



Configuraciones espaciales de lo inmigrante: usos y apropiaciones de la ciudad

Alejandro Garcés H.

Programa Migración y Multiculturalidad (PMM). Universidad Autónoma de Madrid
E-mail: ajgarces@gmail.com

Papeles del CEIC
ISSN: 1695-6494



**volumen 6
papel # 20
marzo 2006**

Resumen

Configuraciones espaciales de lo inmigrante: usos y apropiaciones de la ciudad

Dentro del contexto de la intensificación de los flujos migratorios transnacionales, el presente artículo explora en los procesos de construcción y/o apropiación del espacio urbano por parte de nuevas poblaciones, en particular a través del caso de los espacios comerciales que ha producido la inmigración en el Madrid contemporáneo. Se ilustra el modo en que a partir de una diversidad de prácticas y discursos, los sujetos migrantes resignifican los espacios urbanos al mismo tiempo que los constituyen como soporte de nuevos flujos y relaciones de orden transnacional.

Palabras clave

migración, espacio, cultura, ciudad, transnacionalismo

Abstract

Immigrant spatial configurations: uses and appropriations of the city

In the increasing of transnational migratory flows context, this article explores the construction processes and/or the use of the urban space by new population, particularly the comercial spaces that migration has produced into the contemporary Madrid. It shows in one hand the way the migrating subjects give a new meaning to the urban spaces using a diversity of discourses and practices, and in the other hand it shows how these spaces turn to be the support for new flows and relations of transnational order.

Key words

migration, space, culture, city, transnationalism

Índice

1) Introducción.....	2
2) Visiones hegemónicas del espacio: natural, exterior y neutral.	3
3) Espacios y lugares en construcción.....	6
4) Lo inmigrante como experiencia desterritorializada.....	9
5) Configuraciones espaciales del comercio inmigrante.....	12
6) Conclusión.....	28
Bibliografía.....	31



1) INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la inmigración ha venido a constituir uno de los fenómenos de mayor fuerza y de carácter más multiforme que es posible observar en el marco de las grandes ciudades. Madrid no escapa a esta tendencia¹, y los efectos de este incremento resultan visibles en una diversidad de aspectos. El presente texto reflexiona acerca de las posibilidades de observar en el fenómeno migratorio un proceso de construcción social del espacio urbano; esto es, acerca de la emergencia de procesos de apropiación y resignificación del espacio urbano producto de la experiencia inmigrante y a la eventual formación de comunidades de nuevo tipo, ya no aisladas y/o circunscritas en el isomorfismo de una cultura y un territorio, sino abiertas a nuevas prácticas y flujos que comunican los espacios sociales de origen y destino.

De esta manera, en primer término se presentan concisamente algunos nudos teóricos clave para abordar críticamente los modos en que se ha vinculado lo espacial por un lado y lo sociocultural por otro. A continuación, se propone el uso operativo de algunos conceptos que nos permitan dar cuenta de la expresión concreta que esta vinculación puede tener respecto de las experiencias inmigrantes en el contexto urbano, entendidas éstas como procesos de *especialización*. Por último, nos centraremos en dos tipos de comercios de extendida presencia actualmente en la ciudad de Madrid, los comercios de alimentación y los locutorios (centros de llamados telefónicos), casos que hemos de considerar paradigmáticos al momento de observar las formas concretas en que estos procesos de construcción espacial van

¹ De acuerdo a datos del Padrón municipal de habitantes (Dirección General de Estadística. Área de Gobierno de Hacienda y Administración Pública. Ayuntamiento de Madrid. www.munimadrid.es/estadistica), a 1 de Enero de 2005 la población extranjera en la ciudad de Madrid alcanza 481.162 personas sobre un total de 3.205.691, lo que implica el 15% de la población.



desarrollando y transformando el espacio de la ciudad. En la medida en que nos aproximamos a experiencias de migración internacional, podremos ir observando como estas construcciones trasuntan la eventual formación de comunidades transnacionales, o al menos el establecimiento de vínculos de este tipo.

2) VISIONES HEGEMÓNICAS DEL ESPACIO: NATURAL, EXTERIOR Y NEUTRAL

Más allá de que el espacio ha constituido un objeto tradicionalmente propio de las ciencias exactas, como la física por ejemplo, también ha sido una noción trabajada por las ciencias sociales, aunque como veremos, en el *desplazamiento* que ha permitido su abordaje desde lo social se han heredado algunas perspectivas que parece necesario discutir, al menos concisamente, antes de entrar en el caso que nos ocupa. Como veremos, tras estas perspectivas se articula la oposición entre el *espacio* como lo fijo, estático o estable, frente al *tiempo* como el dominio de lo historizable, lo transformable, lo que fluye.

En primer lugar, tenemos la visión que construye una idea de espacio *naturalizado*. Esta noción le supone al espacio una cualidad objetiva de carácter anterior a la experiencia que los individuos o grupos tengan de él. Estaríamos hablando entonces del espacio como una dimensión independiente de la acción que individuos y grupos puedan desarrollar en y/o sobre él, ya sea bajo la forma de las eventuales y diversas prácticas de su utilización, ya sea bajo la forma de los discursos que lo nombren, definen u organicen. Y de lo que se colige además un espacio independiente de la diversidad de individuos y grupos que participan de él. Frente a esta perspectiva, desde la fenomenología es posible rescatar la noción de *espacio antropológico*, que en oposición a la homogeneidad y a-historicidad del *espacio objetivo*, permite colocar a la relación entre el sujeto y el mundo como condición de cualquier percepción del espacio (Merleau-Ponty, 1975: 296).



En segundo lugar, y subsidiaria de la visión anterior, tenemos la relación de exterioridad en que tienden a presentarse lo espacial por un lado y lo social por otro. En esta perspectiva se nos presenta lo espacial como si por sí solo constituyese una realidad o materialidad a ser apropiada, significada o definida desde una determinada posición cultural, como si por un lado estuviera el *espacio* en tanto que realidad material, y por el otro la *cultura* con sus mecanismos de significación. En este sentido, también desde la filosofía, Bollnow reconoce la espacialidad de toda experiencia humana, una espacialidad ni anterior ni externa a esta experiencia, y elabora una distinción crítica a este respecto, al oponer un espacio matemático² frente al espacio vivencial. En este último, necesariamente existe un punto central, que de algún modo viene determinado por el lugar del hombre que está vivenciando el espacio: "...el espacio no está simplemente ahí, independiente del hombre. Sólo hay espacio en la medida en que el hombre es un ser espacial, es decir, que crea espacio, que lo 'despliega' a su alrededor" (Bollnow, 1969: 29-30). De este modo, apuntamos a una vinculación entre lo espacial y lo social que supere esta relación de exterioridad, o si se quiere, una comprensión de lo sociocultural que considere *lo espacial como una dimensión interior a ella misma*, que se actualiza necesariamente en su operar.

Por último, tenemos aquella idea que enfoca el espacio como un *objeto neutral*, vacío, que contiene otras cosas o que contiene lo social. Se nos plantea una especie de construcción de lo espacial reducido a escenario neutro para la ocurrencia de los acontecimientos y para la construcción material de la sociedad. Frente a este tipo de nociones, desde perspectivas materialistas se ha enfatizado que lo espacial no puede ser reducido al rango de un objeto de las características señaladas

² Espacio tridimensional caracterizado por su homogeneidad, donde ningún punto se distingue de ningún otro, y donde tampoco hay dirección que se distinga de otra (Bollnow, 1969: 24-25).



sino que es en sí mismo relaciones sociales, relaciones de dominación en este caso, donde el espacio es producido y reproducido en conexión con las fuerzas de producción (Lefebvre, 1991: 89-90). En la misma dirección, pero desde la geografía, Edward Soja pondrá acento en una espacialidad socialmente producida, espacialidad que en su conjunto vendría a ser una especie de segunda naturaleza frente a lo que denomina espacialidad del espacio físico de naturaleza material (Soja, 1990). Con todo, pensar un espacio cuya forma correlaciona con el desarrollo de las fuerzas productivas en una sociedad, y que por lo mismo se encuentra históricamente determinado, permite diluir aquella clásica oposición —que señalamos anteriormente—, entre el espacio como algo fijo o estático (un mero escenario), y el tiempo como el flujo, como aquello que permite el devenir, la transformación y el cambio.

Sin embargo, parece necesario no reducir el papel del tiempo a un problema exclusivo de profundidad histórica útil explicar los vínculos entre lo social y lo espacial. En este sentido, el concepto de *geografías temporales* nos ilustra acerca de la capacidad de lo social para tejer una realidad espacial a partir de práctica o discurso cualquiera y concreta. Los paseos de los informantes, las trayectorias que describen su uso del espacio urbano, los discursos que dibujan y permiten fijar unas prácticas de ocupación de ese mismo espacio... participan en la producción de una determinada espacialidad, infundiendo a la experiencia de un particular ritmo socio-espacial (Corsín-Jiménez, 2001). En efecto, lo temporal no tendrá una incidencia sólo en cuanto antecedente que explica unas determinadas estructuras espaciales (la *producción del espacio* de una ciudad explicará una planificación urbana), sino que en la misma experiencia presente o sincrónica del espacio, actuará en la construcción de una espacio-temporalidad como expresión de lo social. El papel del *tiempo*, que había sido reducido a expresión de la profundidad histórica de una de-



terminada estructura material, crece al reencontrarlo en la articulación sincrónica de la espacio-temporalidad, en la configuración de un espacio ya no fijo sino que fluido.

3) ESPACIOS Y LUGARES EN CONSTRUCCIÓN

Pues bien, se propone la noción de *configuración espacial* como concepto que permite superar por una parte, la arbitrariedad de un espacio *naturalizado* con independencia de las agencias prácticas y discursivas de individuos y grupos, y por otra, la relación de *exterioridad* entre espacio y cultura, o más ampliamente entre lo espacial y lo social, como si lo cultural fuera pura dimensión ideacional enfrentada en condición de exterioridad a la materialidad del espacio. La configuración espacial refiere a ese proceso mediante el cual toda sociedad o grupo social desarrolla un ejercicio de significación y diferenciación del espacio bajo la forma de su apropiación, delimitación y/o definición funcional. Lo espacial como dimensión externa a lo social y como materialidad vacía, es transformado o reapropiado mediante su desplazamiento dentro de lo social y su carga simbólica. Pensemos por ejemplo en cualquier definición o construcción de territorialidad en un contexto urbano. Un grupo social X (una pandilla de jóvenes por ejemplo, o eventualmente un colectivo de inmigrantes) establecerá un conjunto de fronteras al interior de las cuales quedará clausurada una territorialidad, fronteras establecidas en base a una arbitrariedad no definida exclusivamente respecto de una condición material u objetiva del espacio sino también a un conjunto de elementos subjetivos, a un marco de significados determinados. En este sentido, veremos como cualquier identidad barrial va a construir una territorialidad no solamente a partir de las determinaciones físicas del espacio, sino que va a apelar también a un conjunto de valoraciones subjetivas al momento de construir ese mismo espacio. Del mismo modo, podríamos pensar una superación de la noción de barrio al ser subvertida por las nuevas espacialidades que inauguran



las poblaciones inmigrantes, que muchas veces no reconocen las fronteras y recorridos preexistentes.

En este sentido, la distinción entre una producción social y una construcción social del espacio, aplicada específicamente al espacio urbano por Setha Low, puede resultar apropiada para los fines de este trabajo. La *producción social del espacio* correspondería a un enfoque materialista para definir la emergencia histórica y la formación político-económica del espacio urbano, y que por lo mismo incluye factores de diversa índole: sociales, económicos, ideológicos, y tecnológicos (Low, 2000: 127-128). En esta línea de la producción social del espacio podrían ubicarse trabajos ya clásicos: el de David Harvey respecto a la redistribución del ingreso real en un sistema urbano, donde un determinado número de variables (localización de las oportunidades de empleo o de alojamiento) van a determinar una particular ecuación entre ingreso (salario) y distribución espacial (Harvey, 1979: 50); la comprensión del espacio como *tiempo cristalizado* desarrollada por Castells, que también acentúa la idea de un espacio producido socialmente, el espacio como un producto material en relación con otros, incluidas las personas como productos históricos que asignan al espacio una forma, función y significado social (Castells, 1996: 488).

Por su parte, la *construcción social del espacio* refiere a la experiencia simbólica del espacio mediada por los procesos sociales del intercambio, conflicto y control (Low, 2000: 127-128). En particular, Lawrence y Low desarrollan los conceptos de *entorno construido* y de *espacialización* como nociones que podrían describir las dimensiones que entran en juego en el marco de una construcción social del espacio (Lawrence-Zúñiga y Low, 1990). Así, la idea de entorno construido viene a describir la expresión material de una determinada interacción entre lo espacial y lo social y la de espacialización caracteriza la acción o el hecho mediante el cual se



construye aquel entorno, el hecho de localizar tanto física como conceptualmente, las relaciones sociales y las prácticas sociales en el espacio social (Low, 2002).

Finalmente, y también dentro de la perspectiva de la construcción social del espacio que reseñamos, el concepto de *lugar* adquiere utilidad analítica para describir las configuraciones espaciales de lo inmigrante que describiremos a continuación. Definido como aquella "...construcción concreta y simbólica del espacio... que es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan, y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa" (Augé, 2002: 57-58), el concepto de lugar permite el tránsito hacia una vinculación entre lo espacial y lo social que será fundamentalmente cultural, al estar mediado por esa construcción concreta y simbólica del espacio que es simultáneamente principio de identidad, y que se expresa además en las propiedades que se le suponen al mismo: en primer lugar, los lugares serán *identificatorios*, al definir un sentido de pertenencia, un sitio de donde se es, un lugar que define una residencia o un origen. En segundo lugar, los lugares serán *relacionales*, en tanto constituyen un orden dentro del cual se distribuyen posiciones, se distribuyen individuos y cosas en relaciones de coexistencia. Por último los lugares serán *históricos*, ya que requieren necesariamente que las identidades y relaciones fijadas tengan un mínimo de profundidad temporal que les otorgue estabilidad (Augé, 2002: 59-60).

Sin embargo, ¿dónde radica la novedad del concepto de lugar frente al de espacio? Michel de Certeau nos aporta un matiz importante a este respecto. En la reflexión de este autor un *lugar* será cualquier orden según el cual los elementos se distribuyen en relaciones de coexistencia, esto es, se plantea una distribución instantánea de posiciones en la que cada elemento ocupa un sitio propio, aquel que le corresponde. En este campo así estructurado entra a tallar el *espacio* al momento de considerar lo que el autor denomina vectores de dirección, cantidades de velocidad y



la variable del tiempo. De esta manera, entendemos que este enfoque del espacio permite ver todo lo que *no* hay de movimiento o acción en la definición de lugar: “...el espacio es un lugar practicado. De esta forma, la calle geoméricamente definida por el urbanismo se transforma en espacio por la intervención de los caminantes” (De Certeau, 2000: 129). El espacio sería de esta forma el movimiento concreto de quienes participan del lugar, los agentes individuales y colectivos que actualizan prácticas de uso y apropiación de los lugares que ocupan.

4) LO INMIGRANTE COMO EXPERIENCIA DESTERRITORIALIZADA

Es posible plantear una definición del acto de inmigrar lo suficientemente general como para introducirnos provisoriamente en este tipo de experiencias. Así, podemos decir que inmigrar consiste en el hecho de “...residir temporal o permanentemente en el territorio de un país que no es el de origen” (Giménez y Malgesini, 1997: 193-197). La experiencia inmigrante trataría entonces de un conjunto de prácticas socioculturales y de discursos que nos ilustran en el modo en que un determinado grupo de individuos caracteriza y significa el conjunto de situaciones que se derivan de un tipo particular de residencia. Pues bien, para el caso de esta experiencia es dable pensar que la residencia constituye no un dato más en el conjunto de elementos a considerar al momento de realizar cualquier análisis, sino algo que adquiere un carácter fundamental si entendemos que su transformación, mediada por la experiencia del viaje, da nacimiento o hace emerger a un nuevo grupo, el inmigrante.

Por otro lado, también es posible liberar el concepto de migración de sus aspectos estrictamente residenciales para hacer énfasis en la diversidad de dimensiones que este desplazamiento implica. Así, se ha propuesto entenderlo como “... el tránsito de un espacio social, económico, político y/o cultural a otro, con el fin de



desarrollar un determinado proyecto y tratar de responder a unas determinadas expectativas personales o de grupo” (Lacomba, 2001). Lo interesante de esta definición es que, además de ampliar el concepto, mantiene latente la cuestión de los efectos que este tránsito o desplazamiento suponen. Al centrarnos en los efectos del desplazamiento, se observa como de manera implícita emerge un cuestionamiento a aquella concepción de la cultura que la concibe localizada tanto espacial como temporalmente clausurada en el territorio con el que se la identifica. En efecto, el concepto de *desterritorialización* permite una aproximación a las experiencias inmigrantes como la suspensión o puesta entre paréntesis de aquella noción que entiende que los sistemas culturales encuentran su clave en la relación con un territorio determinado (García Canclini, 1990: 288). En la misma dirección apunta el concepto de *culturas multilocales*, esto es, culturas que no remiten a límites geopolíticos específicos, como si en éstas hubiera a priori una “...aptitud para recrear una cultura en diversas localizaciones” (Clifford, 1999: 305).

Podemos esperar entonces que las experiencias inmigrantes puedan ser entendidas como experiencias desterritorializadas, en tanto suponen una conciencia de al menos dos imaginarios culturales, cada uno con sus propios ambientes y espacios, inhibiendo de este modo la relación unívoca de una cultura y un territorio e introduciendo al mismo tiempo una tensión que es una redefinición de lo que constituye lo local para estas poblaciones en movimiento, donde la co-presencia física deja de ser un factor de carácter imprescindible. Por eso, las comunicaciones que posibilitan los nuevos espacios urbanos creados por la inmigración pueden caracterizarse precisamente por unas sociabilidades que actualizan lo local en diferentes espacios, creando un nuevo espacio no clausurado en el contexto de origen o en el de recepción.



Asumido el proceso de desterritorialización inherente a la experiencia inmigrante, y ya inmersos en el contexto urbano receptor de la inmigración, se hace necesario pensar la reterritorialización o re-espacialización de las formas socioculturales de los grupos migrantes, tanto si tienen su anclaje en los dominios públicos como en los privados. ¿Por qué decimos esto? En primer término, por la importancia que lo espacial tiene como construcción social en términos de identidad cultural, prácticas sociales y discursos. La idea de una configuración espacial de la cultura expresada en las nociones de *espacialización* o de *lugar* como construcción simbólica del espacio, constituyen aproximaciones que refuerzan la vinculación que describimos. En segundo lugar, porque la experiencia inmigrante en tanto experiencia de ruptura y *desplazamiento* respecto de un entorno determinado (el de la sociedad de origen) constituye un momento y lugar privilegiados para observar un proceso de re-espacialización, o una nueva espacialización si se quiere, en el marco de la sociedad de llegada. Y por último, porque es posible suponer que el grupo cultural en cuestión, el inmigrante, pondrá en juego diversas estrategias de construcción espacial en el nuevo escenario, el de la sociedad de llegada. En este sentido, podrá utilizar y/o recrear elementos propios de la cultura de origen (Moreras, 1998)³, podrá generar nuevas estrategias o mecanismos, o quizás desarrollará una integración creativa de ambos (Aparici, 2001)⁴. Sin embargo, también se puede dar cuenta de

³ Moreras en su aproximación a un barrio barcelonés (El Raval) nos presenta una perspectiva que acentúa la ocupación del espacio público como reproducción del orden sociocultural de la sociedad de origen, donde el ámbito comercial adquiere importante visibilidad: "...conforme se instalan en nuestra sociedad, crean y desarrollan toda una serie de ámbitos y espacios con los cuales poder reconstruir parcialmente, el orden social y las referencias culturales propias de la sociedad de origen, así como reinterpretar su posición en la sociedad que les acoge. De este proceso, lo que primero se destaca visualmente es la aparición en la ciudad de diferentes espacios comerciales y asociativos de estas comunidades" (Moreras, 1998).

⁴ La etnografía de Aparici, también en el barrio de El Raval, ilustra bien este proceso de apropiación del espacio urbano que integra la recreación de elementos propios del contexto de origen y su redefi-



procesos de espacialización ya no como una extensión de las prácticas propias de la sociedad de origen, sino como algo que opera en un sentido contrario o al menos como algo que significa el espacio de recepción sólo en términos instrumentales, sometiéndolo a una particular temporalidad o transitoriedad, despojándolo de elementos que refieran a los contextos de origen (Barou, 1998)⁵.

En definitiva, vemos cómo estas poblaciones en movimiento en tanto experiencias desterritorializadas estructuran diversas posibilidades de espacialización de sus prácticas socioculturales. A continuación se presentan algunas expresiones concretas de estos procesos en el espacio urbano de la ciudad de Madrid.

5) CONFIGURACIONES ESPACIALES DEL COMERCIO INMIGRANTE

Nos concentramos en dos tipos de espacios comerciales que imponen notorias transformaciones en el espacio urbano de la ciudad de Madrid y que ilustran al mismo tiempo la diversidad de usos y los procesos de apropiación del espacio por parte de las poblaciones inmigrantes⁶. Las *tiendas de alimentación*, espacios comer-

nición en el contexto de recepción: "...un grupo de chicos de ascendencia pakistaní juega al cricket. Con la pelota y el bate reglamentario convierten el asfalto mediterráneo en un remedo de campo de juegos británico. Este hecho se puede leer como el mantenimiento de una actividad generadora de identidad por cuanto es un elemento que importan los chicos a su nueva ciudad, aunque por mucho que repitan una acción que consideran propia y conocida, la recreación en un entorno diferente les redefine a ellos también" (Aparici, 2001).

⁵ Es el caso por ejemplo de la *vivienda autoconstruida* por inmigrantes norteafricanos en Marsella estudiada por Barou. Como desarrolla el autor, en ella la oposición columna central/viga maestra que se ha considerado símbolo de la oposición complementaria femenino/masculino, es reservada para la casa en el lugar de origen (la verdadera casa o la casa madre), mientras que la vivienda en la sociedad de recepción es siempre vista en términos provisionales, cuestión que se expresa también en la escasez de ritos sacrificiales que marcan las diferentes etapas de su construcción (Barou, 1998: 79-80).

⁶ Parte importante de la data con que trabajamos fue producida en el marco del proyecto de investigación "Aproximación al imaginario cultural del espacio urbano de las comunidades inmigrantes residentes en Madrid". Departamento de Investigación Nueva Sociología (i+d) de la Universidad Pontificia Salamanca-Campus de Madrid. Para recoger la información nos hemos valido de las técnicas cualita-



ciales especializados en la venta de productos de alimentación tanto importados desde los países de origen de la inmigración como locales, y los *locutorios*, espacios comerciales especializados en la oferta de servicios de comunicación (llamadas telefónicas, envío de fax, acceso a Internet, envío de dinero, paquetería...), constituyen formas comerciales de reciente implantación que se extienden de manera relativamente homogénea en distintos barrios de una ciudad en la que Buckley observa respecto que los inmigrantes se sitúan en espacios muy diversos (desde los más ricos a los más pobres), sin ofrecer grandes concentraciones. En general no predomina una nacionalidad sobre las otras y siempre la población española es mayoritaria (Buckley Iglesias, 1998: 286).

La idea de *enclave* o *economía étnica* tradicionalmente ha sido utilizado para referirse a las actividades económicas de las poblaciones inmigrantes o de las minorías étnicas en contextos urbanos y rurales. Constituye una noción usada para referirse a la existencia de agrupaciones o concentraciones de personas pertenecientes a un determinado grupo étnico (o religioso o lingüístico) fuera de su territorio de origen y dentro, por lo tanto, de un territorio ajeno (Giménez y Malgesini, 1997). Así, uno de los debates que ha venido a instalarse en relación versa sobre si se trata de concentraciones definidas en términos ocupacionales o residenciales, esto es, si la concentración de población inmigrante o étnicamente diferenciada responde al emplazamiento de la actividad comercial-laboral o de la vivienda de las mismas poblaciones. En nuestro caso, si bien pueden observarse algunos patrones de concentración de los comercios en algunos barrios, es imprescindible hacer notar que se trata de formas comerciales con una presencia bastante extendida en la ciudad.

tivas de la observación participante y la entrevista semiestructurada, y hemos desarrollado el trabajo de campo en distritos de la ciudad de Madrid en que los porcentajes de población extranjera son los más altos respecto del total de población de los mismos.



Sin embargo, otra dimensión que viene a definir la noción de enclave étnico, y de la que se colige la existencia de una actividad comercial ad-hoc, dice de la relación entre la presencia de comunidades étnicas o de inmigrantes y sus propias necesidades (culturalmente específicas) de bienes y servicios — también llamadas necesidades *intrínsecas* (alimentación, religión, ocio)—, que requieren de una oferta especializada (Aramburu, 2002), y las que derivan de su condición de foráneos (comunicación con su tierra, envío de remesas, asesoramiento jurídico, aprendizaje de la lengua local) (Buckley Iglesias, 1998). Las tiendas de alimentación y los locutorios constituyen comercios en los que no necesariamente se observa una orientación del negocio hacia las necesidades o demandas específicas de una comunidad inmigrante en particular, sino que más bien presentan una amplia gama de orientaciones en que la oferta de productos y/o servicios incluye también la demanda de parte tanto de otras comunidades inmigrantes como de la misma población local. Como se verá más adelante esto tiene una particular relevancia en la diversidad de prácticas que allí se suceden, en su dinámica interna y en definitiva, en las distintas formas que adquiere la apropiación de estos espacios. No obstante, es necesario señalar que nuestra investigación no se ha focalizado en una zona o enclave étnico particular de la ciudad, sino que más bien se ha trabajado a partir de casos de comercios distribuidos en barrios con una alta presencia residencial de población inmigrante.

En otro orden de cosas, el del contexto en que se desenvuelven los actuales flujos migratorios, es éste un contexto marcado por el veloz desarrollo de los medios de comunicación y transporte, donde la migración adquiere un carácter que le otorga una novedad respecto de anteriores movimientos poblacionales: se trata de la *simultaneidad*, nueva propiedad de vínculos que es posible sostener por parte de comunidades con anclajes en los territorios de origen y de destino, o si se quiere, en los distintos puntos en los que las comunidades transnacionales se desarrollan



(Besserer, 1999). La *transnacionalidad* es la emergencia de un proceso social en el cual los migrantes establecen campos sociales que cruzan fronteras geográficas, culturales y políticas, aún cuando queda planteada la pregunta por la expresión concreta de estos procesos, ya sea en la actualización de un *flujo cultural* o en una nueva *red de relaciones sociales* (Glick Schiller, Basch *et al.*, 1992).

Nuestra hipótesis es que la formación de estos nuevos campos sociales transnacionales utilizan como soporte material los espacios urbanos, de los que se apropian en la lógica que hemos venido planteando. Es así en particular en los espacios comerciales que han sido objeto de nuestra investigación. Como se verá a continuación, los espacios comerciales constituyen este soporte tanto a los efectos de permitir un importante flujo cultural compuesto de comidas, entretenimientos, bienes y servicios en general, donde pueden inscribirse las tiendas de alimentación que se observan en Madrid, y lo son también en la medida en que constituyen nodos para la construcción de redes (materiales o virtuales) migratorias que enlazan varias sociedades o grupos. En este sentido, los locutorios —nodos en la urbe de las redes sociales migratorias, conforman los soportes materiales, tecnológicos y sociales que facilitan la comunicación entre colectivos o comunidades en distintos territorios nacionales—, se convierten en lugares para la construcción de lo transnacional.

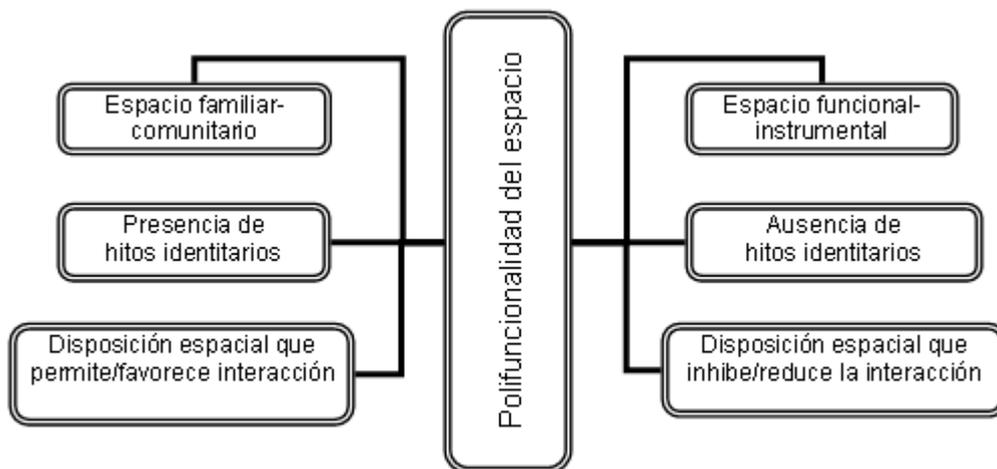
En esta perspectiva, las formas contrapuestas de formación y apropiación del espacio urbano en las ciudades globales, analizadas por Saskia Sassen, ilustran en alguna medida lo que se ha venido sosteniendo. Existiría por una parte una forma urbana de la ciudad global cuyo correlato sería la economía postindustrial, que se presenta como parte de la economía global, recargada de internacionalismo. Por otro lado tendríamos la forma urbana representada por las comunidades inmigrantes, encarnación del retraso o estancamiento cultural y económico, incrustada en el territorio económico, social y cultural de los vecindarios y de las tradiciones particula-



ristas (Sassen, 1997). Precisamente, en la medida en que se busquen los puntos de encuentro o las yuxtaposiciones entre estas dos formas de apropiación del espacio urbano, que aparecen en principio como compartimientos estancos a primera vista incomunicados, es que es posible observar la emergencia de los espacios urbanos de la inmigración como territorios en que se superponen fuerzas supuestamente contrapuestas, como territorios locales al mismo tiempo que globales. Así por ejemplo, los locutorios, nodos en la urbe de las redes sociales migratorias, que conforman los soportes materiales, tecnológicos y sociales que facilitan la comunicación entre colectivos o comunidades en distintos territorios nacionales, y que se convierten en lugares concretos para lo transnacional.

Pues bien, en nuestro caso estos procesos de apropiación del espacio urbano se relacionan directamente con un conjunto de variables que determinan la configuración del espacio de los comercios inmigrantes en Madrid. De manera específica y diferenciada esto se manifiesta en elementos tales como la organización del espacio interior de estos comercios, la presencia de un conjunto de hitos identitarios (bajo la forma de una ambientación si se quiere) que huellan el espacio, la organización y/o gestión interna del negocio, los usos concretos del espacio, los tipos de interacciones sociales que se pueden observar y los participantes de las mismas. El siguiente esquema⁷ sintetiza distintas formas en que pueden presentarse estos elementos:

⁷ El esquema no propone una oposición rígida de los elementos que relaciona, sino que sólo presenta un conjunto de tendencias en la construcción social de estos espacios comerciales. No agotamos ni otras relaciones entre los distintos elementos ni las particularidades de algunos casos.



Antes de entrar a desagregar los factores que cooperan en la configuración de estos nuevos espacios urbanos de la inmigración, es necesario relevar una condición determinante de las construcciones sociales que se presentarán a continuación. Se trata de la *polifuncionalidad del espacio*. En efecto, tanto las tiendas de alimentación como los locutorios incorporan de manera bastante extendida un conjunto de otros productos o servicios que escapan a la definición que a priori podría elaborarse. Son negocios híbridos que dificultan en extremo la posibilidad de determinar cuál es el producto o servicio que ha dado originalmente identidad al espacio comercial.

Esta polifuncionalidad constituye una condición que repercute en las diversas expresiones o prácticas concretas de los usos de estos espacios comerciales, ya no solamente por los productos o servicios ofertados, sino que precisamente al absorber en su interior un conjunto de otros servicios, no necesariamente pagados, los nuevos espacios adquieren la propiedad de articular diversos ámbitos de la vida de los inmigrantes, fundamentalmente en los aspectos relacionados con el trabajo, con el ocio, y en términos generales, con la posibilidad de convertir estos lugares en espacios de reunión o encuentro para las comunidades inmigrantes. Bajo este pris-



ma se puede entender la presencia de diarios murales en la casi totalidad de los locutorios observados, en los que cualquier persona puede colgar avisos de distinta índole, por ejemplo relativos a la oferta y demanda de alquiler de habitaciones o pisos, demandas de trabajo, o demandas de artículos de cualquier especie. Esta apertura en las funcionalidades de los comercios es óptimamente reflejada en el siguiente extracto, tomado de un reportaje sobre los locutorios publicado en un periódico local dirigido a la población inmigrante, y en la descripción que de su propio negocio hace un comerciante:

“...Lugar de reunión, centro de negocio, club social... los locutorios telefónicos han irrumpido en los barrios de las ciudades españolas de forma paralela al aumento de la inmigración. Sin embargo, su uso está también dirigido a otros sectores de la población, como estudiantes extranjeros o padres de estudiantes españoles cuyos hijos residen en otras latitudes”⁸.

“...Habitaciones, por ejemplo, piso de alquiler, o de venta, información sobre números para otros países, la guía telefónica... es como un sitio de encuentro, como un sitio donde la persona va buscando lo que quiere, y lo consigue, ¿sabes?... además hay una pizarrita, por ejemplo, donde cada uno que quiere poner un anuncio va y lo pone”⁹.

La polifuncionalidad del espacio permite la transformación del mismo en nodo de la red social inmigrante, sobre todo si se comprende que estos espacios ya no sólo satisfacen las necesidades para las que fueron originalmente creados, sino que ayudan a resolver un conjunto de otras que escapan a lo específicamente comercial. Precisamente en la medida en que estos espacios son transformados por un conjunto de nuevas prácticas que comienzan a actualizarse en su interior, *el espacio comienza a ser reapropiado*.

⁸ Periódico *El Latinoamericano*. Enero de 2004, pág.11.

⁹ Entrevista a informante dominicana en distrito de Carabanchel. Regenta un centro de llamados o locutorio.



Con esto no se plantea que en los comercios autóctonos no puedan observarse esta diversidad de funcionalidades, particularmente en el caso del pequeño comercio (Gómez Crespo, 1994: 380), sino que para el caso de las experiencias inmigrantes que analizamos, este tipo de desdoblamiento resulta particularmente relevante a efectos de habilitar la reproducción social y económica de estas eventuales nuevas comunidades. En este sentido, se ha interpretado de manera diversa la particularidad de estos emprendimientos económicos inmigrantes, poniendo énfasis por ejemplo en su implantación como producto de una discriminación al interior de los mercados de trabajo locales o autóctonos, o bien acentuando la transitoriedad del proyecto migratorio, donde la eventualidad del retorno impulsaría una actitud instrumental respecto de la sociedad de destino que marcaría las decisiones económicas y la formación de estos espacios. Además, las condiciones de trabajo que se observan en éstos son especialmente complejas, especialmente en lo referido a la duración de la jornada laboral, base de la competitividad de muchos de estos negocios, cuestión que obliga a la optimización de los recursos internos de estos grupos y revela la importancia de la solidaridad comunitaria y del trabajo familiar (Cebrián de Miguel y Bodega Fernández, 2002: 563-564), uno de los elementos que caracterizan a gran parte de los comercios con que hemos trabajado.

De cualquier modo, si bien la primacía del factor cultural —la referencia a un conjunto de necesidades intrínsecas, modelos de comportamiento y características endógenas del grupo (Buckley Iglesias, 1998: 283)— se ha impuesto en los estudios sobre la economía étnica por sobre las condiciones materiales de la implantación de estos negocios, parece pertinente atender a la formación y al funcionamiento de estos comercios como fruto de una doble dinámica: por un lado la acción de los recursos internos de que dispone la comunidad o grupo en cuestión, y por otro la presión que ejerce la estructura externa de oportunidades en la sociedad de destino



de la emigración (Cebrián de Miguel y Bodega Fernández, 2002: 564). Es en el marco de esta tensión en que se estructura la construcción de estos espacios comerciales.

Sin embargo, además de la diversa funcionalidad y de la particular utilización de los recursos del grupo al interior de estos espacios comerciales, los mismos presentan otra especificidad que de cierta forma los distingue del pequeño comercio autóctono o local. Ésta se refiere a la notoria articulación de estos espacios en redes de negocio que trascienden el espacio local, redes de negocio que apuntan a la formación de un campo transnacional. Específicamente en esta línea, algunos autores distinguen los emprendimientos económicos, junto a otras acciones de orden político y sociocultural, como uno de los tipos de actividad donde actualmente se expresa la transnacionalidad del campo que inauguran estas poblaciones en movimiento (Portes, Guarnizo *et al.*, 1999: 220-223).

Pues bien, la observación de los tipos de interacciones sociales y las disposiciones del espacio interior de estos comercios ilustra la actualización de lo que algunos autores han distinguido como modelos de negocios alternativos, uno funcional y otro familiar (VV.AA., 2003: 18). El *modelo de negocio funcional* es aquel en que las relaciones que se establecen entre los participantes del espacio (comerciantes y clientes en principio) tienden a reducirse a los mínimos necesarios para los efectos de la transacción comercial. La funcionalidad remite a una caracterización de las relaciones sociales que allí ocurren en las que prima lo instrumental y una atención al público reducida a una relación de compra-venta. En concordancia con estos fines, el espacio es organizado de una manera particular, y puede describirse como aséptica, con ausencia de cualquier referencia que particularice a los individuos que allí se relacionan. Puede remitirnos metafóricamente a esa idea de *espacio objetivo* que señalamos anteriormente. La idea de un espacio homogéneo y a-histórico pare-

ce pertinente para entender la construcción funcional del espacio al interior de este tipo de comercios, donde aparte de la oferta de productos se manifiesta una ausencia de elementos que remitan a comunidad inmigrante alguna, y donde se favorecen interacciones instrumentales entre los individuos participantes. Ejemplo de ello es la observación de un conjunto de nuevos negocios de alimentación en Madrid, diferentes a las tradicionales tiendas en la medida en que constituyen verdaderas cadenas de supermercado, lugares donde si bien se mantiene una referencia general a “lo latinoamericano” o a “lo africano”, carecen de marcas que los particularicen de manera más específica. Ejemplo arquetípico de este tipo de negocio son también las *cadena*s de locutorios (ver FIGURA 1), locales comerciales que bajo el mismo nombre (a modo de sucursales) es posible encontrar en distintos barrios, especializándose en los servicios de comunicación (llamadas telefónicas) y transporte de bienes (dinero y paquetería) fundamentalmente.



FIGURA 1



FIGURA 2

En sentido contrario, pueden observarse también espacios comerciales caracterizados por una sociabilidad de carácter más *familiar*, habilitados para la satisfacción de un conjunto de necesidades propias de las comunidades inmigrantes,



que escapan a lo estrictamente comercial, y que permiten la transformación de estos espacios en lugares de encuentro, de acceso a informaciones relativas a empleo, alquiler de vivienda... Sin embargo, la diferencia entre los modelos de negocio familiar y funcional no debe verse reducida sólo a una caracterización de las interacciones entre los participantes del espacio comercial. Lo señalado por algunos comerciantes colombianos a este respecto resulta ilustrativo:

“A ver, éste es un negocio netamente familiar, sobre todo por lo que te comentaba, no es un negocio que produzca lo suficientemente para cubrir un puesto por un trabajador, que sin lugar a dudas dado el extenso horario se amerita, pero que dada la situación pues de, económica... una producción del negocio, pues no lo da. Entonces, que son negocios netamente familiar, en la cual se divide la jornada diaria... por la mañana de pronto, estar yo como puede estar mi hijo, o viceversa...”¹⁰

“Empecé con un capitalcito, y entonces resulta que tengo que pagar el alquiler de mi piso, el alquiler de este negocio, tengo que dar dinero para mi sustento y para mandar para mi país... Yo traje a la mujer y a la hija mía, y traje un hijo. Aquí estamos tratando de hacer entre los tres, turnándose en el trabajo... como se dice, a veces la unión hace la fuerza. Pienso dejar a la mujer aquí trabajando y yo trabajando un poco por fuera y así ayudarnos porque la situación no esta tan fácil”¹¹.

Así, la diferencia entre lo familiar y lo funcional se articula también en torno a la organización de los comercios mismos, o más precisamente, al vínculo que se establece entre las personas que participan de esa gestión. En efecto, es común ver la utilización de los recursos humanos familiares en distintos comercios que son atendidos por madres o padres junto a sus hijos, a veces acompañándose, a veces repartiéndose las tareas por turnos.

¹⁰ Entrevista a informante colombiano en el barrio de Usera. Regenta un centro de llamados telefónicos y acceso a Internet.

¹¹ Entrevista a informante colombiano en el barrio de Usera. Regenta una tienda de alimentación.



Sin embargo, nada está más alejado de nuestro interés que presentar una oposición rígida entre lo funcional y lo familiar, sino más bien entender que se trata sólo de extremos del continuo que representan las distintas formas comerciales inmigrantes. El *desplazamiento* que hay entre estas dos posibilidades de espacio (funcional-instrumental vs. familiar-comunitario), constituye a su vez el desplazamiento que permite que un espacio se convierta en *lugar*, en tanto que bajo la idea de lugar es posible pensar los espacios como escenarios de unas prácticas de resignificación y reapropiación de los mismos. La sociabilidad que se actualiza dice de la relación con la transformación de unos espacios originalmente diseñados con fines comerciales o laborales, a los que se les incorpora y yuxtapone un uso como centros de reunión u ocio por parte de las comunidades inmigrantes. Esta transformación o movimiento que señalamos es uno de los elementos que permite describir un espacio comercial que es apropiado como espacio comunitario¹².

“...Y éste es un sitio como de gente que viene a contar sus tristezas, sus amarguras, sus problemas ¿no?... Otros vienen a preguntarme, dicen que yo soy el abogado porque me preguntan sobre migración, preguntan sobre productos vencidos, me preguntan muchas cosas, o sea que esto parece como una ONG... o sea esto es una tienda de alimentación y es un servicio a la comunidad también. De españoles, de todos los países de Sudamérica, porque los del Este casi no hablan español sino le preguntaría a uno también, pero más que todo sudamericanos me hacen muchas preguntas sobre eso”¹³.

Por otra parte, se observan otros elementos que si bien no determinan el carácter comunitario o funcional de un negocio, al menos sí pueden constituir un co-

¹² La noción de *geografías temporales* para referirse a ese ritmo socioespacial en los usos y ocupación de los espacios públicos parece útil para entender como estos usos del espacio están sometidos a un cierto régimen temporal. En este sentido, hemos podido notar que aquello que podemos definir como “exceso” en los usos del espacio comercial se verifica en momentos específicos, fundamentalmente en las tardes-noches y los fines de semana, cuestión que puede relacionarse en gran medida con las jornadas de trabajo y la disposición de tiempo libre por parte de las poblaciones inmigrantes.

¹³ Entrevista a informante peruano en barrio Bellas Vistas, Tetuán.



rrelato de su formación. En este sentido, la funcionalidad que se ha descrito como característica de algunos espacios comerciales suele tener una manifestación concreta en la organización del espacio interior de los mismos, cuestión que tiene consecuencias directas sobre las interacciones que puedan producirse en ellos. Es el caso por ejemplo de las cadenas de locutorios que señalamos anteriormente (ver FIGURA 2), donde la colocación de vidrios de seguridad que protegen la ubicación de la cajas, separando drásticamente a la persona que atiende respecto de los clientes, y por otro lado la ausencia de una sala de espera en el interior del local, o al menos de una zona dispuesta con un mínimo de comodidades para ello, constituyen factores que dificultan e inhiben la posibilidad de desarrollar una sociabilidad que escape a lo puramente instrumental.

Junto a las condicionantes de la disposición espacial interior de estos comercios, se observa también un correlato en lo relativo a *la presencia o ausencia de hitos identitarios* que remitan a las comunidades inmigrantes o a sus territorios de origen específicos, y que permiten identificarlos en tal sentido. Se trata del conjunto de marcas de índole material que podemos ver en algunas ocasiones en la simple ornamentación o en la ambientación del interior del local, en la especificidad de los productos y/o servicios que se ofrecen, o en los grafismos dispuestos hacia la calle como llamada a un cierto tipo de clientela. Así, como ejemplos de ello pueden destacarse los relojes en las paredes con los usos horarios de los distintos países, las banderas nacionales de los mismos, las fotos de ciudades o de lugares turísticos del país de origen, etc. Del mismo modo que ocurre con las otras variables que presentamos, se actualiza un continuo que va desde la ausencia a la presencia de estos elementos, y que de acuerdo al esquema, si bien no es posible establecer estrictas relaciones de causalidad, sí se observan ciertas tendencias que vinculan los factores del modelo de negocio, la disposición espacial interior y la presencia/ausencia de



hitos identitarios. Por ejemplo, un comercio en que se encuentren ausentes este tipo de hitos presentará potencialmente condiciones que favorecerán la presencia tanto de usuarios autóctonos como de inmigrantes de diversa procedencia, mientras que uno que sí las presente favorecerá el desarrollo de dinámicas de carácter intracomunitario.

Con todo, se puede interpretar que la identificación de las comunidades inmigrantes con los respectivos países, regiones o localidades de origen, aparece en el caso de estos nuevos espacios urbanos *mediada* por la acción de estos hitos identitarios. En el contexto de la experiencia inmigrante, las identidades colectivas tienden a construirse en la delimitación de un territorio, o a reterritorializarse, y se sirven de la capacidad de los hitos identitarios para *evocar* esos territorios. Es sin duda ilustrador en esta línea atender a lo transnacional a partir de los movimientos en el plano de la cultura material, o si se quiere, observar las formas en que a través de los bienes la cultura se vuelve ubicua. En este sentido, Boruchoff ha señalado un conjunto de mecanismos mediante los cuales la cultura material —que en nuestro caso podrían ser los hitos identitarios que señalamos o los mismos productos importados que se transan en una tienda de alimentación—, puede describir formaciones de tipo transnacional. Emerge así la capacidad de los objetos para servir como *recuerdos* que generan continuidad entre espacios y tiempos, la forma en que permiten asociarse a personas y lugares geográficamente distantes, y elaborar asimismo *relatos de espacio* a través de los cuales se adquieran y expresen conocimientos compartidos de lugares lejanos y de sus habitantes, permitiendo que una población dispersa constituya comunidad (Boruchoff, 1999).

Memoria y relatos del espacio pueden articularse al momento en que nos preguntamos por las formas en que por ejemplo el consumo de productos propios de los contextos de origen puede delinear a las comunidades inmigrantes como expe-

riencias de desplazamiento en los planos espacial y temporal. Distintas observaciones realizadas en estos espacios permiten dar cuenta de los modos en que determinados bienes y objetos (una especie o aliño, una fruta o verdura, una fotografía, etc.) desencadenan un conjunto de discursos que a través de la expresión de emociones relacionadas con la nostalgia y la añoranza del lugar de origen, actualiza en toda su potencia la capacidad de los espacios y de determinados consumos para *evocar* o traer hacia el *aquí y el ahora* otros lugares y otros tiempos. Este movimiento de bienes y su capacidad de evocar y construir una nueva espacio-temporalidad hacen del espacio un lugar reapropiado.



FIGURA 3

Por otro lado, aunque también en el marco de las formaciones transnacionales que soportan la construcción de estos espacios urbanos, la perspectiva de redes puede ser útil al momento de describir la forma en que éstas dan origen y/o sostienen en el tiempo estos espacios comerciales. Se ha entendido que entre las propiedades de las redes se encuentra su capacidad para vincular de manera dinámica las poblaciones de la sociedad emisora y la receptora, construyendo mecanismos para obtener e interpretar información, y permitiendo observar los sistemas de migración más allá de las motivaciones de los actores individuales (Gurak y Caces,



1998). En la misma línea se ha visto que el proceso migratorio inserta a los individuos en “un conjunto de relaciones recíprocas que con frecuencia traen consigo una obligación de ayuda mutua, de dar cobijo o de buscar trabajo... Otro fenómeno central es la transmisión de información a través de estas relaciones sobre los lugares en donde se encuentra trabajo, sobre las posibilidades de llegar al destino sin problemas o sobre la situación laboral sin más” (Martínez Veiga, 1997: 132-133). Para el caso que nos ocupa las redes migratorias dejan ver su influencia al determinar en muchos casos la formación de estos comercios y la posterior organización del trabajo al interior de los mismos. La formación de una tienda de alimentación o de un locutorio estará en muchas ocasiones determinada por la existencia de redes de parentesco que permitan amortiguar los costos de diversa especie que suponen este tipo de emprendimientos empresariales. En este plano, las dificultades al momento de instalar un negocio permiten observar de forma concreta la funcionalidad de las redes en esta dirección:

“...mi hermana trabaja en Caja Madrid, solicitó un préstamo y mediante el préstamo nos hicimos a este negocio... Y nos costó mucho conseguir un puesto, pues íbamos que si éramos colombianos y todo el mundo nos decía que está arrendado, ¿me entendés? o sea es muy difícil, como cuando uno alquila un piso... Estábamos pensando lo primero que resultara, fuera un bar, una tienda, simplemente estar más de cuenta de uno”¹⁴.

Ahora bien, tampoco debemos menospreciar el papel que juegan otro tipo de relaciones al interior de los comercios inmigrantes. Se trata de relaciones de trabajo en que prima lo *contractual*, las relaciones instrumentales entre individuos, con independencia de su pertenencia a alguna comunidad inmigrante en particular. Así, en ocasiones adquieren visibilidad los tratos que vinculan a individuos de distintas

¹⁴ Entrevista a informante colombiano que regenta una tienda de alimentación en el distrito de Tetuán.



comunidades inmigrantes, y en otras lo que se produce es la contratación de empleados inmigrantes por parte de individuos o empresas locales.

Finalmente, un último factor que nos interesa relevar dice de la relación con los tipos de usuarios que participan de la interacción en el interior de estos espacios y que determinan a su vez distintas apropiaciones. La pesquisa realizada nos permite comprender que ésta no es una variable que se presente de manera aislada, sino que lo hace presenta en una relación de mutua determinación con las otras variables ya tratadas, como la disposición espacial, la presencia/ausencia de elementos identitarios de las comunidades inmigrantes, la familiaridad o funcionalidad en el negocio, entre otras. Por un lado, puede distinguirse una interacción de carácter *intracomunitaria*, entendida como aquella que se realiza entre miembros de la misma comunidad inmigrante, y que por lo mismo tiende a que las relaciones sociales que se producen en su interior sean de un orden más bien comunitario. Cuando decimos relaciones sociales de orden comunitario nos referimos a relaciones caracterizadas por la familiaridad, y en este caso, por que consideran a quienes participan de ella como individuos que comparten una identidad definida por el lugar o el país de origen. Por otra parte, estaría la interacción de carácter *intercomunitaria*, que contrariamente a la anterior, será aquella interacción en que se vinculan personas de distintas comunidades inmigrantes, inhibiendo la creación en su interior de vínculos de carácter familiar o comunitario frente al predominio de las relaciones instrumentales.

6) CONCLUSIÓN

La aproximación al fenómeno migratorio que se ha presentado parte del supuesto de que como experiencia de desplazamiento, de ruptura o de tránsito de un territorio a otro, éste constituye un ámbito privilegiado para observar los procesos de construcción del espacio urbano en que las nuevas poblaciones se insertan. Más



allá de los esencialismos que anclan la cultura a un territorio determinado, la introducción de nuevos grupos sociales en un nuevo contexto urbano permite visualizar su capacidad para re-territorializarse, y por lo mismo, para participar en la construcción de nuevos espacios. La investigación desarrollada en torno a dos tipos de espacios comerciales inmigrantes de extendida presencia en Madrid, ha permitido dar cuenta de algunas formas en que concretamente se desarrollan estos procesos.

Más allá de las producciones imaginadas que suponen los vínculos de tipo transnacional¹⁵, se ha propuesto que los espacios comerciales de la inmigración constituyen escenarios particularmente críticos por dos cuestiones fundamentales. Por una parte, porque son espacios singulares, creados con una finalidad comercial, pero donde se actualizan usos del espacio e interacciones que contribuyen a la reproducción de formas comunitarias entre las poblaciones inmigrantes. Por otra parte, y solidariamente con lo anterior, porque estos espacios operan como soportes materiales y tecnológicos que permiten reproducir los vínculos de orden transnacional (se ha señalado la diversidad de servicios que prestan), convirtiéndose en lugares concretos al servicio de lo transnacional.

De esta manera, y partiendo de la condición de polifuncionalidad del espacio como elemento determinante, se ha visto como la configuración de estos espacios pone en juego distintas variables y matices. En este sentido, se ha caracterizado la coexistencia de dos modelos de negocio que operarían a la manera de un con-

¹⁵ Appadurai ha desarrollado el lugar que ocupa la *imaginación* en la producción de lo local en contextos de globalización: "La imaginación se volvió un campo organizado de prácticas sociales, una forma de trabajo (tanto en el sentido de realizar una tarea productiva, transformadora, como en el hecho de ser una práctica culturalmente organizada), y una forma de negociación entre posiciones de agencia (individuos) y espectros de posibilidades globalmente definidos... La imaginación es central a todas las formas de agencia, es un hecho social en sí mismo y es el componente fundamental del nuevo orden global" (Appadurai, 2001: 45).



tinuo que va de lo familiar a lo funcional, y se ha visibilizado la organización del espacio interior de estos comercios como un conjunto de condiciones que favorecen o inhiben, dependiendo del caso concreto de que se trate, el carácter de las interacciones sociales en su interior. Por otro lado, la transformación de estos espacios en nodos de las redes sociales inmigrantes ha sido un elemento particularmente visible en la exploración que se ha realizado, dado que en estrecha relación con el atributo de polifuncionalidad de estos espacios, se ha observado cómo estas redes se actualizan precisamente en el momento en que estos espacios comienzan a dejar de ser pura y exclusivamente comerciales para transformarse en espacios comunitarios, mediando por ejemplo en informaciones claves en lo relativo a lo laboral o al uso del tiempo libre. Por un efecto de *exceso*, la construcción de estos espacios desborda lo comercial para extenderse sobre otros ámbitos de las experiencias inmigrantes.

Paralelamente, además del proceso de apropiación concreta que describimos respecto del emplazamiento de estos nuevos espacios urbanos, emerge una nueva forma de sociabilidad como efecto de la pérdida del isomorfismo entre la localización espacial y las interacciones cotidianas, lo que anteriormente señalamos como *experiencia desterritorializada*. Considérese en este sentido el incremento de los flujos migratorios y el desarrollo de los medios electrónicos y virtuales de comunicación que Appadurai ha descrito como condicionantes de la producción de lo local en contexto de globalización; lo que se nos presenta es la actuación conjunta entre unas localidades (que el autor denomina *vecindarios*) con una dimensión espacial material en que se fijan unas comunidades con un anclaje territorial concreto, y otras de carácter virtual en las que se representa la ausencia de relaciones cara a cara y de contigüidad espacial, que ponen en circulación un flujo de ideas, dinero, bienes, apoyos y solidaridades que aterrizan de manera inmediata en mundos —públicos y privados— altamente localizados (Appadurai, 2001: 202-207). Pues bien, los espa-



cios comerciales que hemos analizado responden ilustrativamente a esta doble lógica de localización: tenemos por una parte un conjunto de prácticas y discursos de espacialización que adquieren vigencia específica en los espacios apropiados por el comercio inmigrante en Madrid; y por otra parte, se observa nítidamente su actuación como soporte de nuevas localidades virtuales, tanto al especializarse precisamente en los flujos de bienes, de dinero y de información, como al cooperar a su vez en la formación de unas comunidades de nuevo cuño.

Estas nuevas comunidades o las formas identitarias que actualizan, requieren ser pensadas como formaciones fracturadas, fragmentadas, fruto de nuevos procesos de representación, conformadas a partir de múltiples discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos (Hall, 2003: 17). Como una multiplicidad que se expresa en la doble lógica de localización espacial y virtual, y que obliga por lo mismo a la construcción de subjetividades siempre posicionales y estratégicas, como son las de aquellos grupos o individuos que se movilizan y apropian de estos nuevos espacios. El desplazamiento que suponen las experiencias inmigrantes permiten visualizar de manera privilegiada los procesos de construcción social de los espacios urbanos receptores de los flujos migratorios internacionales, en este caso como escenarios de una reproducción cultural desterritorializada, comunicando contextos, lugares, territorios de origen y de recepción.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparici, I. (2001). "Todos los colores en gris. Inmigrados en el espacio público del Raval Barcelonés". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. n° 94 (44) <http://www.ub.es/geocrit/sn-94-44.htm>
- Appadurai, A. (2001). *La Modernidad Desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Montevideo, Trilce-FCE.
- Aramburu, M. (2002). "Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del "inmigrante" como categoría social". *Scripta Nova. Revista*



Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Vol VI, nº 108.
<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm>

- Augé, M. (2002). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona, Gedisa.
- Barou, J. (1998). *Génesis y evolución de una aldea urbana. Una agrupación de emigrantes argelinos en un conjunto de manzanas del distrito XVI de Marsella*. En: M. Fernández-Martorell, *Leer la ciudad. Ensayos de antropología urbana*. Barcelona, Icaria Editorial.
- Besserer, F. (1999). *Estudios transnacionales y ciudadanía transnacional*. En: G. Mummert, *Fronteras fragmentadas*. México, Colmich.
- Bollnow, O. (1969). *Hombre y espacio*. Barcelona, Labor.
- Boruchoff, J. (1999). *Equipaje cultural: objetos, identidad y transnacionalismo en Guerrero y Chicago*. En: G. Mummert, *Fronteras fragmentadas*. México, Colmich: 499-518.
- Buckley Iglesias, M. (1998). "Inmigración y comercio en Madrid. Nuevos negocios para nuevas gentes". *Anales de Geografía de la Universidad Complutense* nº 18: 283-297.
- Castells, M. (1996). *La era de la Información. La sociedad red*. Madrid, Alianza.
- Cebrián de Miguel, J. y M. I. Bodega Fernández (2002). "El negocio étnico, nueva fórmula de comercio en el casco antiguo de Madrid. El Caso de Lavapiés". *Estudios Geográficos*, LXIII, 248/249: 559-580.
- Clifford, J. (1999). *Itinerarios transculturales*. Barcelona, Gedisa.
- Corsín-Jiménez, A. (2001). *On Space as a Capacity*. University of Oxford.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano 1: Artes de hacer*. México, Universidad Iberoamericana.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo
- Giménez, C. y G. Malgesini (1997). *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid, La cueva del oso.
- Glick Schiller, N., L. Basch, et al. (1992). *Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration*. En: N. Glick Schiller, L. Basch y C. Blanc-Szanton, *Towards a transnational perspective of migration. Race, class, ethnicity and nationalism reconsidered*. New York, Annals New York Academy of Sciences: 1-24.
- Gómez Crespo, P. (1994). *El papel económico y social del pequeño comercio: un modelo de análisis*. Tesis Doctoral. Departamento de Sociología y Antropología Social. Universidad Autónoma de Madrid.



- Gurak, D. y F. Caces (1998). *Redes Migratorias y la formación de sistemas de migración*. En: G. Malgesini, *Cruzando Fronteras. Migraciones en el sistema mundial*. Barcelona, Icaria: 75-112.
- Hall, E. T. (2003). *Proxemics*. En: D. Lawrence-Zúñiga y S. Low, *The anthropology of space and place: locating culture*. Oxford, Blackwell: 51-73.
- Harvey, D. (1979). *Urbanismo y desigualdad social*. Madrid, Siglo XXI.
- Lacomba, J. (2001). "Teorías y prácticas de la inmigración. De los modelos explicativos a los relatos y proyectos migratorios". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* nº94 (11). <http://www.ub.es/geocit/sn-94-3.htm>
- Lawrence-Zúñiga, D. y S. Low (1990). "The built environment and spatial form". *Annual Review of Anthropology*, nº 19: 453-505.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford, Blackwell.
- Low, S. (2000). *On the plaza: the politics of public space and culture*. Austin, University of Texas Press.
- Low, S. (2002). *Spatializing culture. The social production and social construction of public space in Costa Rica*. En: S. M. Low, *Theorizing the city: the new urban anthropology reader*. New Brunswick, New Jersey, Rutgers University Press: 111-136.
- Martínez Veiga, U. (1997). *La integración social de los inmigrantes extranjeros en España*. Madrid, Trotta.
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona, Ediciones Península.
- Moreras, J. (1998). "Raval: espacio de convivencia, espacio de negociación". *Conferencia Escenas de lo extranjero*. Retrieved Marzo 2003, <http://www.cccbxaman.org/Raval/e4a4/pane2.htm>.
- Portes, A., L. E. Guarnizo, et al. (1999). "The study of transnationalism: pitfalls and promise of an emergent research field". *Ethnic and Racial Studies* 22(2): 217-237.
- Sassen, S. (1997). *Ethnicity and space in the global city: a new frontier?* En: M. Delgado, *Ciutat i immigració*. Barcelona, Centro de Cultura Contemporánea: 209-226.
- Soja, E. W. (1990). *The spaciality of social life: towards a transformative retheorisation*. En: G. Derek y J. Urry, *Social relations and spatial structures*. Londres, Macmillan.
- VV.AA. (2003). *Catálogo de la exposición Nuevas Cartografías de Madrid*. Madrid, La Casa Encendida.



Protocolo para citar esta versión: Garcés H., A., 2006, “Configuraciones espaciales de lo inmigrante: usos y apropiaciones de la ciudad”, en Papeles del CEIC, vol. 6, nº 20, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco, <http://www.ehu.es/CEIC/papeles/20.pdf>

Fecha de recepción del texto: **octubre de 2005**

Fecha de evaluación del texto: **diciembre de 2005**

Fecha de publicación del texto: **marzo de 2006**