que la configuración de personas chilenas que también se identifican como chinas, coreanas o asiáticas se puede interpretar como redefiniciones más diversas e inclusivas de la sociedad chilena.

Palabras clave

Identidad; Racialización; Redes sociales, Asia; Chile

Dynamics of (in)visibility of “Chilean-Asians”: An analysis of influencer accounts on Instagram

Abstract

Various social movements emerged globally in response to the rise of xenophobia in the context of the COVID-19 pandemic. In Chile, a Chilean-Asian community emerged on social media within the framework of the #StopAsianHate movement. This article describes the emergence of this community, examining its challenges in contrast to other racialized groups in the country. Research is based on the analysis of ten Instagram accounts of Chilean-Asian persons, and informed by previous research on the role of “Chineseness” in Chilean national identity. Ultimately, this article proposes that the

Key words

Identity; Racialization; Social media; Asia; Chile



self-articulation of Chileans who also identify as Chinese, Korean, or Asian constitutes efforts to insist on redefining “Chilean” society in more diverse and inclusive ways.

Dinâmicas de (in)visibilidad de “chilenos-asiáticos”: una análise de contas de influenciadores no Instagram

Resumo

Palavras-chave

Identidade; Racialização; Redes sociais; Ásia; Chile

A nível global, diversos movimentos sociais estão envolvidos em resposta ao aumento da xenofobia no marco da pandemia COVID-19. Para o caso específico do Chile, foi possível identificar a aparição de uma comunidade chileno-asiática em redes sociais, no marco do movimento #StopAsianHate. Este artigo aborda a aparição desta comunidade analisando dez contas de Instagram de pessoas chilenas-asiáticas, informado por investigações anteriores sobre “lo chino” no Chile, e examinando seus desafios em contraste com outros grupos racializados no país. Este artigo propõe que a configuração de personas chilenas que também se identificam como chinas, coreanas ou asiáticas pode ser interpretada como redefinições mais diversas e inclusivas da sociedade chilena.

Introducción

La pandemia de COVID-19 que empezó en el año 2020 dejó claro que, por lo menos en Chile, las personas chinas y de apariencia asiática continúan siendo consideradas como “extranjeras” u “otras”. Desde que se detectaron los primeros casos de coronavirus en China, las personas asiáticas en Chile experimentaron acoso verbal en espacios públicos, donde las llamaron “coronavirus”, e incluso hubo una denuncia por alguien que escupió a una persona de ascendencia china (Velásquez y Radovic, 2020). Asimismo, estereotipos que asocian a las personas chinas con enfermedades, insalubridad, incivilización y como fuentes de peligro, circularon en las redes sociales a través de videos y memes, además de también estar presentes en los medios de comunicación masiva (Chan y Montt Strabucchi, 2021). A pesar de la aparición de nuevos discursos sobre China y Asia como lugares de proyección para el futuro de las empresas, negocios y emprendedores durante los inicios de la pandemia se hizo evidente que los antiguos estereotipos negativos continuaban teniendo vigencia. Estas ideas e imágenes formaron parte de un fenómeno global antiasiático, en el que personas asiáticas en otros lugares del mundo fueron golpeadas y abusadas en espacios públicos al ser asociadas con el coronavirus.

En este contexto, precisamente como respuesta al alza de incidentes violentos, racistas y xenófobos, surgieron movimientos sociales globales antirracistas, cuyos orígenes estaban principalmente en el hemisferio norte, asociados a las etiquetas #IAMNotAVirus, #NoSoyUnVirus y #StopAsianHate. Así como se ha argumentado que los estereotipos y discursos racistas antiasiáticos en Chile y la región de América Latina en general han sido históricamente influenciados por imágenes e ideas provenientes de los Estados Unidos y Europa (Montt Strabucchi, Chan y Ríos, 2022), es posible notar que, en el siglo XXI, los movimientos sociales contra la discriminación y la violencia racista en la región también han sido influenciados por movimientos en países del norte global.

Al comienzo de la pandemia en Chile, un grupo limitado de personas de ascendencia china y de Asia del Este optaron por hablar sobre sus experiencias de racismo, como el hecho de haber sido llamados “virus” al andar por la calle, y pocas personas optaron por resaltar el tema como un problema en los medios de comunicación (Chan y Montt Strabucchi, 2021).

No obstante, un año después, en marzo de 2021, varias personas jóvenes de ascendencia asiática, en su mayoría mujeres, publicaron videos sobre sus experiencias personales de racismo en Chile en sus cuentas de Instagram. Los videos fueron compartidos rápidamente en las redes sociales y fueron destacadas por una reconocida y popular revista nacional.¹ El caso chileno es particularmente interesante porque, en contraste con otros lugares explícitamente multiculturales como Estados Unidos, Canadá o el Reino Unido, según hemos estudiado, no hay otros registros o estudios que incorporen una categoría de personas “chileno-chinas” o “chileno-asiáticas”, lo que evidencia la falta de un reconocimiento o autorreconocimiento explícito y público de dicha comunidad antes del año 2021.

Este artículo analiza una selección de cuentas de Instagram para abordar cómo las representaciones de lo que se entiende como “lo chino” contribuyen a reproducir, impugnar o reformular el imaginario y la identidad sociales dominantes en Chile (Montt Strabucchi *et al.*, 2022). Al ahondar en temas y tropos específicos que representan “China” o “los chinos”, se puede observar la evolución de los roles simbólicos que las personas asiáticas y “lo chino” han jugado en la definición de la identidad nacional chilena. Estudios sobre representaciones de “lo chino” en Chile no han encontrado autorrepresentaciones conscientes de chileno-asiáticos previo a este momento (Montt Strabucchi *et al.* 2022). Aunque existen algunas personalidades públicas de ascendencia asiática, estas personas habitualmente se han identificado y han sido identificadas como chilenas, su origen asiático es borrado, ignorado o relegado a la historia familiar. En este contexto, nos preguntamos si la categoría “chileno-asiáticos” fue hasta hace poco ininteligible y, en consecuencia, irrepresentable. ¿Cuáles son los desafíos y límites para su articulación y representación en Chile hoy?

En comparación con otros países con trayectorias más largas de políticas multiculturales de identidades nacionales, esta emergencia visible de voces “chileno-asiáticas” (incluyendo principalmente “chileno-chinas” y “chileno-coreanas”) en las redes sociales aparece como radical en un país donde la categoría no existía ni tenía un sentido gramatical, debido a la oposición simbólica entre “chileno” y “chino”. A diferencia del término “asiático-americano” (*Asian American*) o “chino-singaporense” (*Singaporean Chinese*), proponemos que el ser “chileno-asiático” –hasta recientemente– era “anti-gramatical” (Boellstorff, 2005), es decir, ininteligible para la mayoría de los chilenos al sugerir una realidad “socialmente inconcebible” (Povinelli, 2001, p. 325). En cambio, se utilizaban los términos “chileno” o “chino” como mutuamente excluyentes, y solo unas pocas admitirían ser una persona “chilena con cara de chino”. En otras palabras, “lo chino” y “lo chileno” se perciben como realidades *inconmensurables*.²

En este texto analizamos la “viralización” de videos en Instagram sobre el racismo anti-asiático en Chile, y notamos cómo, después de dos décadas de aumento de la presencia de migrantes racializados en el país, hoy también es posible encontrar un cierto nivel de visibilización y discusión pública sobre racismo e identidad nacional en dicho país. En primer lugar, examinamos la emergencia de identidades “chileno-asiáticas” como imaginarios sociales o mundos socialmente inconcebibles, para indagar sobre sus procesos de valorización frente a los imaginarios sociales nacionales dominantes (chilenos), y su compleja articulación con el capitalismo racial neoliberal a través de las plataformas de redes sociales. Luego, abordamos algunos de los desafíos que estas personas podrían encontrar al momento de articularse como una comunidad en términos identitarios en comparación con otros grupos racializados, como los afrochilenos.

Así, esta investigación busca aportar a estudios previos que se han enfocado en la historia o experiencias de migración china o asiática y el racismo o xenofobia hacia comunidades chinas o asiáticas en América Latina (Siu, 2007; Hu-DeHart y López, 2008; Lausent-Herrera, 2011; Delgado, 2013; López, 2013; Chang, 2017; González, 2019).

1. El informe, publicado en la revista “The Clinic”, se tituló “No seamos como Estados Unidos: las mujeres asiáticas cuentan el racismo que sufren tras un año de pandemia en Chile” (Astaburuga Coddou, 2021).

2. Este escenario llama la atención si consideramos que, debido a procesos de migración asiática más tempranos, en otros países latinoamericanos sí existen identidades y comunidades relevantes: por ejemplo, los tusán en Perú (Lausent-Herrera, 2011). En Cuba, la existencia de personas chino-cubanas está tomada por sentado (López, 2013, p. 248); en Panamá, hay personas chinas-panameñas que han construido “una comunidad activa y autoconscientemente identificada como china que es orgullosa de ser culturalmente china y, a la vez, involucrada en todos los aspectos de la vida panameña” (Siu, 2007, p. 186).

A partir del análisis de la emergencia de nuevas categorías de identidad como “chileno-asiáticas”, cuestionamos aquí la identificación de esa población en términos de “migrantes” o “descendientes de migrantes” en lugar de como ciudadanos y/o residentes de los países donde nacen y residen. En última instancia, proponemos que este fenómeno contribuyó a visibilizar la xenofobia antiasiática, así como también a la articulación de una “nueva” categoría de personas: chilenos de ascendencia asiática.

Metodología

Para abordar la visibilidad de lo “chileno-asiático”, analizamos diez cuentas de Instagram asociadas con usuarios que se identifican como personas “chileno-asiáticas”: cinco de ellas, como “chileno-chinas”, tres como “chileno-coreanas”, y dos como “chileno-taiwanesas”. Las cuentas son públicas y ganaron muchos seguidores durante la pandemia. Casi todas ellas están vinculadas con las otras (es decir, una cuenta también sigue a las otras identificadas en la muestra). Estos videos, realizados principalmente por mujeres jóvenes, de alrededor de veinte años, también condujeron al establecimiento de una red social informal entre personas jóvenes chilenas de ascendencia asiática, que comentaban, compartían y subían las historias y las voces de sus compañeras. Una revista nacional las denominó como “*influencers* asiáticas” (Astaburuaga Coddou, 2021), debido a su popularidad. Para nuestra muestra, hemos seleccionado cuentas en las que las personas se identifican o son identificadas como “chileno-asiáticas”, tienen un número de seguidores relativamente grande para los estándares chilenos y están conectadas con otros dentro del grupo. Como es posible apreciar en la siguiente tabla (1), hay una amplia variación en términos de sus seguidores, actualizados al día 23 de marzo de 2023.³

3. Las cuentas con asterisco ya no están disponibles, por eso se ingresó el último número de nuestro registro (noviembre 2022).

Tabla 1. Cuentas de Instagram de influencers chileno-asiáticos y asiáticas

N°	Nombre de usuario	Seguidores	Identidad
1	@franchekal	191,000	chileno-coreana
2	@alexchenchu	117,000	chileno-taiwanesa
3	@mamachaus	68,100	familia chino-chilena (dos generaciones)
4	@suamcy	31,600	chileno-china
5	@_chini	8505*	chileno-china
6	@chinalay_	8935	chileno-china
7	@narabacks	10,500	chileno-coreana
8	@omgou	4702	chileno-china
9	@vivishuy	3466	chileno-taiwanesa
10	@hannaispip	1666	chileno-coreana (Twitter: @hannaisback 15,700)

Fuente: Instagram; Compilación propia de las autoras.

Mientras que los estudios existentes sobre *influencers* en las redes sociales han definido a los usuarios principalmente en función del número de seguidores que tienen, en este estudio incluimos cuentas con las siguientes características: cuentas públicas de personas que se identifican explícitamente como asiáticas/chinas/coreanas y chilenas y que ya son figuras públicas (por ejemplo, Nara Backs está ligada al mundo de la música, Vivi Shuy es una conocida actriz de películas y series de televisión chilena), o personas

que fueron muy visibles en 2021, debido a que compartieron sus relatos personales sobre el racismo antiasiático en Chile (por ejemplo, @omgou y @_chini). Si bien sus seguidores actuales son relativamente pocos comparados con los de las primeras mencionadas, sus videos sobre el hecho de crecer como chilenas chinas/coreanas/asiáticas se hicieron “virales” y fueron ampliamente compartidos; además, estas mujeres fueron entrevistadas para un artículo nacional sobre “*influencers* asiáticas”, previamente mencionado.

Aunque algunas personas tienen un mayor número de seguidores en Twitter (Hanna Backs), nos enfocamos en Instagram, debido a su cualidad de espacio donde “lo discursivo se encuentra con lo material” (Edwards y Esposito, 2018, p. 1).⁴ Su énfasis en la estética nos permite analizar los desafíos de la autorrepresentación visual y discursiva de los chileno-asiáticos. Analizamos en profundidad las cuatro cuentas con más seguidores: (@franchekeal, @alexchenchu, @mamachaus y @suamcy), las que permiten proveer un panorama de la diversidad de ellas en cuanto a su compromiso con la mercantilización de las audiencias y el tema racial en Chile.

Entendemos el acto de “influenciar” como “un modo de trabajo digital que utiliza lógicas neoliberales y discursos empresariales que invitan a los usuarios a capitalizar los cuerpos racializados, la cultura y la estética” (Stevens, 2021, p.4), donde existen incentivos tanto culturales como económicos para motivar a los individuos a adoptar la posición de “*influencers*”. Sin embargo, más que centrarnos en sus estrategias de “influenciar”, en este trabajo analizamos: 1) cómo han abordado explícitamente y articulado sus identidades como “chileno-asiáticos” en un contexto donde esto es “antigramatical”; 2) cómo ser “chileno-asiático” o “chilena-asiática” es cuestionado, recibido o validado por su audiencia virtual o comunidad de seguidores; y 3) las consecuencias o intervenciones de este fenómeno de “*influencer* asiático-chileno” en relación con discusiones críticas sobre capitalismo racial, movimientos y estrategias antirracistas.

Este texto está organizado de la siguiente manera: en primer lugar, examinamos la emergencia de identidades “chileno-asiáticas” como imaginarios sociales o mundos socialmente inconcebibles, para indagar sobre sus procesos de valorización frente a los imaginarios sociales nacionales dominantes (chilenos) y su articulación compleja con el capitalismo racial neoliberal a través de las plataformas de redes sociales. Luego, abordamos algunos de los desafíos que esta comunidad podría encontrar al momento de expresarse como un grupo con intereses u objetivos en común en comparación con otros grupos racializados como los afrochilenos y afrodescendientes.

La población china y asiática en Chile

Una presencia significativa de personas asiáticas en las Américas se puede rastrear en la década de 1840 y hasta 1900, periodo en el cual aproximadamente 2,5 millones de personas llegaron a California desde China para trabajar en las minas de oro. Muchos otros, que procedían principalmente de la provincia de Guangdong, fueron enviados por portugueses y británicos desde los puertos de Macao y el sur de China para trabajar como “culíes” y/o contratados como mano de obra en Perú (Yun, 2008). La mayoría eran hombres jóvenes que fueron obligados a firmar contratos o engañados para trabajar por un período en la agricultura, plantaciones de azúcar, construcción de vías férreas, minería y recolección de depósitos de guano, a cambio de comida, alojamiento y un salario mínimo (Hu-DeHart, 1994; Yun, 2008).

Las primeras presencias documentadas de personas chinas en el actual territorio de Chile datan de inicios de la década de 1850, cuando llegaron al puerto de Iquique “culíes” chinos destinados a trabajar en las guaneras (Calle Recabarren, 2014); el proceso migratorio continuó a principios del siglo XX, particularmente durante la década

4. Traducción propia. A menos que esté indicado, las siguientes traducciones son todas nuestras.

de 1930 (Galaz-Mandakovic Fernández, 2012). Sin embargo, la migración y presencia de personas asiáticas fueron recibidas con desprecio en forma de actitudes racistas y xenófobas, encapsuladas en la idea de que estos inmigrantes podrían potencialmente “degenerar” a la llamada “raza chilena” (Galaz-Mandakovic Fernández, 2012; Palma y Maubert, 2021). Los comerciantes locales establecidos en las ciudades del norte de Chile, quienes percibían a los chinos como amenaza a sus propios negocios, expresaron y provocaron estereotipos y sentimientos antichinos (Galaz-Mandakovic Fernández, 2012; Calle Recabarren, 2014). A principios del siglo XX, las personas chinas enfrentaron requisitos más estrictos para ingresar a Chile de manera legal: debían someterse a exámenes médicos para certificar que estaban sanos, libres de patologías y vacunados. Estas restricciones eran discriminatorias y se aplicaban solo a las personas chinas, lo que evidencia visiones de la época que las relacionaban con los peligros de las enfermedades.

A pesar del racismo y la discriminación contra la comunidad, también se evidenció una tendencia general de movilidad socioeconómica ascendente para los chinos, pues muchos de ellos son pequeños comerciantes o propietarios de empresas familiares a principios del siglo XX, en oposición a su anterior concentración como obreros y empleados (Calle Recabarren, 2014; Galaz-Mandakovic y Moraga Reyes, 2021). Los chinos establecieron redes intraétnicas como una estrategia para enfrentar la discriminación y fomentar una imagen más positiva como comunidad (Calle Recabarren, 2014; Díaz Aguad, Díaz Araya, y Sánchez Espinoza, 2014; Palma y Montt Strabucchi, 2017; Palma y Maubert, 2021).

En el siglo XXI, una mayor diversificación y expansión de la población china en Chile ocurrió con la firma del Tratado de Libre Comercio entre la República Popular China (RPC) y Chile, que entró en vigencia en octubre de 2006. Estos inmigrantes recientemente llegados procedían no solo de las provincias del sur de China sino también de Zhejiang, Fujian, Jiangsu, Henan, Beijing y Sichuan, entre otros. Mientras muchos establecieron pequeñas tiendas y negocios en los que venden productos diversos, otros llegaron como profesionales vinculados al establecimiento de los Institutos Confucio en Chile,⁵ así como a grandes empresas de telecomunicaciones (como Huawei) y mineras chinas. Esto ha dado como resultado una mayor diversidad de la población china en el Chile actual, que incluye migrantes recién llegados tanto desde China como desde otros países latinoamericanos (Chan, 2021), familias largamente asentadas en el país y chileno-chinas descendientes de abuelos o bisabuelos chinos.

La historia de discriminación e inserción de personas de ascendencia china en Chile es relevante para entender las experiencias de otros grupos asiáticos, porque en Chile, al igual que en otros de Latinoamérica, como Perú, el término “chino” se utiliza para referir a todas las personas que tienen la apariencia del sudeste o este de Asia. Además, la población china en la región y el país es mucho más significativa que la de los otros grupos. Según distintas asociaciones chinas, actualmente se estima que hay alrededor de 20,000 personas de origen y/o nacionalidad china residente (Moraga Reyes, 2018), mientras que la población coreana se estimaba en 2500 personas para 2015 (Choi y Aguirre Torrini, 2020), y la población japonesa, en 1660 ciudadanos y alrededor de 3000 chilenos de esa ascendencia (Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón, 2018).

Racismo antichino y antiasiático en Chile

El racismo ha existido históricamente en Chile de muchas formas, y ha sido en gran parte invisible (Gaune y Lara, 2009; Tijoux, 2016). Esta actitud está cambiando con el aumento significativo de la migración internacional en el siglo XXI, la cual puso en evidencia el racismo y la discriminación hacia comunidades racializadas como “no-chilenas” y “no-blancas”. Junto con este último fenómeno, Chile ha ido adoptando cambios

5. Instituciones fundadas en 2004 que buscan la enseñanza y promoción del chino mandarín. Inicialmente bajo la dirección de Hanban, organización afiliada directamente al Ministerio de Educación de la República Popular China (RPC); hoy están bajo la dirección de una organización no gubernamental vinculada al Ministerio de Educación de la RPC. En Chile el primer Instituto Confucio se instaló en el año 2008, y actualmente hay tres en el país. Para más información, ver Hubbert (2019).

de manera gradual, con la implementación de políticas más inclusivas e interculturales enfocadas en la salud pública y la educación. Uno de los cambios más importantes en la legislación chilena en relación con esta discusión ha sido el reconocimiento legal de los afrochilenos como grupo étnico en el país, respecto de lo cual, Chile es –notablemente– uno de los últimos Estados de América Latina en hacerlo (Mardones Marshall, 2020).

Respecto de la comunidad china, y como un primer aspecto a considerar tanto para el caso chileno como así también en otros contextos en América Latina, es importante destacar que el racismo contra las personas chinas está directamente relacionado con el racismo antiasiático. Como hemos mencionado, se utiliza chino/asiático/oriental para referirse a personas que se ven asiáticas. En este sentido, no siempre están claras las fronteras y límites sobre “lo chino”; es posible encontrar el uso de “chinos” para personas coreanas (Min, 2021).

Asimismo, la discriminación y los estereotipos negativos sobre las personas asiáticas son aún poco visibles en las discusiones públicas y académicas sobre racismo en Chile; estas tienden a referirse principalmente al racismo contra la población afrodescendiente o indígena. Por ello, se ha argumentado que la población china experimenta una visibilidad condicional en el país; es decir, es percibida solo a través de ciertos estereotipos –sean “negativos” o “positivos”– como, por ejemplo, hablan mal español, comen animales inusuales, les falta higiene, son trabajadores, son gente cerrada, sospechosa y participan en delitos organizados como la trata y tráfico de personas, entre otras descripciones (Montt Strabucchi y Chan, 2020). Una consecuencia de esta visibilidad condicional es que las personas chinas que exhiben características, personalidades o trabajan en profesiones que no encajan con los estereotipos son invisibilizadas, o bien no son consideradas como personas de origen y cultura china, sino como personas “chilenas con caras chinas”.

Estimamos que la poca visibilidad del racismo antiasiático en Chile se remite a la reticencia del pueblo chileno al momento de hablar o enfrentar el tema. En el contexto de discusiones y conversaciones públicas sobre racismo en el país,⁶ los individuos chinos tienden a ser referidas como ejemplos de “migrantes buenos” que no reclaman, que son gente tranquila, que no se meten en asuntos públicos o personales chilenos, son trabajadores y aportan a la economía nacional. Por eso, el racismo contra la población de ascendencia asiática tiende a ser disminuido o no tomado en cuenta como problema en estas discusiones. Sin embargo, también debemos estar alerta respecto de los estereotipos de “migrantes buenos”. Estos discursos invisibilizan desafíos que experimentan debido al racismo institucionalizado y, además, el estereotipo de “chinos trabajadores” fácilmente se transforma en percepciones nocivas al vincularlos con la trata de personas y la explotación laboral.

Efectivamente, la ambivalencia hacia lo chino/asiático es algo presente a nivel general en Chile. Por un lado, existen muchas críticas contra las inversiones de las empresas privadas y estatales chinas en Chile, donde estas actitudes impactan a la población asiática por su supuesto vínculo con la República Popular China (Montt Strabucchi *et al.*, 2022). Por otro lado, se observa el crecimiento de fans de música pop coreana conocida como K-pop (Min, 2021) y una gran popularidad de *influencers* chileno-asiáticos en las redes sociales, como Instagram.

La emergencia y fuerza de identidades panasiáticas

Las cuentas de Instagram de usuarios chileno-asiáticos bajo análisis son diversas, pero tienen muchas cosas en común: todas son personas que se identifican como “chileno-coreanas”, “chileno-chinas” y/o “chileno-asiáticas”, y han hablado explícitamente sobre el racismo antiasiático en algún momento de sus trayectorias como figuras públicas en

6. El racismo contra poblaciones afrodescendientes o latinoamericanas en Chile, así como hacia las personas migrantes de Colombia, Venezuela o Haití, consiste en discursos y estereotipos que criminalizan estos grupos como “migrantes ilegales” o personas que trafican drogas y participan en otros delitos (Stang y Solano Cohen, 2017).

las redes sociales. Aunque se comprometen en diferentes grados con la cuestión de la identidad cultural o étnica, todas ellas reciben regularmente comentarios y preguntas sobre sus orígenes étnicos y culturales, además de contar con la ciudadanía chilena. Debido al uso de *reels* o historias de Instagram, el público suele identificar fácilmente a los cuatro usuarios como “chilenos” porque hablan con fluidez el “español de Chile”. Sin embargo, el hecho de que no “parezcan” chilenos –ya que, como mencionamos y hemos argumentado anteriormente (Montt Strabucchi et al., 2022), lo “chileno” es entendido como existente en oposición a lo “asiático” o “chino”– incita a las audiencias a indagar sobre sus identidades para dar sentido a lo “chileno-asiático” como una realidad “socialmente inconcebible”.

En un contexto de alta ambivalencia hacia China y Asia en Chile, y después de la explosiva visibilidad a nivel global del racismo antiasiático durante la pandemia de COVID-19, es posible observar la emergencia de una incipiente comunidad de personas chilenas-asiáticas. Explícitamente inspiradas por los movimientos #StopAsianHate y #NoSoyUnVirus, desde el año 2020, varias jóvenes empezaron a publicar videos en sus cuentas de Instagram en los que compartían sus historias y experiencias de discriminación como personas de ascendencia china y coreana. En un contexto histórico, en el cual la gente de ascendencia china y asiática es percibida como “silenciosa”, en un país en donde hasta hace poco no existía ninguna figura pública chilena de ascendencia asiática que se identificara como chilena-asiática, este fenómeno de publicar videos personales identificándose como “asiática” o “chilena-asiático” no tiene precedentes.

Los videos se publicaron un poco después de las noticias sobre el asesinato, a manos de Robert Aaron Long, de ocho personas, seis de ellas de ascendencia asiática, en tres salones de masajes en Atlanta, Estados Unidos. Podríamos decir que así comenzó un movimiento orgánico, porque un video inspiró a otro, y entonces empezaron a circular varios por Instagram y TikTok en los que usuarias y usuarios contaban testimonios personales al respecto. Dentro de los testimonios se encontraban experiencias cotidianas de racismo desde cuando eran niñas, tanto en la escuela como en espacios públicos, y el impacto que ello tuvo en su autoestima, vida personal y familiar. También que la pandemia de COVID-19 tuvo como consecuencia un aumento en los ataques racistas en espacios públicos que, aunque no era comparable con la violencia física reportada en los Estados Unidos, involucró abuso verbal y psicológico. Muchas de ellas hablaron sobre cómo ese racismo vivido como niñas y adolescentes que crecían en Chile les hizo rechazar su cultura e identidad como chinas o coreanas.

Por ejemplo, de las cuatro cuentas analizadas, aparte de su video elocuente y viral sobre el racismo antiasiático durante la pandemia, la estudiante y aspirante a modelo @suamcy no habla de su identidad etnocultural y sus prácticas. Su cuenta de Instagram se centra más en cuestiones relacionadas con la imagen corporal y los múltiples *piercings* que tiene. Durante las sesiones de “Pregúntame lo que quieras” en las historias de esa red social, muchas preguntas se refieren a dónde se hace los *piercings* y a consejos de belleza. Publica historias mundanas sobre la necesidad de cambiarse las uñas.

El perfil de @suamcy no menciona nacionalidad ni etnia. Sin embargo, es claramente racializada por sus seguidores. Recibe preguntas como “Espero no incomodarte, pero me intriga tu apellido, si es (bandera coreana) o (bandera chilena)” (Figura 1). Su respuesta: “mis dos apellidos son coreanos, soy chilena por [nacionalidad]”. Sus *posts* suelen atraer comentarios sobre su belleza, y otros como “¿te gusta el K-pop?”. La publicación que recibió más comentarios (más de 200) incluía lo siguiente: “eres el sueño que todo chileno quisiera”, “chinita preciosa”, “chilena hermosa”, “¿eso es en Corea o en Chile?”, y “chilena coreana lol, esto debería estar en un museo”. Es decir, muchos de sus seguidores (desde Chile) reconocen su identidad chilena, mientras otros también la identifican y racializan directa (“chinita preciosa”) o indirectamente (¿te gusta el Kpop?, ¿estás en Corea?).

El único comentario que explícitamente se refiere a ella como “chilena coreana” también sugeriría que era excepcional o única y que debería estar en “un museo”. Este comentario se destaca de los demás por identificar a Sua como “chileno-coreana”, y por el hecho de que iba seguido de un “¡ol!”, que sugiere incredulidad. Las preguntas que constantemente le plantea su audiencia sobre ser chileno-coreana plantea que, por el mero hecho de ser y articular su identidad cultural y nacional, se desafían las ideas arraigadas y dominantes sobre lo que “significa” o parece ser “coreana”, “china” o “chilena”.

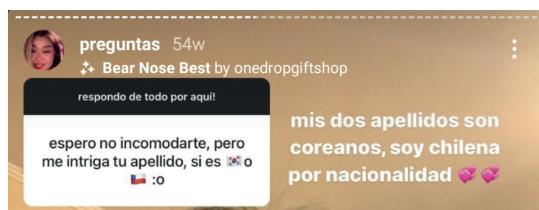


Figura 1

Dos cuentas destacan en sus constantes esfuerzos por articular las identidades chilenas-chinas y disipar mitos y estereotipos sobre lo que es ser “china” o “asiática”. @alexchenchu es un joven licenciado en enfermería que comparte anécdotas sobre ser de origen taiwanés y chileno.⁷ Alex sube videos cómicos en los que expone los prejuicios chilenos contra las personas de apariencia chino-asiática, comparte y describe sus experiencias personales y de vida como hombre chileno-chino. En un *reel*, revela lo absurdo de la situación en la cual la gente dice “tu voz no calza con tu cara” (ya que suena chileno, pero “no lo parece”). Es de notar que usa *hashtags* como #asiatico y #coreano para señalar las experiencias compartidas de discriminación entre chinos, coreanos y asiáticos. En un *reel*, por ejemplo, muestra su impacto al descubrir que “es chino”, “utilizando un filtro” (que, en realidad, no utiliza) que “te muestra cómo te ven los demás”: el remate llega cuando se ve a sí mismo y expresa jadeante: “¡Soy chino!”, lo que sugiere que su apariencia racializada no coincide con su identidad cultural adscrita. Aparte de la sátira y el sarcasmo, también tiene videos que tienen un carácter pedagógico como: “Cosas que te pasan en América Latina por ser asiático parte 1”. Es interesante notar que usa el término “asiático” en vez de “chino”, que comúnmente se usa más en Chile y la región. Podría decirse que es una intervención discursiva en respuesta a la estigmatización y las formas despectivas de utilizar el término “chino”.

Otra cuenta muy popular es @mamachaus, que pertenece a un reconocido restaurante del mismo nombre. Está principalmente dirigida por la fundadora y propietaria, Lay, una chileno-china que bautizó el restaurante con el nombre de su madre. Lay tiene también su propia cuenta personal, @chinalay_. En ambas cuentas, ella hace *reels* y videos sobre su familia chileno-china, la comida asiática de diversos orígenes (incluida la cocina coreana, tailandesa e india) y comparte experiencias personales sobre ser chileno-china. Al igual que Sua y otras *influencers* chileno-asiáticas, Lay recibe muchas preguntas sobre su origen étnico-cultural que intentan “dar sentido” al hecho de que su “voz no calza con (su) cara”, como las siguientes preguntas: “¿Naciste en Chile? Hablas muy bien español”, “¿De qué país eres originalmente?”.

Durante la pandemia, Lay también publicó videos en los que responde preguntas sobre la xenofobia y el racismo que ella personalmente experimentó mientras crecía, como también durante el inicio de la pandemia de COVID-19 en Chile; en sus videos destacados, reúne esos *reels* sobre discriminación bajo los siguientes símbolos 🚩❤️.⁸ A través de ellos, ella usaba consistentemente el término “asiático” para generalizar sus experiencias e incluir a personas de otra ascendencia asiática (Figura 2).

7. Cabe destacar que @alexchenchu comenzó una cuenta privada y de modelaje antes de la pandemia. Su cuenta pública donde hace *reels* de comedia y entretenimiento fue lanzada después de la circulación viral de videos sobre ser asiática y chilena por mujeres jóvenes como @suamcy y @_chini_.

8. Instagram @mamachaus 2 de febrero, 2023.

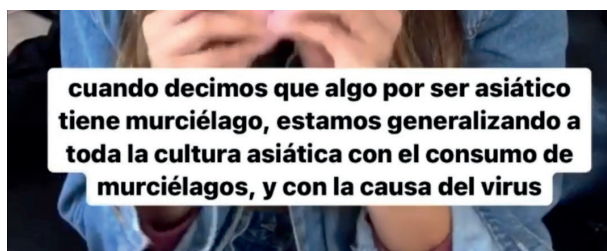


Figura 2

Podría decirse que, debido a la presencia popular en las redes sociales del negocio y su principal fundadora, el emprendimiento es inseparable de Lay como figura pública que hace videos y responde a preguntas no solo sobre comida china, sino también sobre estereotipos chinos y cultura (por ejemplo: “¿Los chinos comen perros?”), y brinda consejos sobre emprendimiento. Debido a lo difuso de las líneas entre la vida privada familiar y el negocio, al compartir sus íntimas y vulnerables experiencias de racismo, recibió mucho apoyo de fans y clientes, pero también acusaciones de que era solo “buen *marketing*”.

Probablemente, la historia detrás del negocio es también una gran parte de su publicidad y marca. Lay, como rostro del restaurante, ha dado múltiples entrevistas sobre cómo parte de sus intenciones en establecer el restaurante eran también para visibilizar y compartir la cultura y la cocina de su familia con los chilenos. Recientemente, han ganado premios por ser el restaurante del año en Uber Eats y, en el video de Instagram, Lay dice:

Quería tener un *restaurante* porque lo que comíamos en casa era muy rico y era comida china de verdad. Al principio teníamos mucho miedo porque no sabíamos cómo iba a ser [...], si iba a pegar, si a la gente le iba a gustar, porque era algo que nadie más vendía. Pero de a poquitito se fue corriendo la voz; el boca a boca nos sirvió mucho y, de a poco, la gente empezó a escribir sobre nosotros, y ahí ya el resto es historia. Mama Chau's es como un reflejo de mi mamá y de la admiración que tengo por ella. Nos mostramos de dónde venimos, y es como si hubiésemos [...] abierto nuestro corazón y nos mostramos así tal cual somos, y hemos tenido un recibimiento increíble. Para mí, ha sido poner en práctica todas las cosas que mis papás me han enseñado: como trabajar muy duro, ser perseverante, ser consciente, tener paciencia, mucha paciencia, y hacer las cosas con amor. Entonces siento que, con este *restaurante* y con las plataformas que utilizamos, puedo honrar a mis papás y mis raíces. (Mamachaus, 2022)

En muchas entrevistas, Lay dijo que su idea de comenzar un negocio de venta de auténtica comida china se encontró a menudo con la resistencia de sus padres porque, según ellos, “a los chilenos no les gustará nuestra comida”. El éxito actual del negocio les demostró lo contrario, y probablemente ha forjado un espacio para que lo chileno/chino/asiático sea una realidad constantemente cuestionada, interrogada e insistida principalmente por Lay. En este sentido, proponemos que lo chileno-asiático es una categoría que requiere coconstrucción: incluso, cuando Lay y otros como Sua y Alex insisten de forma variable en identificarse como chilenos nacionales nacidos de padres chinos, taiwaneses y surcoreanos, sus autoarticulaciones chocan con audiencias (chilenas) que los identifican como no chilenos (por ejemplo, migrantes que nacieron en un país de “origen”) o, simplemente, un otro étnico (“chinita/coreana”). El aspecto narrativo-visual de las historias y videos de Instagram que requiere audiencias para procesar una realidad “no gramatical” de una persona chilena que “habla chileno” y, sin embargo, no “parece chilena”, hace de esta red social un fenómeno especialmente idóneo para la emergencia de lo “chileno-asiático” como una realidad que insiste en la

comensurabilidad, en particular cuando las personas “chileno-asiáticas” directamente abordan sus experiencias como “chileno-asiáticas”.

Así, por un lado, las y los *influencers* “chileno-asiáticos” constantemente se involucran en diálogos repetitivos con sus seguidores sobre sus realidades existenciales de ser, al mismo tiempo, tanto asiáticos como chilenos, lo que a veces desafía la comprensión y los límites de la legibilidad para algunos. El público chileno puede insistir en identificarlos como “chinita” o chilenos de manera singular. Por otro lado, su mera visibilidad y popularidad también insisten en crear espacios donde lo “chileno-asiático” es una realidad, aunque sea cuestionada y se haga excepcional. Sin embargo, esta realidad corre siempre el riesgo de ser cooptada por los intentos de mercantilizar la alteridad racial y lo asiático en particular.

Es importante destacar que muchas de estas *influencers* enmarcaron sus experiencias en términos de personas “asiáticas”. Hablaron de racismo y xenofobia anti-asiáticos y vinculaban con las culturas e idiomas chino o coreano. El énfasis en el uso del término “asiáticos” (personas asiáticas) puede leerse como una forma de resistencia al uso despectivo, esencialista y predominante de los términos “chino” y “oriental” para referirse a las personas asiáticas. Hablaron de manera elocuente y conmovedora de cómo el racismo antichino durante la pandemia de COVID-19 afectó a todas las personas de apariencia asiática, porque no “parecen chilenas”. En febrero de 2023, Sua agrupó esos *reels* bajo el siguiente emoji: 🏠. El video de Sua que se viralizó es un ejemplo de cómo se articuló ser “chilena” y “coreana/asiática”, así como el racismo sufrido en su vida y durante la pandemia:

Tengo 17 años, nací en Chile y tengo padres surcoreanos. El tema que quiero tocar hoy es [...] el racismo, *el racismo asiático* específicamente, porque es el que yo vivo día a día [...] Cuando yo era chica nunca me hicieron *bullying* físico, pero sí sentía una especie de *bullying* psicológico al momento de que la gente se riera de mi aspecto físico o de mi nombre o por hablar coreano [...] Y todas estas cosas obviamente me hicieron tener como vergüenza de la cultura coreana. Me generaron mucha inseguridad. Y siempre viví comparándome como con el resto físicamente, como por qué no puedo tener los ojos más grandes. Hubo un momento en que odiaba mis ojos y me los quería operar, literal. Y también me daba vergüenza hablar coreano frente a las personas, porque tenía miedo porque se reían o porque me miraban raro. Estas cosas yo las sentía normales, y decía, es lo que tengo que soportar porque no soy físicamente como ellos. No parezco como chilena. [...] Cuando me metí más en el mundo de las redes sociales [...] me mandaban mensajes muy feos [...] esto fue cuando llegó el coronavirus a Chile [...] como comentarios “China llévate el coronavirus” o como “ándate de aquí” y miles de cosas más [...]. (Sua, 2021).

O como expresa Gou, una coreana-chilena:

(En el Colegio Coreano) nos sentíamos súper libres de expresarnos en coreano, pero durante la semana, cuando íbamos a colegios chilenos, escondíamos todo eso, casi inconscientemente [...] cualquier tipo de pregunta relacionada con nuestra cultura la evitábamos como sea. Queríamos sentirnos parte del grupo, no como extranjeras, y todo el racismo y la xenofobia hizo que crezcamos rechazando la cultura. (Gou Lee, en Astaburuaga Coddou, 2021)

En contraste con el silencio histórico en Chile sobre el racismo anti-asiático, estas narrativas personales son excepcionales. Además, afirman explícitamente que quieren “visibilizar el racismo que sufren los asiáticos, lo cruel que es y lo poco que se habla” (Astaburuaga Coddou, 2021). La pandemia y otros eventos violentos contra personas asiáticas a lo largo del continente americano en el año 2021 provocaron en

estas mujeres la ruptura del silencio y la normalización del racismo antiasiático como algo que pensaban que tenían que “soportar”.

Es más, observamos y proponemos que emergió una comunidad virtual, relativamente pequeña, de personas “chilenas-asiáticas”. Debido a la viralización de los *reels*, otras personas “chilenas-asiáticas” empezaron a descubrirse mutuamente y compartir los videos de las otras personas. Un año luego, en mayo de 2022, esta “comunidad” o relación importante entre personas, quienes están autoidentificándose y autorreconociendo sus identidades como “chileno-asiáticos”, se vuelve explícita en un *reel* compartido públicamente por unas personas “chilena-asiáticas” sobre otras.

En mayo de 2022, una joven “chilena-china” escribió a otra mujer “chilena-china” este mensaje:

¡Hola! Solo quería decirte que yo también vengo de familia china (de hecho, el segundo apellido de mi papá es Lay jji) y me causa mucha emoción todo lo que haces y amo desde la comida hasta lo que hablas de China, de una manera tan bacán que llega a ser como hasta pedagógico, jaja, siempre me ha sentido conectada a China pero a la vez súper chilena; entonces, tengo esos como conflictos identitarios interculturales internos que siento que tú los resuelves muy bien. Espero que me entiendas, perdón si me alargué y soné muy enredada. Solo quería transmitirte mi admiración (Chinalay, 2022).

Este mensaje fue compartido públicamente en Instagram con el permiso de la primera, con el siguiente comentario: “Comparto este mensaje que me mandó, que me dio mil años luz de vida... Pa’ mí fue todo un proceso también y amo compartir mi lado chino”.

Esta interacción virtual evidencia el aprendizaje mutuo (“casi pedagógico”) entre personas que se identifican como “chileno-china”, “chileno-coreana” o “chileno-asiática”, por lo cual se puede argumentar que están construyendo orgánicamente una comunidad informal y virtual. A través de publicaciones personales en las redes sociales, reflexionan en conjunto sobre múltiples formas de identificarse y articularse como personas chilenas de ascendencia china, coreana y/o asiática. Como expresó el mensaje, la joven se ha sentido “conectada a China pero, a la vez, súper chilena”, y experimentó estas identidades en términos conflictivos, lo que no nos sorprende si consideramos nuestra propuesta de que no existe una categoría reconocida antes de 2021 de chileno-china o chileno-asiática, porque ser “chilena” y “china” es percibido y entendido mayormente en Chile como términos e identidades mutuamente excluyentes. Sin embargo, a través de compartir y reflexionar públicamente sobre el ser chilena y china al mismo tiempo, ha generado un “proceso” de “resolver” las identidades en vez de experimentarlas como conflicto.

Capitalismo racial, capitalismo “de plataforma” y cooptación

El capitalismo racial tiene múltiples definiciones y ha sido abordado desde diferentes perspectivas. Una definición simple es:

El proceso de derivar valor social y económico de la identidad racial de otra persona... el proceso del capitalismo racial se basa en la mercantilización de la identidad racial y la refuerza, degradando así esa identidad al reducirla a otra cosa para ser comprada y vendida. (Leong, 2012, p. 2152)

En la era de Internet, y especialmente en un periodo de capitalismo de plataforma (*platform capitalism*), en referencia al uso de redes sociales como Instagram, académicos hacen un llamado a que la investigación sobre la raza tome en serio Internet

(McMillan Cottom, 2020), si queremos entender cómo las lógicas y jerarquías raciales se mantienen, reproducen y operan de forma compleja en el siglo XXI.

Estas complejas dinámicas, por ejemplo, se han observado en el movimiento *Black Lives Matter* (Las vidas negras importan) tal como se manifestaba *online*, donde los usuarios debatían si su propia actividad *online* ayudaba o contribuía a una política ruidosa de representación que prometía reconocimiento sin producir ninguno de sus beneficios. Esta tensión en el uso de Internet, junto con la adopción del antirracismo como consigna para las instituciones e iniciativas sociales, ha llevado al desarrollo de una estética de “capitalismo *woke* [despierto]” centrado en la diversidad visible como signo de progreso racial. (Thomas, 2022, p. 221)

El “capitalismo *woke*” –o el aprovechamiento de la diversidad racial como signo de ser “política socialmente progresista” para contribuir a la imagen de marca de una empresa– advierte que una mayor representación, sobre todo en la élite o en las clases más privilegiadas, de personas “no blancas”, no necesariamente se traduce o conduce a una justicia material y social para los miembros de estos grupos (Rossi y Táiwò, 2020; Thomas, 2022). Para Rossi y Táiwò (2020), “la diversificación [visual] no necesariamente se corresponde con cambios estructurales relevantes en las relaciones entre grupos de personas” (párr. 9).

Las discusiones sobre el capitalismo racial y capitalismo *woke* nos advierten sobre el peligro de sobreenfatizar el potencial radical de las identidades y la visibilidad chilena-asiática en las redes sociales. Existen límites materiales reales y simbólicos a las políticas de identidad o representación, tales como las que se aplican a las personas chilena-asiáticas en este artículo.

Basándonos en Pedroni y Pofi (2018) sobre cómo *bloggers* influyentes comercializan la atención que reciben y mercantilizan sus audiencias, es posible sugerir que, de manera similar, el grado en que el grupo de *influencers* aquí estudiado comercializa la atención o involucra a seguidores en temas asociados con la identidad étnico-cultural y el racismo antiasiático evidencia una continuidad. Como concluyen Pedroni y Pofi: “la mercantilización de la audiencia y el desafiar a la corriente principal no son posicionamientos mutuamente excluyentes [...], sino actitudes que coexisten, al menos en categorías específicas de *bloggers*” (2018, p.9).

En este sentido, es importante señalar que los *influencers* chileno-asiáticos identificados son todos jóvenes, en forma, saludables, capaces, personas convencionalmente atractivas y que tienen los recursos para adoptar un estilo de vida aspiracional de clase media. Por lo tanto, a pesar de sus diferencias y experiencias compartidas de discriminación por su ascendencia asiática, también son personas “cercanas” o con quienes es posible identificarse (*relatable*, en inglés), que producen contenidos para el consumo. Por ejemplo, Lay publica sobre “problemas del primer mundo”: “como que su madre le ofrece cantidades excesivas de comida a pesar de que aparentemente está a dieta”. En otra escena, Alex hace una broma sobre cómo irse de vacaciones es más barato que ir a terapia. Estos son algunos ejemplos de cómo los contenidos de estos chileno-asiáticos están orientados a jóvenes de clase media o a jóvenes que aspiran a serlo. Mientras cuestionan las jerarquías raciales y abordan la discriminación antiasiática en Chile, las discusiones no se extienden a cuestiones sobre las consecuencias de la desigualdad material o de clase.⁹

Al otro extremo del espectro se encuentra la *influencer* chileno-coreana Franchekal. @franchekal, la más popular del panorama chileno-asiático: recientemente ha obtenido el patrocinio de Yves Saint Laurent y entre sus patrocinadores se encuentran Dior, Samsung, Netflix, HyM, Maybelline y Nivea, entre otros. Franchekal monetiza

9. Ninguno de los influencers chileno-asiáticos que examinamos aquí se ha autoidentificado como activista o con el activismo, aunque la participación en #StopAsianHate haya sido expuesta temporalmente en sus cuentas.

su presencia en las redes sociales o mercantiliza a su audiencia en mayor medida y de forma más explícita que las demás; casi todas sus publicaciones son contenido de pago. Representa a diversas marcas internacionales y es requerida como modelo por compañías que desean presentarse a sí mismas como inclusivas y favorables a la diversidad. A partir de su ejemplo, la pregunta de cómo afectan estas representaciones de marcas de consumo internacionales a las experiencias cotidianas de racismo y diversidad se mantiene abierta.

En relación con Franchekal, Huggan (2001), nos permite ver la conexión entre la producción de una identidad “asiática” y la sociedad de consumo: las identidades “asiáticas” pueden ser directamente comerciales o conscientes de su viabilidad comercial. En su análisis sobre los estudios y la producción poscolonial, Huggan muestra “el desarrollo de una industria global de la alteridad en la que los signos mercantilizados de la alteridad cultural se convierten en una moneda de cambio que negocian y comercializan los grupos de interés metropolitanos” (2001, p. 259). Para él, “lo exótico poscolonial representa la interfaz entre dos sistemas aparentemente incompatibles: el sistema de oposición de la resistencia poscolonial y el sistema impulsado por la búsqueda del beneficio de la cultura industrial transnacional y el mercado global” (2001, p. 263). Así pues, estas construcciones de identidad pueden considerarse “efecto de la mercantilización, pero no es simplemente reducible a la lógica cultural del capital de consumo” (2001, p. 264); las articulaciones de la identidad están enredadas en el lenguaje de la afirmación, la resistencia y la mercantilización.

La cuenta de Franchekal y su éxito comercial como *influencer* coreana o asiática reflejan cómo la mercantilización o comodificación de la diferencia en el panorama de las redes sociales funciona para apropiarse de cuerpos y sujetos racializados. Como desarrolla Stevens (2021), en el neoliberalismo se comodifica la diferencia con la diferencia misma al centro de la publicidad y venta de bienes y servicios, permitiendo el acceso a ciertos mercados “de nicho” así como la raza se transforma en una forma de “condimentar las cosas” (hooks, en Stevens, 2021), en un espacio donde el valor estético de cuerpos racializados y formas culturales es particularmente lucrativo. Así, Stevens muestra cómo “la iniciativa comercial de influenciar está únicamente situada de forma de apropiarse de cuerpos y sujetos racializados bajo el pretexto de ‘apreciar la estética’, al tiempo que incrementa los beneficios para los actores individuales y sus socios de marca” (Stevens, 2021, p.4).

Sin embargo, como nos recuerda McMillan, basándose en Bhattacharyya:

El capitalismo racial moviliza deseo. El deseo de estatus, de pertenencia, de satisfacción sexual, el capitalismo de plataforma [platform capitalism], ha monetizado eficientemente todos nuestros deseos humanos básicos al capturar tanto el espacio como el lugar [...] La extracción y la explotación en la sociedad digital hacen sentir bien. El capitalismo racial nos alienta a identificar los sitios de coerción donde el deseo organiza acuerdos económicos que (nos) arrojan a los márgenes sociales [...] Otras teorías involuntariamente bifurcan la extracción racial como una experiencia violenta, porque los resultados de una extracción racista son violentos. El capitalismo racial puede hacer sentirse bien tanto al opresor como al oprimido. Esto es especialmente cierto en la sociedad digital, donde las formas de pago y el monopolio del poder han destilado una extracción eficiente del deseo humano de obtener beneficios. (McMillan Cottom, 2020, p. 6)

Este surgimiento orgánico de una identidad asiática (panétnica) en Chile recuerda la provocativa sugerencia de Teresa Ko en 2016, para el caso argentino-asiático en Argentina, en donde “la panetnicidad puede ser una forma de impugnar una falta histórica de reconocimiento” (Ko, 2016, p. 273). En su ensayo, Ko explora cómo en Estados Unidos

la organización panétnica y la panetnicidad surgieron como una “estrategia política y académica [para] enfrentar procesos compartidos de racialización más que como un vínculo cultural” (Ko, 2016, p. 282). Así, Ko propone que la categoría “argentino-asiática no implica una exclusiva y esencial cultura argentino-asiática, pero puede arrojar luz sobre cómo las ideologías orientalistas han desdibujado históricamente las heterogeneidades” y experiencias compartidas de racismo por parte de los asiáticos (Ko, 2016, p. 282). Sin embargo, la propuesta de la autora expone el problema de la falta de “autorreconocimiento de las personas asiáticas en Argentina” (Ko, 2016, p. 284). Como explica la investigadora, las personas asiáticas no se identificaron a sí mismas en términos panétnicos. En cambio, las colectividades coétnicas eran la norma, como también la identificación con las ascendencias, culturas e idiomas chinos, coreanos o japoneses. A pesar de ello, Ko argumentó que un enfoque “argentino-asiático” puede revelar lo que oculta el discurso nacional dominante: que la identidad nacional se organiza en torno a una jerarquía racial basada en la exclusión y la presunta ausencia de los asiáticos (Ko, 2016).

El surgimiento de la categoría chileno-china en Chile –al menos en esta etapa inicial– parece cumplir el potencial crítico que Ko había esperado en el contexto sudamericano. Al hablar sobre cómo la pandemia de COVID-19 ha incrementado el racismo y los ataques xenófobos contra los asiáticos en Chile, en lugar de referirse exclusivamente a experiencias “chinas” o “antichinas”, las jóvenes chileno-asiáticas también problematizaron críticamente los esencialismos asociados con la categoría misma de lo “asiático”. En este sentido, utilizan la panetnicidad –es decir, lo asiático– para crear conciencia sobre un tema del que rara vez se habla en Chile, en contraste con la visibilidad relativa del racismo antinegro y la xenofobia que enfrentan las poblaciones migrantes afrodescendientes en el país.

Conclusión

En este artículo, hemos analizado el surgimiento de una emergente comunidad chileno-asiática en Instagram en Chile en los últimos años. Contextualizando la presencia de la población asiática, el racismo antichino y antisasiático en Chile, discutimos algunos factores que han contribuido a su emergencia, incluyendo la visibilización de este racismo a nivel internacional y a la luz de la pandemia de COVID-19. Se propone aquí que la influencia de movimientos internacionales en el contexto de dicha pandemia y el uso de redes sociales que permiten un diálogo transversal entre actores, vieron el surgimiento de una incipiente comunidad chileno-asiática. Enfatizamos la radicalidad de la identidad panétnica de las y los jóvenes chileno-asiáticos, quienes, en vez de identificarse solamente con un país, o con el país de origen de sus padres, abuelos o bisabuelos, visibilizan la historia parcialmente compartida de las personas asiáticas en el país. Al hacer esto, sus acciones tienen el potencial de cuestionar “lo chileno” sin entrar en discusiones sobre las diferencias entre Corea, China, Japón, Taiwán, y las diferencias o los conflictos políticos entre ellos.

La cuestión de cómo construir y sostener sociedades inclusivas y diversas, más allá de la categoría limitante del Estado-nación, sigue siendo relevante hoy (Ahmed, 2000; Vertovec, 2012). Si tomamos personas chinas y “lo chino” como uno de los significantes de la otredad y la diferencia en Chile y en otros contextos diversos, entonces desestabilizar la categoría fija e identidad de este grupo –a través de términos como “chileno-asiático”– puede tener potencialmente importantes repercusiones para las sociedades que han institucionalizado o adoptado aspectos problemáticos del multiculturalismo. Las voces de las y los jóvenes chileno-asiáticos evidencian cambios paulatinos en el contexto nacional chileno, y crean un imaginario social que cuestiona y reconfigura percepciones y presunciones sobre las personas, cuerpos y formas de ser y estar que

constituyen el “nosotros” colectivo de Chile. Discusiones públicas sobre identidad nacional que cuestionan visiones fijas sobre la identidad y la cultura tienen como consecuencia directa una consideración diferente de la población china y asiática en Chile.

Al discutir algunas intervenciones, desafíos y limitaciones de los intentos de articular identidades chileno-asiáticas en las redes sociales, se han mostrado las formas en que la aparición y visibilidad de este grupo de *influencers* amplían y reducen las ideas sobre “lo chileno”. Por un lado, han creado un espacio para una concepción social tentativa de lo chileno-asiático. Sin embargo, esta noción de identidad chileno-asiática es en sí misma también estrecha, en tanto su viabilidad corre el riesgo alimentar modelos estereotipados y, por lo tanto, puede ser fácilmente cooptado por las lógicas del capitalismo racial. Esto último, particularmente en relación con los algoritmos de las plataformas de redes sociales, que privilegian formas estéticas particulares de diversidad e inclusión. Los estilos de vida de clase media de jóvenes *influencers* chileno-asiáticas llevan a reproducir ideas sobre la integración social y económica de las personas asiáticas, al invisibilizar la exclusión estructural de las poblaciones asiáticas.

En una época de capitalismo *woken*, es importante enfatizar que identificar y nombrar el racismo no necesariamente implica un avance en el trabajo antirracista e incluso otras maneras indirectas de invocar el racismo pueden tener más ventajas en avanzar sobre prácticas antirracistas en la sociedad (Wade y Moreno-Figueroa, 2022). En los casos analizados en este artículo, es posible ver el impacto de la violencia simbólica y estructural, histórica y contemporánea, en personas “chileno-asiáticas”, como cuando estas mencionan que ha habido momentos en que sintieron vergüenza de hablar coreano o chino en lugares públicos. Asimismo, el hecho de que muchas familias de ascendencia china y coreana continúen trabajando en su mayoría en negocios familiares pequeños evidencia también una segregación estructural que ha persistido históricamente; es resultado de racismo, discriminación y exclusión, no solo en Chile, sino también en otros países latinoamericanos de donde venían (Chan, 2021). En el camino de transformaciones estructurales en las sociedades, es necesario considerar que ha tenido lugar un proceso de institucionalización del racismo y la discriminación, además del impacto de estos en las condiciones sociales, económicas y políticas de las personas.

Financiamiento

Este trabajo fue financiado por ANID – Programa Iniciativa Científica Milenio - NCS2022_053, Santiago, Chile; Núcleo Milenio para el Estudio de los Impactos de China en América Latina (ICLAC); Proyectos Fondecyt Iniciación 11200270 y 11200151.

Referencias bibliográficas

- » Ahmed, S. (2000). *Strange Encounters: Embodied Others in Post-Coloniality*. Londres: Routledge.
- » Astaburuaga Coddou, P. (2021). No seamos como EE.UU: Mujeres asiáticas cuentan el racismo que sufren tras un año de pandemia en Chile. *The Clinic*. Recuperado de <https://www.theclinic.cl/2021/03/31/no-seamos-como-ee-uu-mujeres-asiaticas-cuentan-el-racismo-que-sufren-tras-un-ano-de-pandemia-en-chile/>
- » Boellstorff, T. (2005). Between religion and desire: Being Muslim and gay in Indonesia. *American Anthropologist*, 107(4), 575-585.
- » Calle Recabarren, M. A. (2014). Hijos del dragón. Inmigrantes chinos y su inserción socioeconómica en la Provincia de Tarapacá, 1860-1940. *Revista de Ciencias Sociales*, 32, 25-62.
- » Chan, C. (2021). Permanent migrants and temporary citizens: Multinational Chinese mobilities in the Americas. *Global Networks*, 21(1), 64-83. doi: <https://doi.org/10.1111/glob.12279>
- » Chan, C., y Montt Strabucchi, M. (2021). Many-faced orientalism: Racism and xenophobia in a time of the novel coronavirus in Chile. *Asian Ethnicity*, 22(2), 374-394. doi: <https://doi.org/10.1080/14631369.2020.1795618>
- » Chang, J. O. (2017). *Chino: anti-Chinese racism in Mexico, 1880-1940*. Champaign, Illinois: University of Illinois Press.
- » Chinalay [@chinalay_]. (20 de mayo de 2022). *Con el permiso de esta chini, comparto este mensaje que me mandó, que me dio mil años luz de vida*. [Reel]. Instagram.
- » Choi, J. y Aguirre Torrini, C. (2020). Coreanos en Chile: Aculturación en un Caso de Migración Reciente. *Rumbos TS. Un Espacio Crítico Para La Reflexión En Ciencias Sociales*, 22, 77-107. doi: <https://doi.org/10.51188/rrts.num22.380>
- » Delgado, G. (2013). *Making the Chinese Mexican: global migration, localism, and exclusion in the US-Mexico borderlands*. Stanford: Stanford University Press.
- » Díaz Aguad, A., Díaz Araya, A. y Sánchez Espinoza, E. (2014). Comercio local y redes sociales de la población china en Arica y Tarapacá, Chile (1900-1930). *Revista Interciencia*, 39(7), 476-482.
- » Edwards E. B. y Esposito J. (2018). Reading the Black woman's body via Instagram fame. *Communication Culture and Critique*, 11(3), 341-358. doi: <https://doi.org/10.1093/cc/cctcy011>
- » Galaz-Mandakovic, D. y Moraga Reyes, J. (2021). Migración china en Tocopilla. Heterogeneidad relacional y transformaciones internas (Chile, 1884-1960). *Revista Rumbos TS. Un espacio crítico para la reflexión en Ciencias Sociales*, 24, 85-128. doi: <https://doi.org/10.51188/rrts.num24.467>
- » Galaz-Mandakovic Fernández, D. (2012). El escenario de la migración en Tocopilla en el devenir del siglo XX. Tres colectivos alóctonos y la fuga autóctona. *Revista de Ciencias Sociales*, 29, 105-131.
- » Gaune, R. y Lara, M. (eds.). (2009). *Historia de racismo y discriminación en Chile*. Santiago: UQBAR.

- » González, F. (2019). *Paisanos chinos: transpacific politics among Chinese immigrants in Mexico*. Berkeley: University of California Press.
- » Hubbert, J. (2019). *China in the World: An Anthropology of Confucius Institutes, Soft Power, and Globalization*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- » Hu-DeHart, E. (1994). Chinese Coolie Labor in Cuba in the Nineteenth Century: Free Labor of Neoslavery. *Contributions in Black Studies*, 12(1), 38-54. doi: <https://doi.org/10.1080/01440399308575084>
- » Hu-DeHart, E. y López, K. (2008). Asian Diasporas in Latin America and the Caribbean: An Historical Overview. *Afro-Hispanic Review*, 27(1), 9-21.
- » Huggan, G. (2001). *The Postcolonial Exotic: Marketing the Margins*. London: Routledge.
- » Ko, C. T. (2016). Toward Asian Argentine Studies. *Latin American Research Review*, 51(4), 271-289. doi: <https://doi.org/10.1353/lar.2016.0059>
- » Lausent-Herrera, I. (2011). The Chinatown in Peru and the Changing Peruvian Chinese Community(ies). *Journal of Chinese Overseas* 7(1), 69-113. doi: <https://doi.org/10.1163/179325411X565416>
- » Leong, N. (2012). *Racial capitalism*. *Harvard Law Review*, 126(8), 2151-2226.
- » López, K. (2013). *Chinese Cubans: A Transnational History*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- » Mamachaus [@mamachaus]. (24 de junio de 2022). *Me entró algo al ojo. Gracias por el cariño y por ser parte de este sueño*. [Video] Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CfNFouCFKrv/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- » Mardones Marshall, A. (2020). Who is Afro-Chilean? Authenticity struggles and boundary making in Chile's northern borderland. *Ethnic and Racial Studies*, 44(14)1-23. doi: <https://doi.org/10.1080/01419870.2020.1839667>
- » McMillan Cottom, T. (2020). Where platform capitalism and racial capitalism meet: The sociology of race and racism in the digital society. *Sociology of Race and Ethnicity*, 6(4), 441-449. doi: <https://doi.org/10.1177/233264922094947>
- » Min, W. (2021). Mis Chinos, Tus Chinos: The Orientalism of Chilean K-pop fans. *International Communication Gazette*, 83(8), 799-817. doi: <https://doi.org/10.1177/1748048520928254>
- » Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (2015). *Reporte Trimestral Comercio Exterior de Chile* enero-diciembre 2014.
- » Ministerio de Relaciones Exteriores de Japan (2018). *Japan-Chile Relations (Basic Data)*. Recuperado de: <https://www.mofa.go.jp/region/latin/chile/data.html>
- » Montt Strabucchi, M. y Chan, C. (2020). Questioning the Conditional Visibility of the Chinese: (Non)Normative Representations of China and Chineseness in Chilean Cultural Productions. *Journal of Chinese Overseas*, 16(1), 90-116. doi: <https://doi.org/10.1163/17932548-12341414>
- » Montt Strabucchi, M., Chan, C. y Ríos, M. E. (2022). *Chineseness in Chile. Shifting Representations During the Twenty-First Century*. Cham: Palgrave Macmillan. doi: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-83966-6>
- » Moraga Reyes, J. (2018). Reparto comunitario y gasto agonístico: diferenciaciones y hegemonías entre antiguos y nuevos migrantes chinos en Chile. *Rumbos TS*, 17, 133-152.
- » Palma, P. y Maubert, L. (2021). Chinos fronterizos: Cotidianidad y conflictos de inmigrantes chinos en Tacna y Arica (1904-1929). *Revista de Historia*, 1(28), 319-346. doi: <http://dx.doi.org/10.29393/rh28-12cfpp20012>

- » Palma, P. y Montt Strabucchi, M. (2017). La diáspora china en Iquique y su rol en la política de ultramar durante la República y el inicio de la Guerra Fría (1911-1950). *Diálogo Andino*, 54, 143-152. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812017000300143>.
- » Pedroni, M. y Pofi, M. P. (2018). Commodifying the followers or challenging the mainstream? The two-sided potential of curvy fashion bloggers. *Observatorio (OBS*)*, 12, 05-27. doi: <https://doi.org/10.15847/obsOBS0001383>
- » Povinelli, E. A. (2001). Radical Worlds: The Anthropology of Incommensurability and Inconceivability. *Annual Review of Anthropology*, 30(1), 319-334. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.30.1.319>
- » Rossi, E. y Táiwò, O. (2020). What's New About Woke Racial Capitalism (and What Isn't): "Wokewashing" and the Limits of Representation. *Spectre. Spectre Journal*. 18 Dec. Web. <https://philpapers.org/archive/ROSWNA-2.pdf>
- » Siu, L. (2007). *Memories of a future home*. Berkeley: Stanford University Press.
- » Stang, F. y Solano Cohen, V. (2017). El escozor de la alteridad: un análisis sobre la construcción mediática del migrante colombiano en la televisión chilena. *Revista de Trabajo Social PUC* (92), 1-13.
- » Stevens, W. E. (2021). Blackfishing on Instagram: Influencing and the commodification of Black urban aesthetics. *Social Media+ Society*, 7(3). doi: <https://doi.org/10.1177/205630512111038236>
- » Sua [@suamcy]. (16 de marzo de 2021). *Con este video no me quiero victimizar ni mucho menos, quiero dar a conocer mi experiencia acerca del racismo que he sufrido y poder generar un poco más de consciencia en cada persona que se de el tiempo de ver este video*. [Video]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CMf69OLjpX_/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=3Dembed_video_watch_again
- » Thomas, M. L. (2022). "I Do It for the 'Gram and Do It for Myself": Bearing Witness, Self-Archiving, and Avoid-ing Capture under Racial Capitalism. *Amerikastudien*, 67, 219-40. doi: <https://doi.org/10.33675/AMST/2022/2/10>
- » Tijoux, M. E. (ed.). (2016). *Racismo en Chile: La piel como marca de la inmigración*. Santiago: Editorial Universitaria.
- » Velásquez, F. y Radovic, P. (2020). Xenofobia en tiempos de crisis: "Me escupieron porque pensaban que tenía coronavirus". *La Tercera*. Recuperado de: <https://www.latercera.com/la-tercera-domingo/noticia/xenofobia-en-tiempos-de-crisis-me-escupieron-porque-pensaban-que-tenia-coronavirus/2XBVYQUBT5AIFLSAIFEGKXNUBI/>
- » Vertovec, S. (2012). "Diversity" and the Social Imaginary. *European Journal of Sociology / Archives Européennes de Sociologie / Europäisches Archiv Für Soziologie*, 53(3), 287-312. <http://www.jstor.org/stable/43282233>
- » Wade, P. y Moreno-Figueroa, M. (2022). Alternative grammars of anti-racism in Latin America. *Interface: A Journal for and about Social Movements*, 13(2), 20-50. doi: <https://doi.org/10.17863/CAM.82960>
- » Yun, L. (2008). *The coolie speaks: Chinese indentured laborers and African slaves in Cuba*. Philadelphia: Temple University Press.

