

Formación de un enclave transnacional en la ciudad de Santiago de Chile

Carolina Stefoni
Universidad Alberto Hurtado

RESUMEN

La llegada de inmigrantes a Chile ha transformado distintos lugares de Santiago, siendo un caso emblemático el sector de Plaza de Armas, centro histórico de la ciudad aquí analizado. Se sostiene que la concentración de actividades comerciales y prácticas cotidianas de los migrantes configuran un enclave transnacional. El objetivo del artículo es ofrecer un modelo de análisis que permita reconocer, describir y comprender el carácter transnacional que puede adquirir un espacio como el que se encuentra en la ciudad de Santiago. Utilizando el caso de los *cibercafés* emplazados dentro del enclave, se analizarán las prácticas y relaciones sociales, así como las materialidades que circulan y se desarrollan de manera transfronteriza. El objetivo es analizar cómo estas tres dimensiones configuran un modo de habitar que logra construir el carácter transnacional que adquiere el enclave.

Palabras claves: 1. enclave, 2. transnacionalismo, 3. migración peruana, 4. Chile, 5. *cibercafés*.

Formation of a Transnational Enclave in the City of Santiago, Chile

ABSTRACT

The arrival of Latin American immigrants in Chile has transformed various locations in the city of Santiago. An emblematic case is Plaza de Armas, the historical and foundational center of the city. It is argued that the significant concentration of commercial activities and immigrant everyday practices leads to the creation of a transnational ethnic enclave. The main purpose is to offer an analytic framework describing the recognition, description, and comprehension of the transnational nature that an enclave may acquire. Using the *cybercafé* as a case study, the author analyzes the social practices, social relations, and materials that circulate within the enclave and beyond its frontiers. She discusses how these three dimensions establish a way of life that permits the construction of the transnational nature of this particular place.

Keywords: 1. enclave, 2. transnationalism, 3. Peruvian migration, 4. Chile; 5. *cybercafés*.

Introducción¹

Desde mediados de los noventa, Chile ha experimentado un incremento sostenido en el número de extranjeros que llegan en busca de trabajo y mejores oportunidades de vida. Parte importante de esta migración se concentra en la región metropolitana, específicamente en el centro de Santiago y comunas aledañas como Recoleta, Independencia y Estación Central. La presencia cotidiana de los migrantes ha ido transformando las calles y los lugares que habitan, siendo el sector de Plaza de Armas, centro histórico y cívico de la ciudad, un caso emblemático.

La presencia de población inmigrante en este sector se acompaña de un incremento significativo en la actividad comercial. Migrantes de diversos orígenes, aunque principalmente peruanos, comenzaron a desarrollar actividades comerciales vinculadas con la venta de comida, *cibercafés*, agencias de viajes, envío de remesas, locutorios y peluquerías.

A partir del año 2000, el comercio informal existente en esta zona experimentó un proceso de formalización que fue posible gracias al arriendo masivo de locales al interior de una galería comercial ubicada a media cuadra de la Plaza de Armas, y que se encontraba prácticamente abandonada por sus antiguos dueños. Esta ocupación fortaleció la actividad comercial y permitió el desarrollo de un enclave de migrantes emplazado en el centro cívico e histórico de la ciudad.

En este artículo se sostiene que una de las características de este enclave es el desarrollo de una condición transnacional, lo que es posible gracias al despliegue de tres dimensiones: prácticas sociales, relaciones sociales y materialidades, las cuales circulan y se desarrollan de manera transfronteriza. El objetivo es comprender en qué medida este lugar constituye un enclave, y cómo a través de dichas dimensiones se configura como un enclave transnacional. El análisis es parte de los resultados de una investigación realizada

¹ Este artículo es parte de los resultados del Proyecto Fondecyt núm. 1110414, titulado “La construcción del espacio y del lugar en contexto de migración transnacional. Espacios públicos y privados de la migración peruana en Chile”, 2013-2016.

en el sector de Plaza de Armas, en el centro de la ciudad de Santiago. El artículo se focaliza en los centros de llamadas y locutorios como lugares específicos dentro de este sector.

En la primera parte se revisan las principales perspectivas teóricas en torno del concepto de enclave, con base en el modelo de incrustación mixta de Kloosterman y Rath (2001); en la segunda se presentan tres dimensiones a través de las cuales el lugar es habitado, lo que permite la construcción de un enclave transnacional; la tercera parte sintetiza ambas aproximaciones conceptuales en un modelo que facilita el análisis de lo que ocurre en los *cibercafés* y centros de llamada. Utilizando un enfoque constructivista y el modelo de análisis propuesto, se indagará en las características que tiene el enclave y en las condiciones transnacionales que se develan a partir de las formas en que es habitado.

Hacia la definición del enclave

En distintas partes del mundo es frecuente encontrar tiendas de productos para la elaboración de comida, restaurantes, centros de llamadas y negocios de computación que pertenecen y/o son administrados por inmigrantes. Esta realidad ha llevado al desarrollo de importantes estudios que buscan analizar y comprender cómo surgen estas iniciativas, cuándo pueden ser consideradas como enclave y qué elementos las diferencian de otras actividades comerciales similares llevadas a cabo por migrantes, orientadas a la sociedad mayor (Wilson y Portes, 1980; Waldinger, 1986; Aldrich y Waldinger, 1990; Portes y Zhou, 1996; Kloosterman, Van der Leun y Rath, 1999; Kloosterman y Rath, 2001; Portes, Guarnizo y Haller, 2002; Zhou, 2004; Solé y Parella, 2009).

Uno de los trabajos pioneros en torno del desarrollo de los enclaves fue el estudio realizado por Wilson y Portes (1980) sobre empresarios cubanos en Miami. El estudio cuestionó las dos tradiciones teóricas más extendidas en aquella época respecto del proceso de inserción e integración experimentado por los migrantes: los enfoques asimilacionista y del mercado laboral dual. En el primer caso, el planteamiento consistía en que, una vez adquiridos el

lenguaje y la cultura (normas y valores), los inmigrantes se irían incorporando gradualmente a la sociedad de acogida y al mercado laboral, hasta llegar un momento en que su origen étnico o nacional no representaría ningún impedimento para su desarrollo económico-social. En el segundo caso se planteaba que el mercado laboral ofrecía a los migrantes una única posibilidad de integración, esto es, un trabajo precario y bajo condiciones de explotación. La asimilación cultural, por tanto, no lograría revertir este determinismo.

Sin embargo, ambas perspectivas fueron cuestionadas por el concepto de enclave étnico desarrollado por Wilson y Portes (1980). Con base en la evidencia empírica, estos autores señalaron que existen grupos de inmigrantes que si bien presentan una asimilación cultural más débil que otras minorías nativas, muestran una mejor integración económica que la de los inmigrantes que se incorporaban al mercado laboral como mano de obra no calificada. El grupo al que hacen referencia los autores es el de los empresarios inmigrantes que trabajaban de manera autónoma, con negocios dentro de la comunidad de inmigrantes. Sostienen que la comunidad de pertenencia provee de recursos necesarios para llevar a cabo las iniciativas comerciales. Entre estos recursos destacan la existencia de un mercado cautivo, el acceso a mano de obra de menor costo y al capital gracias a préstamos fuera del sistema bancario.

A partir de esta propuesta se desarrolló el enfoque culturalista, que profundizó en las condiciones y características de la comunidad de pertenencia del empresariado migrante. Bajo este enfoque se llevaron a cabo diversos estudios sobre la influencia de la comunidad de pertenencia, las redes y el capital social en el desarrollo del autoempleo, con el supuesto de que el desempeño de las actividades comerciales es resultado de una solidaridad étnica que permite organizar colectivamente los recursos de la comunidad (Waldinger, 1986). Esta premisa provocará algunos cuestionamientos, pues resulta difícil distinguir si se trata de recursos étnicos o más bien son recursos que surgen de las condiciones de discriminación y exclusión que experimenta la comunidad de migrantes (Garcés,

2011). Esta crítica permitió introducir una diferencia entre recursos étnicos y recursos de clase, que será retomada más adelante en este artículo. Una segunda crítica al enfoque culturalista se refiere al concepto de étnico, pues se trata de una categoría que mantiene la construcción de diferencias y jerarquías con base en elementos culturales naturalizados (Wieviorka, 2002).

La crítica al enfoque culturalista devino en una nueva perspectiva de tipo estructuralista, que buscó analizar cómo la estructura de oportunidades presentes en la sociedad de llegada incide en el desarrollo del autoemprendimiento (Waldinger, 1986; Kloosterman y Rath, 2001). Parte del argumento es que frente a las dificultades de carácter estructural que tienen los migrantes para acceder al mercado laboral, el autoempleo aparece como una salida a las condiciones de exclusión.

Los autores identifican dos elementos centrales en esta estructura de oportunidades: el acceso al mercado de productos, clientes y locales para realizar la oferta; y el potencial crecimiento del mercado, pues el público objetivo tiende a ser acotado.

El último enfoque desarrollado se denomina integracionista o *mixed embeddedness*, desarrollado por Aldrich y Waldinger (1990), Kloosterman y Rath (2001) y Solé y Parella (2009), entre otros. Este enfoque considera los recursos disponibles en la comunidad (étnicos y de clase) y las condiciones estructurales de la sociedad de llegada (organización económica y marco institucional) como elementos determinantes en el desarrollo del enclave económico del migrante.

Aldrich y Waldinger (1990) distinguen cuatro tipos de recursos con los que cuenta la comunidad: factores de predisposición (selectividad en quienes migran, concentración residencial, tamaño del grupo y niveles de aspiración presentes en la comunidad); recursos de clase (propiedad de los medios de producción, disponibilidad de capital económico para realizar inversiones, y nivel educacional); recursos culturales (por ejemplo, niveles de solidaridad) y redes sociales capaces de movilizar. En un sentido similar, Portes y Zhou (1996) plantean que el enclave utiliza elementos culturales, como la solidaridad y la confianza (*enforceable trust*),

que refuerzan las normas y valores de los comerciantes pertenecientes a la comunidad. En este sentido, las relaciones entre trabajadores, dueños y clientes trascienden el acuerdo de mercado, pues se basarían en normas de reciprocidad aceptadas (Zhou, 2004).

Cabe destacar la ausencia del enfoque transnacional en el desarrollo de las distintas formas de comprender el enclave, pese a la importancia que adquieren las redes sociales en su análisis. El uso de esta perspectiva ha tendido a focalizarse en la descripción de actores sociales, particularmente el caso de los empresarios, sin abordar otras dimensiones como las prácticas, el lugar o las materialidades que circulan. Frente a esta ausencia, el artículo busca desarrollar un marco teórico que permita aproximarse a la construcción del lugar desde una perspectiva transnacional.

A partir de la discusión presentada, se utilizarán cuatro criterios para definir operacionalmente al enclave: 1) presencia de un grupo significativo de empresarios de origen inmigrante que ofrecen productos y servicios orientados a las demandas que surgen al interior de la comunidad; 2) presencia de un grupo significativo de inmigrantes que conforman un mercado hacia el que se dirigen los productos que venden los empresarios migrantes; 3) productos y servicios marcados como *étnicos* en la medida en que responden a las demandas de los inmigrantes en cuanto tales (comida, centros de llamadas, *cibercafés*, venta de productos peruanos); 4) concentración en un lugar geográfico delimitado y reconocible por el entorno.

Si bien estos cuatro criterios permiten identificar la existencia de un enclave y, a partir de éstos, describirlo y caracterizarlo, es importante comprender cómo se vuelve visible la dimensión transnacional y de qué modo incide en las características que asume dicho enclave. A continuación se propone una breve definición de la perspectiva transnacional y se plantean tres dimensiones que revelan el carácter transnacional de un lugar específico.

Condición transnacional en el análisis del enclave

El trabajo que realizan Basch, Glick-Schiller y Szanton (1994) a finales de la década de 1980, plantea que los migrantes mantienen diversos vínculos con el lugar de origen, a la vez que se incorporan

en los países receptores; es decir, lo que ocurre en el lugar de origen y en el de destino no son dos instancias espacial y temporalmente independientes, sino conectadas a partir de las prácticas que los propios migrantes despliegan cotidianamente.

Las autoras definieron la transnacionalidad como el “proceso a través del cual los migrantes forjan y sostienen múltiples relaciones sociales que vinculan a sus sociedades de origen con las de llegada” (Basch, Glick-Schiller y Szanton, 1994:7), y el campo social transnacional como “redes de relaciones sociales a través de las cuales viajan ideas, prácticas y recursos, que se intercambian, organizan y transforman de manera desigual” (Levitt y Glick-Schiller, 2004:1009).² Se trata, por tanto, de una forma de vida que transcurre entre flujos, movimientos, ataduras, arraigos y desarraigos. La simultaneidad, así como la mayor frecuencia e intensidad de las relaciones transfronterizas, son algunas de las condiciones que se van a establecer como propias de esta experiencia.

La incorporación de esta perspectiva en el estudio de los enclaves está presente en el trabajo de Portes, Guarnizo y Haller (2002), quienes definieron a los empresarios transnacionales como aquellos que viajan al menos dos veces al año para hacer negocios y para quienes el éxito de su empresa depende, de manera significativa, de dichos viajes. En el estudio arriba mencionado se identificaron cuatro tipos de empresarios transnacionales, a saber: firmas circulares, donde se contabilizan desde viajeros hasta empresas más formales; empresas culturales vinculadas a la distribución, venta de películas, diarios, grupos de música, entre otros; empresas étnicas, por ejemplo, pequeñas firmas del *retail* orientadas a la comunidad de migrantes; y microempresarios que abren negocios una vez que retornan a sus países de origen.

Estas aproximaciones, sin embargo, están centradas en el sujeto, lo que dificulta observar el carácter transnacional que adquiere un lugar en cuanto espacio determinado. Para identificar otras dimensiones transnacionales del enclave, se propone poner en juego tres dimensiones a través de las cuales se habita —y por ende se construye— el carácter transnacional del lugar. En primera

² La traducción de los fragmentos citados es propia.

instancia, y utilizando los trabajos de De Certeau (2000) y Low y Lawrence-Zúñiga (2003), están las prácticas sociales que despliegan los migrantes, por ejemplo, juntarse cada tarde en la esquina a conversar, ir los fines de semana a realizar una llamada a la familia que está en el lugar de origen, o bien comprar comida en un puesto en la calle. En segunda instancia se encuentran las relaciones y vínculos sociales que construyen los migrantes y que se inscriben en múltiples estructuras sociales, tales como el género y la raza. Las relaciones sociales pueden ser entre los migrantes, entre ellos y sus familiares en el lugar de origen, o bien entre ellos y los nacionales. En tercer lugar se considera la materialidad del lugar, sus usos y significados a través de los cuales se produce el habitar cotidiano de la calle. El argumento sostenido es que el lugar va adquiriendo un carácter transnacional en la medida en que las relaciones sociales, prácticas y materialidades se transnacionalizan.

Prácticas sociales

El análisis en torno de las prácticas se aleja de la noción de la acción social centrada en el individuo, a la vez que toma distancia del determinismo estructural. De Certeau (2000) es enfático en señalar que una sociología de las prácticas no significa un retorno a la sociología del individuo, sino que refiere a la identificación y comprensión de los modos de operación, es decir a los esquemas de acción que movilizan las prácticas de los sujetos. En su estudio *La invención de lo cotidiano*, De Certeau (2000) busca comprender el mundo de lo cotidiano desde el concepto de la práctica cultural, centrándose en aquellas maneras de hacer, es decir, cientos de prácticas a través de las cuales los usuarios, consumidores o vecinos se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural. La propuesta del autor es comprender cómo, a través de estas microprácticas, los sujetos logran subvertir el orden social imperante, pues lo social no se reduce al dominio de la estructura sobre el sujeto. Para De Certeau (2000) existen espacios para *hacer* en el interior de esas mismas estructuras, posibilitando su transformación; es decir, los usuarios se apropian del espacio organizado

y modifican su funcionamiento. Con esta aproximación, el autor reintroduce al sujeto y le otorga una posibilidad de agencia.

En el estudio interesa analizar de qué manera ciertas prácticas –como ir a un *cibercafé* y llamar a los familiares e hijos– permiten mantener el vínculo con el origen, a la vez que organizan parte importante de la rutina en el lugar de destino. Interesa, a su vez, comprender cómo esta práctica reproduce un sistema familiar que se construye de manera transnacional.

Relaciones sociales

En los estudios sobre transnacionalidad y migración, en sus diferentes variantes y vertientes, la unidad de análisis ha sido, en casi todas las aproximaciones, las relaciones sociales que establecen las/os migrantes con su comunidad de origen y la sociedad de destino. De acuerdo con Vertovec (2003), la intensidad de estos vínculos, su carácter sistemático y el hecho de ser simultáneos son elementos novedosos e introducen una diferencia importante en relación con los antiguos movimientos migratorios. El desarrollo y el uso masivo de las tecnologías de la comunicación sin duda tienen una función central en la instantaneidad que adquieren las relaciones sociales. Sin embargo, también es cierto que para calificar estas últimas como transnacionales, es necesario considerar la frecuencia y sistematicidad que éstas tienen. En esta línea, Pries (2008) sostiene la importancia de que las relaciones transfronterizas tengan una frecuencia significativa y sean constantes en el tiempo. Para efectos de este artículo, la atención está puesta en identificar de qué modo estas relaciones sociales inciden en las formas que adquiere la vida cotidiana de los que habitan y trabajan en este sector de la ciudad. Interesa comprender de qué modo las relaciones y redes sociales permiten construir el lugar de manera transnacional.

Materialidades

El estudio de las cosas materiales, pequeñas y a veces insignificantes, permite comprender las rutinas domésticas y los distintos

ritmos de la vida cotidiana. El acercamiento a lo material implica concentrarse en el objeto, comprender su origen, procedencia, el camino recorrido, su función y el lugar que ocupa en el espacio vital de las personas. Por ello, su análisis no se inscribe dentro de un enfoque fenomenológico —lo que implicaría indagar en el significado que los individuos les otorgan a los objetos—, sino en comprender cómo éstos son utilizados, de qué forma se vuelven parte de la vida cotidiana, cómo organizan lo social y de qué modo van posibilitando el habitar de los lugares (Miller, 1998). Esta aproximación busca vincular el uso que hacen los sujetos de los objetos y las reconfiguraciones identitarias que se van desplegando en las trayectorias migratorias de los individuos. En términos empíricos, a través del estudio de la materialidad presente en el enclave, se busca comprender cómo los objetos están significativamente relacionados con la vida social y cultural, siendo mediadores para la comprensión que tenemos sobre el mundo y las relaciones sociales (Bonhomme, 2011).

La construcción de un enclave transnacional

Este apartado utiliza las dimensiones hasta aquí desarrolladas para comprender de qué modo los *cibercafés* emplazados en el enclave contribuyen a la formación de un lugar transnacional. Para ello, la primera parte describe brevemente una galería perteneciente al enclave; la segunda analiza, a la luz del modelo de *incrustación mixta*, las principales características de esta galería, y la tercera presenta un acercamiento a los centros de llamada establecidos en ese espacio, con el fin de observar las formas transnacionales que adquieren las prácticas, relaciones sociales y materialidades.

Una galería dentro del enclave. La historia de El Caracol de la calle Catedral

El ingreso de vendedores peruanos y, en menor medida, colombianos y ecuatorianos en la galería comercial conocida como *El Caracol* se produce desde el año 2000. Esta galería se ubica en las

calles Catedral y Bandera, y responde a un tipo de construcción característico de los años setenta y ochenta del siglo pasado, cuya forma arquitectónica en espiral permite reunir más de 100 pequeñas tiendas en un solo lugar. Si a mediados de los noventa la galería comercial estaba prácticamente abandonada, en pocos años se transformó en un lugar con alta concentración de inmigrantes que venden productos y servicios principalmente para sus connacionales. Actualmente, los locales más frecuentes son los de venta de comida y productos para su elaboración, *cibercafés*, locutorios, agencias de viajes y, de manera reciente, se han instalado varias peluquerías en los locales de más arriba y de más abajo de El Caracol. También, en los últimos años, se han abierto locales de origen ecuatoriano y colombiano en los rubros mencionados, que suelen utilizar distintivos nacionales –como banderas, colores y nombres alusivos a ciudades o sectores del país de donde provienen– para diferenciarse del resto de los negocios.

La Plaza de Armas fue, desde un principio, un punto de encuentro para los que llegaban del extranjero, como antes lo fue para quienes venían de otras regiones y del mundo rural. Sin embargo, la consolidación de una serie de negocios orientados a este grupo marca una diferencia importante, ya que deja de ser sólo un lugar de encuentro y pasa a ser un espacio en donde se van a realizar distintas actividades económicas asociadas a la experiencia migratoria.

Cuando los vendedores ambulantes comenzaron a ingresar en El Caracol, la mayoría de los locales estaban vacíos. Había algunos ocupados con oficinas, otros con sastrerías, un par de peluquerías, un negocio de venta de trofeos, uno de cintas de video y un club nocturno en la parte de abajo. En términos generales, el lugar reflejaba el abandono en el que se encontraban varias de las galerías del centro de Santiago.

El ingreso de inmigrantes en El Caracol fue intenso y rápido. En su estudio, Ducci y Rojas (2010) señalan que en noviembre de 2007 se contaban 40 locales peruanos, 30 chilenos y 27 desocupados, que servían de bodega a los propios restaurantes de la galería. Sin embargo, en enero de 2008 El Caracol pasó a ser ocupado por una mayoría de peruanos, que se concentraron en

la venta de productos de su país, principalmente artículos para la preparación de comida; colaciones y almuerzos; telefonía, acceso a Internet, envío de encomiendas y venta de pasajes. Desde hace poco tiempo han comenzado también a instalarse peluquerías y restaurantes de comida ecuatoriana y colombiana.

La llegada de los inmigrantes a la galería no fue difícil. La rapidez e intensidad con la que se llevó a cabo permitió que los clientes ingresaran en busca de los servicios que se ofrecían. Esta rapidez recuerda el argumento de Aldrich y Waldinger (1990) respecto de las pocas barreras que suele haber para el desarrollo de negocios de los migrantes.

La mayoría de los locatarios fueron vendedores informales en la calle Catedral, y si bien existe cierta continuidad entre el tipo de venta informal que realizaban en la calle y el tipo de local que decidieron abrir, ello no es generalizable a todos los locatarios. Si en algunos casos los vendedores de colaciones en las calles abrieron un local de comida, otros se dedicaban a vender “lo que fuera”, como dice uno de los entrevistados.

El Caracol marca un punto de inflexión en la construcción del enclave, pues actúa como un motor que dinamiza la actividad comercial del sector. Ello redundaba en que se incrementa la oferta de servicios, aumenta el flujo de personas y permite que se desplieguen distintos usos del lugar.

Las condiciones para el desarrollo del enclave. El uso del modelo integrado en la comprensión de El Caracol

De acuerdo con el modelo de Kloosterman y Rath (2001), se analizarán las características del grupo, la estructura de oportunidades y el uso de recursos comunitarios.

Características del grupo

Dentro de estas características se distinguen los recursos de clase, los recursos propios del grupo en condición migratoria y las redes sociales.

Los migrantes de origen peruano tienen un promedio de años de estudio mayor que el de los chilenos (13 y 10 años, respectivamente) (Martínez, 2003). En la galería, la mayoría de los locatarios han realizado algún tipo de estudios superiores (enfermería, química, administración, computación, entre otros) y cuentan con alguna experiencia previa en el comercio, que puede haber sido adquirida en Perú o Santiago. Al momento de abrir un negocio, estos recursos son actualizados y contribuyen a validar las decisiones adoptadas.

P.: ¿Y cómo se le ocurrió este negocio?

R.: Es que yo tengo principios básicos de computación, de electricidad, de electrónica. Tengo complemento de estudios que tenía. Y esto es lo que daba. Había un *ciber* acá al lado, cuando yo entré a trabajar, y todo lo tenían tirado. Tanto así que ni le daban bola a esto. Y yo le dije a la señora que yo le podía reparar las máquinas y me miró con extrañeza y... a ver... y de ahí comenzó. Disimuladamente, hasta que yo me quedé con el local (César, dueño de *cibercafé*, Santiago, julio de 2011).

El hecho de que los primeros que ingresaron en El Caracol hubiesen sido vendedores ambulantes también cuenta como experiencia previa, pues durante ese período fueron adquiriendo conocimientos en torno de cómo obtener los productos para la venta y conocer el funcionamiento del mercado.

En cuanto a las características del asentamiento, la alta concentración de inmigrantes en el centro de Santiago es un factor decisivo para el desarrollo del enclave. Si bien existen otros lugares con una alta presencia de migrantes, sólo en el sector de la Plaza de Armas se ha concentrado un número significativo de negocios. La presencia de inmigrantes es producto, por una parte, de la disponibilidad de viviendas antiguas, subdivididas y arrendadas por pieza de manera informal, pero también porque el centro se constituye en un lugar de encuentro de inmigrantes provenientes de distintas comunas y nacionalidades. Es aquí donde están los potenciales clientes y, por lo tanto, donde los empresarios ofrecen sus productos.

En cuanto a los recursos de clase que pudieran incidir en el desarrollo del enclave, la literatura los analiza en el contexto del estudio de los *middleman*³ cubanos y coreanos, y refiere la disponibilidad de los medios de producción, capital para invertir y conocimiento específico en el rubro comercial. En los locales de El Caracol se pudo detectar una escasa presencia de este tipo de capital. En general, el capital inicial es bajo y se obtiene a través de la combinación de ahorros personales y préstamos provistos por las redes sociales.

En relación con los recursos culturales y las redes sociales, los autores señalan aquellas prácticas asociadas a valores de solidaridad al interior de la comunidad, lo que explicaría, entre otras cosas, el envío constante de remesas a los familiares en los países de origen (Tilly, 2007) y el apoyo para el desarrollo de los negocios. Esto parecía indicar que al interior de El Caracol se iba a encontrar una densa red social capaz de proveer recursos y capitales a quienes forman parte de ella. Sin embargo, las redes y vínculos de solidaridad no tienen una presencia significativa dentro del enclave. Las redes más significativas que mantienen los locatarios son con los familiares y personas significativas que no pertenecen necesariamente al enclave.

Al consultar acerca de la relación con otros locatarios, la respuesta generalizada fue que los vínculos son distantes y no hay mucho tiempo para compartir con los otros locatarios. Por lo general se busca mantener una buena relación, pero “de lejos”, indicando que son “poco amigos” entre ellos:

Sí allegados; en este tipo de negocio no se tiene amigos. No hay que tener amistades ni con el vecino que está al lado, solamente tener una buena relación, nada más, por llevarnos bien, hola hola. Con llevarnos bien, porque a veces uno puede solicitar un tipo de ayuda, pero amigos no. Los negocios son muy delicados [...] Hay mucha envidia que se crea en los negocios. Si vendes más, que por qué vendes más

³ Término referido a empresarios migrantes que orientan sus productos o servicios a los sectores medios y altos de la sociedad de destino. Se caracterizan por establecer redes sociales con la élite nacional.

(Luis, dueño de local, venta de productos para elaborar comida, Santiago, junio de 2011).

La referencia a la envidia y la poca amistad dentro de El Caracol da muestra de relaciones sociales frágiles que impiden —o al menos dificultan— sostener acciones conjuntas. El Caracol es un lugar que alberga a varios comerciantes, pero cada uno “está en lo suyo”. Una de las razones que explican esta apatía es el alto nivel de competencia que se produce al interior del enclave, lo que lleva a que muchos de los locales estén actualmente operando en un nivel de supervivencia.

Pese a la alta competencia y la poca amistad de las que dan evidencia los locatarios, en forma simultánea reconocen que, llegado el momento, saben que es posible contar con las personas de El Caracol, especialmente si se trata de defender el lugar. La simultaneidad de relaciones de confianza/desconfianza, envidia/solidaridad que se forman dentro de El Caracol son una característica del enclave que cuestiona la idea de la pura solidaridad presente en muchos estudios sobre enclaves y comunidades de migrantes.

Estructura de oportunidades

Aldrich y Waldinger (1990) señalan acertadamente que los grupos trabajan con los recursos disponibles en su entorno, por lo que es fundamental comprender cuáles son y de qué modo facilitan el desarrollo del enclave. Los recursos se dividen en: la disponibilidad para ingresar en el mercado, el acceso a los consumidores y locales, y el marco político institucional existente. Así, por ejemplo, si se tiene un buen sistema de guarderías infantiles disponibles para los hijos de los inmigrantes, entonces es poco probable que se desarrollen sistemas de cuidado alternativos; si el mercado local provee productos de origen peruano, es poco probable que se desarrollen negocios que ofrezcan estos artículos; si las regulaciones para el ingreso de nuevos actores en el sector comercial son muy complicadas, entonces es probable que se desarrollen negocios informales. A continuación se revisarán algunos elementos importantes de la estructura de oportunidades para el caso de estudio:

- *Alta concentración de inmigrantes en el centro de la ciudad.* La proximidad de personas viviendo en un mismo sector geográfico favoreció el desarrollo de una clientela que demandaba productos que no estaban disponibles en el mercado local, pues se trata de una demanda demasiado específica para las cadenas y grandes empresas de alimentos. Esta demanda comenzó a satisfacerse a través del mercado informal en la calle Catedral; sin embargo, el ingreso en El Caracol permitió la formalización de estas actividades de venta ambulante.
- *Disponibilidad de locales comerciales debido al despoblamiento y consecuente abandono de negocios por parte de los locatarios nacionales.* Tal como se ha señalado, el centro de Santiago experimentó un proceso de deterioro y abandono que sólo ha podido revertirse en parte, gracias a las políticas y los proyectos habitacionales que buscan atraer a la población joven y de clase media (Contreras, 2011). En este escenario, los negocios pequeños tuvieron que hacer frente al descenso de la población y a la competencia que significó la apertura de supermercados y grandes centros comerciales. Ambos factores terminaron por aniquilar al comercio minorista, y a quienes se dedicaban a éste no les quedó más remedio que cerrar sus negocios o mudarse a otros sectores de la ciudad. Los migrantes ocuparon esos locales abandonados o en franco deterioro. La disponibilidad de negocios vacíos –*vacancy chain*– (Kloosterman y Rath, 2001) y el cambio de habitantes constituyen una condición de oportunidad para el desarrollo del enclave.
- *Disponibilidad de proveedores que comenzaron a importar productos peruanos.* En un comienzo no se tenía acceso a estos artículos, pues no había importadoras que los comercializaran. Una de las entrevistadas señaló las dificultades que tenían, ya que los únicos productos disponibles eran aquellos que los propios migrantes traían en sus maletas. La incorporación de empresas dedicadas a la importación de mercancías de origen peruano es clave para comprender la expansión de estos negocios y la estandarización en la oferta. Basta con recorrer los puestos de El Caracol para observar que se vende básicamente lo mismo, e

incluso la estética de los lugares –la forma de disponer la mercadería– resulta muy similar.

Frente a esta estandarización, con el objeto de capturar demandas más específicas de los clientes, algunos locatarios despliegan estrategias para ofrecer productos que no se encuentran en el mercado. Un ejemplo es la venta de malta cubana en un *ciber* cuyo dueño es de origen peruano. Otro ejemplo son los negocios que constantemente realizan viajes para llevar encomiendas y traer productos específicos como remedios caseros, diversos tipos de harina y de granos que no se encuentran en los otros establecimientos.

En este punto adquiere importancia el carácter transnacional de las empresas involucradas, pues el desarrollo del enclave requiere nexos con los lugares de origen que permitan la circulación de productos entre un país y otro. Estas prácticas transnacionales se dan tanto en las medianas como en las pequeñas empresas familiares.

- *Política represiva al comercio ambulante por parte de la municipalidad de Santiago.* Se trata de una política adoptada en el ámbito municipal que tenía por objetivo terminar con el comercio ambulante extranjero para dar cumplimiento a las imágenes con las que se busca asociar a Santiago en el marco de su conversión en ciudad global (limpia, ordenada y segura). La persecución por parte de la policía *empujó* a los vendedores ambulantes a formalizar su actividad a través del arriendo de locales disponibles y a bajo costo.
- *Proceso de regularización (amnistía).* El primer proceso de amnistía se produjo poco antes de la llegada de inmigrantes a El Caracol. Ello permitió que muchos de los vendedores que no tenían sus papeles al día pudieran obtener el permiso definitivo de residencia, lo que posibilitó que los comerciantes pudieran formalizar su actividad en el Servicio de Impuestos Internos.
- *Potencial de crecimiento.* En cuanto al potencial crecimiento que tiene este mercado, las proyecciones del Departamento de Extranjería y Migración (2010) de Chile indican un continuo crecimiento en la llegada de migrantes, lo que permite mantener

activa la demanda de estos productos y servicios. Si bien los empresarios locales o de otras nacionalidades pueden ser dueños de algunos negocios (como es el caso de Alo Perú, uno de los centros de llamadas más grandes del sector, cuyo dueño es chileno), ello no significa que el negocio se nacionalice, pues sigue orientándose a las demandas de los migrantes y, por ende, continúa formando parte del enclave económico.

- *Diversificación e incorporación de negocios de otras nacionalidades.* Pese a que El Caracol es reconocido como un lugar de migración peruana, en los últimos años, inmigrantes de origen colombiano y ecuatoriano han comenzado a abrir negocios en este lugar. Ello ha significado la diversificación de tipos de locales. En particular, llama la atención la instalación de peluquerías en las partes baja y alta de la galería. Otro ejemplo son los restaurantes de comida de otras nacionalidades, lo que permite abrir El Caracol a extranjeros provenientes de otros países y expandir los clientes potenciales.
- *Atracción de clientes nacionales.* La ubicación de El Caracol en el centro de Santiago facilita que los clientes nacionales ingresen en éste, especialmente aquellos que buscan precios económicos en los distintos servicios que se ofrecen. Las bajas tarifas de Internet y el precio económico de las colaciones son dos de los principales atractivos para los clientes chilenos. Por otra parte, ciertos productos de origen peruano se han popularizado en los hogares chilenos de clase media y alta, lo que favorece una incipiente expansión de este mercado.

Uso de recursos comunitarios

Si bien la bibliografía les llama estrategias étnicas, surge la discusión respecto de si los recursos comunitarios son estrategias vinculadas con una supuesta condición étnica del migrante, o más bien se trata de estrategias que desarrollan las personas que conforman el enclave. En este artículo se opta por la segunda posibilidad y se plantea que una parte importante de los recursos desplegados se refieren a una combinación de prácticas formales e

informales que permiten hacer frente a la alta competencia que se produce en el sector. Algunas de las respuestas o prácticas observables son las siguientes:

- *Diversificación de las fuentes de ingreso.* La competitividad ha redundado en una disminución de precios de los productos y servicios, lo que conlleva a que las utilidades sean cada vez menores, amenazando, en algunos casos, la supervivencia del negocio. Una forma de hacer frente a esta situación es diversificando las fuentes de ingreso e incorporando la venta de otros productos. Por ejemplo, los fines de semana, en su local, Luis y su mujer preparan comida para vender entre sus amigos y conocidos. Además, ella elabora postres para servirlos dentro del negocio o para llevar. Así mismo, él ha incorporado la venta de camisetas de la selección de Perú o de equipos de este país (Luis, dueño de local, venta de productos para elaborar comida, Santiago, junio de 2011).
- *Disminución de costos, utilizando al máximo el trabajo propio o el de algún familiar.* Frente a la competencia y la disminución de las utilidades, los locatarios reducen los costos de mano de obra recurriendo al trabajo familiar y, en algunos casos, atendiendo ellos solos el local.
- *Organizarse para poder abrir un día de alta confluencia de público.* Una estrategia adoptada por el conjunto de locatarios fue organizarse colectivamente y solicitar que El Caracol abra los domingos, debido a la alta confluencia de público que hay en el sector.

Dimensiones transnacionales del lugar⁴

Uno de los rubros comerciales de mayor florecimiento en la galería y el enclave son los centros de llamadas. En el contexto de la creciente feminización de la migración laboral, no es de extrañar en

⁴ Una parte de este análisis sobre los locutorios y el ejercicio de la maternidad (Stefoni, 2013, en prensa) se trabajó en el seminario “El Impacto de la Migración en la Familia” (Santiago, Chile, Universidad de los Andes, 22 de agosto de 2012).

los locutorios la presencia de mujeres que conversan por teléfono con sus hijos y familiares. Comunicarse con ellos periódicamente permite mantener los vínculos, continuar ejerciendo el rol de madres y sostener, a partir de ello, la conformación de la familia (Bryceson y Vuorela, 2002; Schmalzbauer, 2004, Parella, 2007).

La presencia de mujeres que trabajan en otros países y que con ello logran sustentar a sus hogares se repite en diversas partes del mundo. Esta situación ha abierto el análisis sobre el desarrollo de nuevos tipos de familias caracterizadas por la rearticulación de las relaciones sociales a través de las fronteras nacionales, es decir, aquellas que generan una serie de estrategias y mecanismos que permiten mantener los vínculos sociales para continuar siendo una familia pese a la distancia. Bryceson y Vuorela (2002) definen a la familia transnacional como aquella cuyos miembros viven alguna parte (o gran parte) del tiempo separados y que son capaces de crear vínculos y generar mecanismos de negociación que permiten que sus miembros continúen sintiéndose parte de una unidad y perciban su bienestar desde una dimensión colectiva, pese a la distancia. Desde la perspectiva de los estudios de género, la familia transnacional surge a partir de la reconfiguración del sistema de producción y reproducción en contextos de globalización. Si el proceso de industrialización se caracterizó por una separación entre la producción (ámbito masculino determinado por el trabajo remunerado realizado fuera de la casa) y la reproducción (ámbito femenino responsable del cuidado y entrega de afecto realizados dentro del hogar), el proceso de globalización económica y laboral genera la necesidad de articular estos sistemas en un nuevo escenario, de tal manera que es esperable que la reproducción y el cuidado también experimenten procesos de globalización.

La emigración de mujeres y la consecuente salida de su entorno familiar introduce tensiones en los modelos de maternidad tradicional, occidental y de clase media, establecidos culturalmente y que prescriben las formas de ser madre (Hondagneu-Sotelo y Avila, 1997). Culturalmente, el lugar de las mujeres-madres es al lado de sus esposos e hijos, mientras que el padre es quien debe proveer de los recursos necesarios para la reproducción de la familia.

Sin embargo, las mujeres inmigrantes que salen a trabajar para poder mantener a su familia subvierten este orden de género, lo que las convierte en objeto de crítica, incluso en el nivel político (Salazar, 2000). De esta manera, quedan expuestas a descalificaciones y cuestionamientos a su condición de madres, llegando, en muchos casos, a ser acusadas de madres abandonadoras y despreocupadas de sus hijos. Estos cuestionamientos llevan a que la distancia no se traduzca sólo en nostalgia, añoranza y dolor por la separación, sino en una culpa que las acompaña y que buscarán conciliar de distintos modos. Este marco normativo respecto del rol que deben desempeñar las mujeres en cuanto madres, está presente en la figura de la “buena mujer inmigrante”, es decir, aquella que, aun habiendo asumido un rol productor al interior de la familia, no descuida el de la reproducción y sigue al cuidado de los miembros de su familia.

La maternidad transnacional surge entonces a partir de la reconfiguración de lo productivo y reproductivo en un contexto transfronterizo. La distancia física obliga a buscar mecanismos que permitan continuar con el ejercicio de ambos roles, lo que explica la significativa presencia de mujeres en los locutorios, pues las llamadas telefónicas les permiten estar *allá* a la vez que trabajan en un lugar distante para poder asegurar el mantenimiento del hogar. En el estudio de Catedral, el dueño de un *cibercafé* señala una frase que refuerza la idea de las mujeres situadas simultáneamente en dos lugares para continuar ejerciendo el rol de madres:

R.: Son diferentes casos pero el mismo fondo; todos tienen el mismo fondo.

P.: ¿Y cuál es ese fondo?

R.: El problema familiar, que el hijo que no estudió, que le faltó. Es que es como si estuvieras en la casa, pero llamándolo, que por qué no estudiaste, que por qué no hiciste eso. O cogieron el dinero, o no lo utilizaron para lo que debiera de ser. Es todo el mismo fondo. Y también es oír desgracias, ¿no?, que no faltó el sinvergüenza del hijo que se llevó la plata que la mamá le mandaba y al final chocó con la plata y al final no estuvo ahí con ellos.

P.: Pero es la familia entonces.

R.: Es la familia, todo es la familia.

(Celis, dueño de *cibercafé*, centro de Santiago, 29 de agosto de 2011).

La construcción de la maternidad y la familia transnacional requiere una comunicación constante que permita reproducir el vínculo entre los distintos miembros. Las llamadas telefónicas o por Internet, el envío de remesas, así como los posibles viajes a los lugares de origen son prácticas que permiten a las mujeres mantenerse conectadas y vinculadas con sus hijos que están en el lugar de origen, y con ello continuar ejerciendo el rol de madres mientras están lejos.

En el contexto de la construcción de la familia y el ejercicio de la maternidad en un entorno transnacional, cabe destacar el hecho de *ir al locutorio a llamar*, de manera frecuente y sistemática, una o más veces por semana. El hecho de *ir a llamar* es tan importante, que se constituye en una práctica que organiza el tiempo y el espacio de la experiencia migratoria, particularmente en el caso de la mujer: “Cada domingo que yo salgo llamo a la casa y a mi pareja también. Ésa es la única forma y decir que estoy bien y como están allá” (Victoria, usuaria de *cibercafé*, galería comercial, Santiago, 9 de diciembre de 2011).

Esperar el domingo, dejar separado algo de dinero para la llamada; pensar lo que se dirá y las preguntas que se harán; caminar hasta el lugar donde se realizará la llamada; marcar; escuchar las voces; conversar con una o más personas; despedirse y pagar. Este conjunto de prácticas se van convirtiendo en un ritual que organiza una parte importante de la vida de las mujeres inmigrantes y da certeza a una continua nostalgia. “Es la única forma”, dice la mujer en la entrevista.

En este ritual se suele volver al mismo *cibercafé* para realizar las llamadas, puesto que la identificación de un lugar es parte de la ritualización de la práctica. Las razones para escogerlo son variadas: cercanía, comodidad, mayor espacio, tranquilidad, tarifas accesibles, o bien, la buena relación con el administrador o el dueño. No hay un lugar *correcto*, sino simplemente un espacio desde donde se establecen los vínculos con los otros miembros de la familia.

Ir al locutorio de manera habitual entrega información respecto de cómo las mujeres usan el espacio público (calle Catedral) y los lugares semipúblicos como el *cibercafé*. La calle Catedral genera sospecha en varias mujeres; no les agrada ver a las personas ahí sentadas, “esperando que les llegue un trabajo”. Es por ello que se aproximan a este lugar en forma más utilitaria; se trata de ir a llamar y regresar, entrar y salir, no quedarse, pues hay temor a ser confundida con aquello que rechazan. A diferencia de los hombres que habitan la esquina y que la han hecho suya,⁵ la relación de algunas mujeres con este lugar es de tránsito, de pasada, de tiempos breves cargados de emoción y significados, pero que no les permiten adueñarse del espacio público.

P.: Y bueno, en relación con la calle Catedral, ¿viene frecuentemente?, ¿le gusta venir para acá?

R.: No.

P.: No le gusta.

R.: No, no me gusta para nada. Yo vengo por los llamados, por Internet y por nada más (Jennifer, *cibercafé*, centro de Santiago, 26 de septiembre de 2011).

R.: Aquí en Nataniel no salgo. Yo paso encerrada de mi trabajo a mi casa, de mi casa al trabajo o si no me voy donde mi amiga que vive en Cerrillos (Juanita, *cibercafé*, centro de Santiago, 9 de diciembre de 2011).

A través de la comunicación por Internet, las mujeres pueden seguir formando parte del lugar de pertenencia y, a la vez, del lugar donde viven; es decir, se trata de un sentido de pertenencia multilocal. Conectarse o llamar por teléfono recuerda que no se está ahí, pero a través de la habitualidad y rutinización de las conexiones o llamadas, se logra *estar* de una manera distinta, caracterizada por la simultaneidad de estar aquí y allá. Esta lectura es posible en la medida en que se incorpora el enfoque transnacional,

⁵ Las formas de apropiación de la esquina de Catedral por parte de los inmigrantes en el centro de Santiago se presentan en Stefoni (2012).

pues permite comprender los procesos simultáneos de anclaje a lugares distintos y distantes entre sí.

Palabras finales

En este artículo se sostiene que el sector comercial en la calle Catedral constituye un enclave transnacional, pues concentra a pequeños empresarios de origen migrante que ofrecen productos que satisfacen demandas de la propia comunidad. El enclave se emplaza en un lugar geográfico delimitado y es reconocido por quienes lo frecuentan y también por la sociedad mayor.

El estudio exploró qué condiciones posibilitaron su desarrollo. Siguiendo el modelo de Kloosterman y Rath (2001) de incrustación mixta, se analizaron sus principales características; sin embargo, este modelo no permitió mostrar la condición transnacional que se genera en su interior. Desde una perspectiva constructivista, el artículo planteó qué sucede cuando el lugar se habita siguiendo prácticas, relaciones sociales y materialidades transnacionales. La propuesta es que si estas dimensiones permiten la construcción de un lugar, entonces, cuando éstas adquieren un carácter transnacional, el lugar se construye también en términos transnacionales.

La aproximación al uso que dan las mujeres a los *cibercafés* o centros de llamadas emplazados en el enclave permitió analizar con mayor detalle la condición transnacional que adquiere el lugar, pero ello develó a su vez los significados que se construyen a partir de la vinculación entre las prácticas y el propio lugar. El *cibercafé* seleccionado no es independiente de la práctica que se realiza, pues la encuadra, la espacializa y contribuye a otorgarle un sentido particular.

Referencias

- ALDRICH, Howard y Roger WALDINGER, 1990, "Ethnicity and Entrepreneurship", *Annual Review of Sociology*, vol. 16, pp. 111-135.
- BASCH, Linda; Nina GLICK-SCHILLER y Cristina SZANTON BLANC, 1994, *Nations Unbound. Transnational Projects*

- Postcolonial Predicaments and Deterritorialized Nation-States*, Langhorne, Estados Unidos, Gordon and Breach.
- BRYCESON, Deborah y Ulla VOURELA, 2002, eds., *The Transnational Family. New European Frontiers and Global Network*, Nueva York, Berg.
- BONHOMME, Macarena [tesis de maestría], 2011, "Chilean Women Making Home in London", Londres, London School of Economics.
- CONTRERAS GATICA, Yasna, 2011, "La recuperación urbana y residencial del centro de Santiago: Nuevos habitantes, cambios socioespaciales significativos", *Eure*, vol. 37, núm. 112, septiembre, pp. 89-113.
- DE CERTEAU, Michel, 2000, *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*, México, D. F., Universidad Iberoamericana/ITESO.
- DEPARTAMENTO DE EXTRANJERÍA Y MIGRACIÓN, 2010, "Informe anual. Departamento de Extranjería y Migración. Ministerio del Interior", Gobierno de Chile, en <<http://www.extranjeria.gov.cl/filesapp/Informe%20Estimacion%20Poblacion%20Extranjeros%202008.pdf>>, consultado el 7 de junio de 2012.
- DUCCI, María Elena y Loreto ROJAS SYMMES, 2010, "La pequeña Lima: Nueva cara y vitalidad para el centro de Santiago de Chile", *Eure*, vol. 36, núm. 108, agosto, pp. 95-121.
- GARCÉS H., Alejandro, 2011, "Comercio inmigrante y economías étnicas: Síntesis y críticas de los debates vigentes", *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 10, núm. 29, pp. 97-121.
- HONDAGNEU-SOTELO, Pierre y Ernestine AVILA, 1997, "'I'm here, but I'm there'. The Meanings of Latina Transnational Motherhood", *Gender and Society*, Sage Publications, vol. 11, núm. 5, octubre, pp. 548-571.
- KLOOSTERMAN, Robert y Jan RATH, 2001, "Immigrant Entrepreneurs in Advanced Economies: Mixed Embeddedness Further Explore", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 27, núm. 2, Special Issue on Immigrant Entrepreneur, pp. 189-202.
- KLOOSTERMAN, Robert; Joanne VAN DER LEUN y Jan RATH, 1999, "Mixed Embeddedness: (In)formal Economic

- Activities and Immigrant Business in the Netherlands”, *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 23, núm. 2, pp. 253-267.
- LEVITT, Peggy y Nina GLICK-SCHILLER, 2004, “Conceptualizing Simultaneity: A Transnational Social Field Perspective on Society”, *International Migration Review*, vol. 38, núm. 3, pp. 1002-1039.
- LOW, Setha y Denise LAWRENCE-ZÚÑIGA, 2003, “Locating Culture”, en Setha Low y Denise Lawrence-Zúñiga, eds., *The Anthropology of Space and Place. Locating Culture*, Malden, Estados Unidos, Blackwell Publishing, pp. 1-47.
- MARTÍNEZ PIZARRO, Jorge, 2003, *El encanto de los datos. Sociodemografía de la inmigración en Chile según el censo de 2002*, Santiago, Chile, CEPAL/Celade (Serie Población y Desarrollo, núm. 49).
- MILLER, Daniel, 1998, edit., *Material Cultures: Why Some Things Matter*, Londres, UCL Press.
- PARELLA, Sònia, 2007, “Los vínculos afectivos y de cuidado en las familias transnacionales. Migrantes ecuatorianas y peruanas en España”, *Migraciones Internacionales* 13, vol. 4, núm. 2, julio-diciembre.
- PORTES, Alejandro y Min ZHOU, 1996, “Self Employment and the Earnings of Immigrants”, *American Sociological Review*, vol. 61, núm. 2, pp. 219-230.
- PORTES, Alejandro; Luis Eduardo GUARNIZO y William HALLER, 2002, “Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation”, *American Sociological Review*, vol. 67, núm. 2, pp. 278-298.
- PRIES, Ludger, 2008, “Transnational Societal Spaces. Which Units of Analysis, Reference and Measurement?”, en Ludger Pries, edit., *Rethinking Transnationalism. The Meso-link of Organisations*, Nueva York, Routledge.
- SALAZAR PARREÑAS, Rhacel, 2000, “Migrant Filipina Domestic Workers and the International División of Reproductive Labor”, *Gender and Society*, Sage Publications, vol. 14, núm. 4, agosto, pp. 560-580.

- SCHMALZBAUER, Leah, 2004, "Searching for Wages and Mothering from Afar: The Case of Honduran Transnational Families", *Journal of Marriage and Family*, vol. 66, núm. especial 5: "International Perspectives on Families and Social Change", pp. 1317-1331.
- SOLÉ, Carlota y Sònia PARELLA, 2009, "De asalariados a autoempleados. Una aproximación a las causas de las iniciativas empresariales de los inmigrantes en España", *Revista Internacional de Organizaciones (RIO)*, vol. 2, junio, pp. 31-50.
- STEFONI, Carolina [ponencia], 2012, "La construcción del lugar y los significados del enclave", en seminario "Migración Latinoamericana: El Papel del Estado y la Sociedad en el Proceso de Integración", Santiago, Chile, 23 de agosto.
- STEFONI, Carolina, 2013, "Los cibercafé como lugares de prácticas transnacionales: El caso de la maternidad a distancia", *Polis. Revista Latinoamericana*, vol. 12, núm. 35 (en prensa).
- TILLY, Charles, 2007, "Trust Networks in Transnational Migration", *Sociological Forum*, vol. 22, núm. 1, marzo, pp. 3-24.
- VERTOVEC, Steven, 2003, "Migration and other Modes of Transnationalism: Towards Conceptual Cross-Fertilization", *International Migration Review*, vol. 37, núm. 3, pp. 641-665.
- WALDINGER, Roger, 1986, "Immigrant Enterprise: A Critique and Reformulation", *Theory and Society*, vol. 15, número especial doble: "Structures of Capital", pp. 249-285.
- WIEVIORKA, Michel, 2002, *El racismo. Una introducción*, La Paz, Bolivia, Plural Editores.
- WILSON, Keneth y Alejandro PORTES, 1980, "Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experience of Cubans in Miami", *American Journal of Sociology*, vol. 86, núm. 2, septiembre, pp. 295-319.
- ZHOU, Min, 2004, "Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergences, Controversies and Conceptual Advancements", *International Migration Review*, vol. 38, núm. 3, pp. 1040-1074.

Fecha de recepción: 22 de mayo de 2012.

Fecha de aceptación: 1 de marzo de 2013.

