

La Transformación de los Espacios Étnicos de la Colectividad Coreana en Buenos Aires a partir de la Crisis 2001 en Argentina

Jung-Eun Lee*

University of Buenos Aires, Argentina

Lee, Jung -Eun (2019), "The Transformation of the Ethnic Spaces of the Korean Community in Buenos Aires, Starting from the Argentine Crisis of 2001"

ABSTRACT

The Argentine crisis of 2001 not only had a huge socio-economic and psychological impact on the society, but also strongly affected the Korean migrant community. It led in the first instance, to the re-emigration of half of its population, which implied a breakdown or inflection in both the social life of the community and the productive chain of its ethnic enclave. The ethnic economy, linked dominantly to the garment industry, also underwent a structural and locational transformation, responding to the changes brought by the crisis in the process of economic and social recovery.

In that sense, this paper explores the consequences of the crisis in the community in terms of the spaces and everyday practices, and it examines how the ethnic enclave operated as a facilitator in reconsolidating the collective identity as well as the co-ethnic relations in the migrant community through generations due to the social capital.

However, in comparison with the old enclave known as *Baek-ku*, the newly constructed ethnic enclave *Ave* exhibits different characteristics in the spatial configuration, in which the 1.5 and second generations play a key role. In this respect, the paper analyses the landscapes of these places where the ethnic subjectivity and social identity are formed, which allows this paper to observe various layers of interactions within and across national and cultural boundaries, as well as the transnational networks in the global context.

Key Words: ethnic enclave, Argentina's crisis, place-making, cultural geography, transnationalism

* Jung-Eun Lee is a PhD student of Faculty of Social Science at University of Buenos Aires and researcher at Gino Germani Research Center, Argentina (arescolee@gmail.com).

INTRODUCCIÓN

Los años '80 y '90 son considerados la “época de oro” de la migración coreana en Argentina. La presencia de la comunidad no sólo era visible en los medios de comunicación, sino también en la academia, que comienza a interesarse por este proceso migratorio. Mera (1998), Courtis (2000) y Bialogorski (2004) han demostrado las características del fuerte agrupamiento espacial y étnico de la comunidad coreana, y su importancia en las etapas iniciales de la migración. En particular, Sassone y Mera (2005) utilizan el concepto de “*enclave étnico*”¹, llamado comúnmente “barrio coreano” en Argentina, para indagar en el fenómeno de la concentración de la actividad comercial de este grupo migrante en la industria textil, y el mecanismo económico que favorece la cohesión étnica y socio-territorial en la ciudad de Buenos Aires.

Sin embargo, este mecanismo “autosuficiente” no frenó la fuga de la mitad de los migrantes coreanos hacia el exterior a raíz de la crisis económica y social del 2001. Frente a la agudización de la crisis, la gran parte de los talleres, fábricas y comercios en manos coreanas cerraron debido a la desaceleración del consumo. En este contexto, algunas familias migrantes buscaron otros destinos que les parecieran más prometedores y seguros, y donde sus conocimientos y experiencias resultaran útiles. En este contexto, la mitad de su población decidió irse del país, mientras la otra mitad experimentó una reestructuración interior del *enclave étnico* y el desplazamiento de la ubicación espacial del barrio coreano.

Varios académicos argentinos coinciden en que esta crisis no solo afectó a todos los habitantes del país en términos económicos, sino que también causó un derrumbe social, impactando en amplios aspectos de la vida de los residentes y sus proyectos individuales y colectivos, lo que marcó núcleos duros de las memorias colectivas de la Nación (Grimson 2004; Aronskind 2009). La consecuencia en este grupo particular podría haber consistido en “retrotraer” a los hijos de los migrantes al enclave étnico, debido a la necesidad de ayuda económica y laboral por la parte de sus padres o la colectividad y también los factores beneficiosos de inserción económica en términos del capital social (Mera 2012; Kim 2016).

Así, la crisis del 2001 repercutió en los espacios de la comunidad,

1 Se llama enclave étnico al fenómeno por el cual se concentra un grupo de inmigrantes en un espacio distintivo, estableciendo negocios y empresas que sirven tanto al mercado étnico como al mercado general (Portes y Manning 1986). Para los migrantes, es un nicho económico que posibilita las oportunidades de trabajo y posiciones económicas en el país del destino.

junto con los cambios que se venían desarrollando desde la década de los '90 a partir de las políticas neoliberales, pero acelerados después de dicha crisis². En este marco, la zona comercial de *Avellaneda* se volvió el corazón del enclave étnico. Esta reconfiguración espacial, en principio, debe comprenderse como parte del resultado de las estrategias comerciales y económicas que tomaron los migrantes de una manera colectiva, respondiendo a la transición de la estructura y dinámica del mercado local de la industria textil, impulsadas por dicha crisis, con el objetivo de re-articularse.

En este sentido, esta investigación se enfoca en explorar el proceso de la recuperación de dicha crisis por parte de la comunidad y rastrear sus repercusiones en sus espacios étnicos. Por un lado, vamos a analizar modos en que se delinearón las condiciones de las prácticas cotidianas de la comunidad coreana en que las generaciones jóvenes continúen la tradición e identidad coreanas conservadas por sus padres y abuelos. Por el otro, desde la perspectiva de geografía, se interpretarán las nuevas prácticas espaciales, en tanto tradicionales/étnicos y no-tradicionales/no-étnicos, así como las relaciones dentro y fuera de la comunidad, y un interés comercial en común.

MARCO TEÓRICO

El enclave étnico no es un lugar simplemente estratégico de los migrantes. Por el contrario, el enclave étnico funciona como un complejo socio-económico dentro de sus propios límites. Tanto las fuerzas internas (como el faccionalismo o la solidaridad dentro de la comunidad, la movilización comunitaria, los canales de comunicación e información y el cambio social), como las externas (como las situaciones en los países originarios de los inmigrantes, la reestructuración económica global, la dualidad de la economía étnica, y las políticas nacionales) causan formación y transformación de enclaves étnicos (Jaret 1991).

Por otro lado, en esta realidad colectiva, sus miembros poseen símbolos, un territorio, una historia en común, comparten y crean un modo de sentir, comprender y actuar y formas de vida compartidas, que se expresan tanto en el espacio como las instituciones, que entendemos como cultura del lugar (Villoro 1998; Arfuch 2002).

En este sentido, la crisis del 2001 resulta útil como un factor disparador

2 Ver Cerruti y Grimson (2005).

para observar la transformación espacial de la comunidad coreana en que se demuestra una transición de identidad étnica del grupo. Esto se puede entender como un producto constituido por anclajes nacionales tanto de Argentina como de Corea y las interrelaciones dentro del grupo, aunque en la actualidad este proceso está fuertemente influenciado por la globalización y la modernidad a través de las nuevas tecnologías comunicacionales y también las redes transnacionales de la comunidad coreana en distintas partes del mundo.

METODOLOGÍA

Para este tipo de investigación se sugiere optar por métodos cualitativos que den cuenta de miradas interdisciplinarias que recurran a enfoques de la geografía, la etnología, y la sociología. Además, se utilizaron fuentes bibliográficas con fin de comprender el contexto específico de esta migración y tener una base de argumentación teórica. Cabe mencionar que el material indispensable fue el libro *50 años de la historia de migración coreana en la Argentina* (아르헨티나 한인 이민 50년 사), publicado por la Asociación Coreana en la Argentina (ACA). Reconstruye las historias de los propios protagonistas desde su llegada, recopilando los relatos orales de quienes vivían en el nuevo contexto. Por otra parte, analiza las dinámicas y tendencias de su desarrollo social, económico y político a lo largo de la migración coreana en Argentina, problematizando algunas características de la colectividad, así como sus límites y desafíos.

Incorporamos la metodología etnográfica como entrevistas en que se enfocó en cómo las situaciones y contextos del enclave han delineado las experiencias de la comunidad, produciendo un repliegue de los hijos de los migrantes hacia el seno del enclave a partir de la crisis de 2001. La observación participante fue realizada durante el año 2017 para obtener conocimientos empíricos de su realidad (el desarrollo del enclave étnico y sus implicaciones en la comunidad en la post-crisis del 2001).

Finalmente, se interpretarán el paisaje del enclave étnico nuevo y actual desde la perspectiva comparativa, y de una mirada de geografía cultural.

REPERCUSIONES EN LA COMUNIDAD DE LA CRISIS DEL 2001

Reconversión Industrial del Sector Textil como Fuerza Centrípeta

Antes de la crisis, el sector textil había sufrido una disminución significativa de su actividad productiva, a raíz de la apertura de las políticas neoliberales sin protección industrial por parte del Estado (Adúriz 2009). Aún peor, durante la crisis económica de 2001 la diferencia en el consumo se hizo aún más notoria en este sector, sufriendo una caída del 31%, mientras el conjunto del consumo privado se reducía en un 14%. Frente a estas situaciones, los migrantes coreanos del sector tuvieron que fusionarse, aliarse estratégicamente, e introducir cambios de re-adecuamiento de costos para adaptarse y para evitar quiebras.

Como ya mencionamos, el carácter procíclico de la industria, la demanda del mercado y la devaluación post-crisis 2001 impulsaron a reactivar las actividades productivas paulatinamente. Entre mediados de 2002 y fines de 2004 se incrementó la utilización de la capacidad productiva instalada, alcanzando niveles superiores a los anteriores a la crisis del 2001. Cuando la economía del país entró en el proceso de recuperación de la crisis, el consumo se volvió normalizar y la rentabilidad de estos comerciantes, a pesar de la inflación, resultó mayor que la de los años anteriores – en los que dependían de la importación (Adúriz 2009).

En este contexto, frente a los efectos positivos en la balanza comercial y en la producción de bienes locales, los migrantes empiezan a volver a concentrarse en la industria textil, en especial, en la fabricación y venta en el nuevo enclave étnico por la avenida Avellaneda que se irá construyendo mediante este avance. Se sintieron las bonanzas de una nueva “época de oro”. Por eso, la crisis del 2001 pasará a significar en la memoria colectiva en cierta medida un empobrecimiento de la comunidad y la Argentina, pero al mismo tiempo no una decadencia total del grupo o de su economía, dado que los años posteriores los recompensarán con un aumento notable de las ventas.

Por un lado, aquellos que habían adquirido y guardado previamente suficientes materiales (bienes, mercancías) para vender o confeccionar ropa antes de la crisis, pudieron maximizar sus utilidades. Por el otro, Si bien muchos de la comunidad coreana se fueron del país en la crisis, no se pueden subestimar los recursos (bienes y máquinas) abandonados

por los que emigraron o vendidos por debajo de su valor, lo que también contribuyó en cierta medida en este proceso de reactivación de las cadenas productivas del enclave étnico.

Desplazamiento de Espacios Étnicos de la Comunidad

Las dos décadas de 1990 y 2000 significan para los migrantes coreanos en Argentina una época compleja en la que sufrieron muchas vicisitudes y cambios estructurales tanto de la comunidad como del país. Mientras se visibilizaba el establecimiento socioeconómico de la primera etapa de migración a través de la construcción de la vida comunitaria en barrios coreanos durante las décadas anteriores, estas circunstancias del país subyacían algunos cambios en los espacios étnicos de la comunidad, cuya tendencia de decaída interna aparecerá más evidentemente después de 2001.

Hasta los '90, se encontraban tres espacios importantes de la concentración de la población de coreanos en Buenos Aires: *Baek-ku* (Bajo Flores), Once y la zona de avenida Avellaneda (en desarrollo). Mientras *Baek-ku* se constituyó como un eje central de la vida social de la comunidad, Once o la zona de Avellaneda operaron sólo como un punto estratégico para la comercialización de la industria textil. Los roles de cada espacio en la comunidad eran bastante distintas, y en cuanto a las características e influencias para las personas migrantes resultaba muy diferente.

Se pueden destacar tres características: 1) el empobrecimiento de *Baek-ku*, 2) la disminución de los negocios en Once, y 3) el crecimiento del polo comercial “*Ave*” (Avellaneda) hasta la post-crisis de 2001.

Transformación de Espacios Étnicos de la Comunidad

El empobrecimiento de ‘Baek-ku’

La re-emigración produjo un empobrecimiento a nivel espacial y un decaimiento general del barrio de *Baek-ku*. El conjunto de las actividades económicas que se habían basado principalmente en los servicios hacia el interior de la comunidad, comenzó a perder su dinamismo muy rápidamente. Esto se visualiza en la disminución de comercios y locales de servicio, el oscurecimiento de las calles del barrio y deterioro del espacio público como plazas, calles y veredas (Mera 2012). No obstante, el barrio había ido desconcentrando previamente en la medida en que los inmigrantes percibían la creciente inseguridad, situado en el límite de villas de emergencia. Las familias se comenzaron a mudar paulatinamente a la zona alrededor

de la Avenida Avellaneda, del 2000 al 4000, cerca de donde también se habían empezado a concentrar los locales de tiendas mayoristas. Por otro lado, en esta transición, se observa un decaimiento gradual de las actividades de confección (talleres) de las familias de la comunidad, fuente histórica de ingreso para los migrantes.



RUBROS

- | | |
|----------------|--|
| ● Textil | ▲ Otros comercios |
| ■ Alimentación | ⊙ Colegio Coreano (ICA) |
| ● Salud | ■ Asociación de Comerciantes y Empresarios |
| ▲ Iglesias | |
| ● Educación | |

* Realizada con datos del anuario (Han in lok) (Mera 2012).

Gráfica 1. El mapa de los negocios de dueños coreanos en 2005

Por eso, este proceso revela un desplazamiento paulatino del barrio étnico y una transformación en marcha, porque no se trasladó la intensidad del corazón de la vida asociativa y étnica, sino que se dividió. Poco a

poco, al traslado a los locales textiles le siguió el de los restaurantes y otros servicios, vinculados a la mayor actividad cotidiana de la comunidad coreana a Av. Avellaneda, haciendo de esta zona el centro de mayor importancia económica de la comunidad. Sin embargo, algunos negocios y comercios étnicos, las iglesias, algunas instituciones asociativas y educativas, e incluso residencias particulares se quedaron por varias razones: porque descendió el precio de las propiedades, porque los inmigrantes ancianos no querían mudarse o se quedaron atrasados en la readaptación, porque había que conservar “el histórico barrio coreano”. En efecto, todavía, la discusión por esta división espacial continúa vigente sin alcanzar un consenso colectivo dentro de la comunidad.

La disminución de los negocios en ‘Once’

Ya desde la década del '90, la mayoría de los empresarios coreanos tenían negocios en ambas zonas, *Once* y *Ave*. Sin embargo, frente a las dificultades de la crisis, deciden cerrar el de *Once* y quedarse con el de *Ave*, por las ventajas en cuanto a proximidad, seguridad, y también por el aumento de los precios de los alquileres en *Once*. Así, un factor adicional del corrimiento del eje comercial de los inmigrantes desde la zona *Once* a la *Ave* se debe al alto costo de “llave” – que se refiere a lo que pagan quienes están establecidos en un local dentro de un shopping o una galería. Sin embargo, la “llave” se volvió prácticamente una norma y terminaron pagando todas las personas arrendatarias a dueños en las zonas comerciales, de acuerdo con el valor “evaluado” por su ubicación, el tamaño, la popularidad y etc. en el mercado. Para el año 2016, el número de los negocios en *Once* había disminuido hasta 124, mientras que en *Ave* contaba con 1.037 tiendas del rubro textil registradas según el directorio comercial coreano en la página de la CAEMCA.

El crecimiento del polo comercial de la zona de la avenida ‘Avellaneda’

Antes de la década del 2000, la zona de *Ave* era mayormente residencial, con algunos locales textiles de dueños de origen judío. A principio de los '80, comerciantes de origen judío compraron y demolieron viviendas en la intersección con la calle Cuenca y construyeron locales, dándole un incipiente perfil comercial a la zona (ACA 2016). Durante la crisis, hacia fines del 2001 y comienzos del 2002, los empresarios coreanos comienzan a ver en este barrio un potencial comercial, y empiezan a invertir y a adquirir bienes inmobiliarios. Los precios de los inmuebles habían descendido notablemente frente al contexto de inseguridad financiera

y crisis económica, pero algunos migrantes arriesgaron y las compraron.

A medida que los migrantes coreanos se concentran hacia el mercado mayorista de la industria textil en la zona, *Ave* comienza a ganar competitividad en el mercado local como el polo de abastecimiento para los dueños de las tiendas minoristas del país. La mayor demanda del mercado impulsó un traslado de las actividades de la cadena productiva, reubicando también los talleres o servicios relevantes cerca de la zona. Definitivamente, condujo una transición del eje en espacios étnicos de “la cadena coreana de industria textil” que ya había construido y acumulado conocimientos y experiencias por más de tres décadas.

No podemos subestimar el creciente número de propietarios coreanos en la zona que no sólo ofrecieron los espacios físicos a otros comerciantes coreanos, lo que les permitió abrir negocios y talleres con facilidad y rapidez en una ubicación estratégica, sino que también se involucró en el proceso de movilidad ascendente en las actividades productivas de la industria textil, que vamos a analizar detalladamente en el siguiente subcapítulo.

A raíz de la condensación del nuevo enclave étnico en la comunidad, comienza a darse un cambio en las relaciones de poder entre las instituciones en la comunidad. La CAEMCA (Cámara de Empresarios Coreanos en Argentina)³ empieza a encargarse de resolver los problemas de los migrantes comerciantes en la zona de *Ave*, con el fin de desarrollar estrategias comerciales conjuntas como grupo económico y comercial en la cadena, y enfrentar los cambios visibles e invisibles de la estructura del mercado. En la búsqueda de acciones colectivas, mayor competitividad y ganancia, la organización llega a funcionar como “la institución convergente” de la comunidad donde todos migrantes buscan y encuentran la información útil para todas las profesiones, mientras la Asociación Coreana va perdiendo influencia sobre los migrantes.

ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE LA CRISIS: NUEVO ENCLAVE ÉTNICO AVE

Hemos abordado cómo repercutió la crisis económica de 2001 en los espacios de la comunidad, y los cambios que se desarrollaron desde la

3 CAEMCA, se desarrolla en el bloque geográfico de la zona *Ave* (Chivilcoy-Bogotá-Terrada-Páez), que en total cuenta con 50 manzanas distribuidas alrededor de la Av. Avellaneda del barrio de Flores de la ciudad de Buenos Aires.

década de los '90, pero principalmente después de la crisis de 2001, y podemos asumir que la zona comercial de *Ave* se volvió el corazón del enclave étnico. Esta reconfiguración espacial, en principio, debe comprenderse como parte del resultado de las estrategias comerciales y económicas que tomaron los migrantes, respondiendo a la transición de la estructura y dinámica del mercado local de la industria textil, impulsadas por dicha crisis, con el objetivo de re-articularse. De este modo, el enclave étnico de la comunidad no desapareció, sino que pudo continuar, reubicándose y readaptándose en un nuevo espacio.

La crisis impulsó a muchos coreanos tanto migrantes como hijos con otras actividades productivas del sector e incluso, de diferentes rubros a decidir moverse hacia el sector indumentaria. También se encuentra una importante concentración de población coreana tanto residencial como comercial cerca de la zona de Avellaneda. Como vimos, la instalación en esta zona fue el producto de esfuerzos colectivos de los migrantes coreanos para hallar soluciones y recuperar la estabilidad económica y de vida, rearticulándose tácticamente en el mercado local del sector textil después de la crisis.

Por eso, el nuevo enclave étnico está mucho más imbricado con los contextos locales, en el que se encuentran tanto recursos étnicos como no étnicos, y materiales como no materiales. Así el nuevo enclave *Ave* parece tener características diferentes al enclave *Back-ku*. A continuación vamos a señalar dos rasgos de las estrategias de la recuperación.

Integración de los Hijos a la Empresa Familiar y al Enclave

En este contexto de crisis, los hijos cumplieron un rol de ayuda fundamental para los padres, puesto que algunos de ellos, de la primera generación de migrante no eran capaces de responder rápidamente para resolver problemas y flexibilizar el negocio por la dificultad del idioma o la falta de comprensión del sistema argentino. En efecto, es destacable el papel de los hijos durante este período en relación a la construcción del enclave de *Ave*, como protagonistas de este proceso. Con las habilidades biculturales, sirvieron de “amortiguadores” para la primera generación de migrantes en la cambiante coyuntura industrial, comercial y territorial, e incluso, en la reestructuración de la cadena de valor en el sector textil para la nueva época del oro de la comunidad.

En consecuencia, como mencionamos antes, la gran mayoría de los hijos está inserta en el sector indumentaria, continuando las empresas

familiares. Porque, si la crisis trajo estos jóvenes al sector en primer lugar por la urgente necesidad de ayuda en la empresa familiar, las condiciones del mercado floreciente en el período de post-crisis, debidas al carácter procíclico del mercado local de la industria, alentaron su permanencia en este sector. Sin duda, deberíamos mencionar que los jóvenes siempre han estado presentes en algunas actividades de la producción y comercialización de empresa familiar⁴, aún antes de la crisis y que los hijos han devenido intermediarios entre los padres y el afuera, como portadores de un conocimiento y una experiencia intercultural. Es decir, ante la crisis los hijos (jóvenes) fueron integrados a la empresa familiar, y por tanto al enclave.

Martínez Pérez (2009) explica por qué encontramos con facilidad la familia migrante en empresas familiares, sosteniendo que la familia en contextos migratorios se convierte en una primera fuente informal de mano de obra y conocimiento sobre el ámbito empresarial. En una empresa familiar, al pasar de manos desde los abuelos y padres a una nueva generación, se transmite no solo el valor material de sus bienes, sino también “el bagaje empresarial de su familia”. Pudimos observar estas tendencias en el caso coreano, a través de conversaciones informales y entrevistas con los jóvenes cuyos padres tienen sus negocios en el sector textil.

¿Cómo empecé a trabajar en el local? No sé... porque eso es lo que he mamado toda la vida...

(Marisol, 32)

¿Cuándo empecé a trabajar aquí? Creo que primero empecé a ayudar mi mamá desde chiquita. Al principio siempre pensé “no voy a trabajar en el local”. Fui a la universidad, la FADU⁵, pero no terminé. No era lo que pensé. Me convencieron mis padres de que hiciera algo de diseño o de textil y me decían que podríamos abrir mi propio negocio después.

(Vanina, 27)

El segundo testimonio muestra la imbricación de la dimensión familiar tanto en las empresas familiares de inmigrantes como en la conciliación de las carreras o la vida de los hijos de inmigrantes. Podemos destacar que, en muchos casos, los hijos encontraban que sus padres ya los consideraban miembros de la empresa antes de comenzar a ejercer funciones

4 La empresa familiar es el modelo de empresas económicas más viejo y frecuente, entendiendo como una institución comercial en la cual trabajan por lo menos dos parientes que a su vez son propietarios. En Argentina, se estima que el 90% de las PYMES son familiares, según la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).

5 Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

allí, una suerte de “heredero natural”. Cuánto más pequeñas las empresas familiares de inmigrantes, más probable es que los miembros de la familia formen un equipo de trabajo, impulsando más frecuentemente una sucesión familiar u ofreciendo una transmisión de oportunidades de trabajo vinculado.

Es cierto que, en el caso coreano, al principio los padres comerciantes coreanos no deseaban que sus hijos se involucraran en el sector, e insistían en que sus hijos estudien y “salgan adelante”, formándose como profesionales de “cuello blanco”: abogados, médicos, contadores, economistas, entre otros. Si bien esto es una cuestión sumamente subjetiva y existen miradas variadas, tiene que ver con el valor distintivo que la tradición confuciana le otorga a la educación y, además, con el hecho de que uno de los motivos más fuertes de la migración haya sido el brindar más oportunidades para sus hijos en el futuro (Park 1997; Shin 2006; Mera 2007; ACA 2017).

Registramos en muchos padres una fuerte apuesta por el apoyo educativo, dado que quisieran que sus hijos no sufrieran una limitación ni el “desclasamiento”⁶ que vivieron ellos en los procesos migratorios. Sin embargo, estas actitudes de los padres inmigrantes cambian a partir de la crisis económica 2001, como el siguiente entrevistado cuenta.

Vas a encontrar un montón de chicos recibidos de médicos, abogados y arquitectos en Ave. Al final, trabajan en el local, porque ganan mejor. Dejaron su trabajo y eligieron volver a la comunidad. Los padres, en lugar de esperar a que se desarrollen por su cuenta, los convencen y les piden que los ayuden en el local.

(Kim, 58, entrevistado en coreano, traducción propia)

A pesar de que quisieran que sus hijos tuvieran más oportunidades de desarrollo profesional y económico en la sociedad receptora, los padres no ven con buenos ojos las condiciones económicas de los profesionales empleados en el contexto argentino. Como dice el entrevistado, para ellos no parece que la compensación económica sea suficiente, ni que garantice el ascenso social. En esta situación, los hijos varones –en particular el primer hijo de la familia– sienten la responsabilidad de acompañar y sostener a sus padres según la tradición confucionista⁷, y así suelen heredar el

6 Se refiere a situaciones derivadas por las condiciones institucionales, económicas e, incluso, sociales que les dificultan a estos inmigrantes mantener la misma cualificación profesional y la misma clase social que en su país de origen (Wright y Ellis 2001).

7 La tradición de mantener a los padres ancianos ya está en decadencia tanto en la comunidad migrante como en la sociedad coreana. Por eso, muchas personas mayores de la comunidad nos confesaron en las entrevistas que temen por su situación después de dejar de trabajar, al perder la capacidad productiva y económica. Más allá de no estar familiarizados con

manejo de la empresa familiar.

Sin embargo, resulta interesante comprobar que, en varias entrevistas, encontramos que las primeras hijas se encargan de este rol, tanto de la familia como del negocio de los padres, o al menos juegan un papel importante. Tiene que ver con la concepción que existe en la comunidad del sector de la moda como “trabajo femenino”, con ciertas facilidades relativas de las migrantes mujeres en términos de comunicación con las personas locales. Tanto el rol de las mujeres en casa como su estatus en el ámbito laboral ha cambiado.

Hay que tener en cuenta también el hecho de que los hijos de la última corriente masiva que llegaron durante las décadas de los años de ‘80 y ‘90, estaban comenzando su vida adulta a comienzos de la década del 2000, coincidiendo con el retorno de la etapa de crecimiento debido al carácter procíclico de la industria, y se encontraron con un importante incentivo como concreto *pull-factor*⁸. Se requería más mano de obra en las empresas familiares de la comunidad, de modo que se creó y expandió una bolsa de trabajo (job pool), incluso para jóvenes coreanos cuyas familias no se dedicaban al sector o residían en el interior.

Después, hice una carrera de moda en la universidad de Palermo. Tenía varios compañeros como yo, hijos de padres coreanos [...]. Pero no son tan prácticas las clases. Me recibí, pero igual tuve que ir a un curso privado de una coreana que enseña a moldear. No me gustaba antes, pero era lo que necesitaba hacer [...]. ¿Ahora? Está bien. Hago plata con esto. Es divertido en un punto.

(Vanina, 27)

No obstante, a pesar de que la comunidad ya había conseguido construir el enclave étnico hasta el siglo XX, para seguir innovando, se necesitaba personas profesionales con técnicas específicas para expandir negocio. Como la industria parecía “prometedora” y segura en términos económicos para los padres, algunos jóvenes ingresaron a carreras relacionadas con dicha industria, diseño o moda. En especial, como la entrevistada, la Universidad de Palermo con la carrera de diseño de moda fue una de las universidades en donde se especializaron estos hijos argentino-coreanos.

el concepto de “jubilación” y de los beneficios del Estado de bienestar, en muchos casos tampoco aplican como beneficiarios, por ser extranjeros.

8 El modelo *Push-pull* es una teoría neoclásica de migración internacional que plantea explicaciones racionales desde una perspectiva macro, en relación a la desigual distribución espacial del capital y el trabajo. Busca los factores que hacen tomar a los individuos la decisión de migrar en el marco de elecciones racionales, como la maximización de la utilidad y las diferencias salariales (Arango 2003; Massey et al. 1993).

Otros jóvenes, que estaban en su etapa de formación profesional en diversas áreas, con la incertidumbre de trabajos inestables y pocas oportunidades de participación laboral afuera, eligieron desarrollarse en las empresas familiares debido a los factores beneficiosos para la inserción económica y el mejor nivel de ingresos del enclave.

En consecuencia, la integración de los hijos significa una base de recursos humanos más innovadores en el sector, y va construyendo el clúster de *Ave* que se caracteriza por un fuerte avance cuantitativo de los miembros de la comunidad en el comercio mayorista de la industria textil a partir de la crisis de 2001.

Clústering + La Cámara de Empresarios Coreanos en Argentina

Es importante comprender que la mayoría de los locales de venta en *Ave* no sólo comercializan las prendas, sino que también participan en la producción de esos productos finales. Eso implica que sus principales actividades no solo son de comercialización, sino que abarcan una amplia variedad de tareas como seleccionar telas y modelos, hacer moldes, cortar telas, y hacer terminaciones menores (como remachar los botones de aluminio, pegar ciertos accesorios, coser algunas partes), entre otras. Es decir, a pesar de que tercerizan algunas tareas como las de confección y estampado, siguen realizando toda una serie de actividades de la cadena productiva que luego forman parte de sus días cotidianos, tomando decisiones para la gestión del negocio.

En comparación con *Baek-ku*, el enclave anterior, *Ave* se basa fundamentalmente en el interés comercial con el objetivo del mutuo beneficio entre los comerciantes coreanos del sector textil. Es decir, *Ave* ya no funciona simplemente para ayudar a los migrantes del mismo origen a insertarse económicamente en un nuevo país, sino promueve que las ganancias sean mayores para quienes estén establecidos en el enclave étnico, con relación a los competidores del sector. Más allá de depender de la red co-étnica en el enclave porque “no le queda otra” y tener limitaciones reales, los comerciantes eligen establecerse en el lugar porque les “conviene quedarse en la comunidad” en términos de estrategias económicas y comerciales. En este sentido, podemos incorporar el concepto de *clúster* para nuestro caso de *Ave*, poniendo el foco en la competitividad empresarial. Entendemos clúster como una aglomeración geográfica densa de empresas e instituciones relacionadas e incluso, capitales sociales pertenecientes a un campo preciso, unidas por rasgos comunes y

complementarias entre sí (Porter 1998)⁹.

En efecto, la mayoría de los actores jóvenes en este enclave ha crecido y se ha escolarizado en Argentina, e incluso varios ya tienen títulos universitarios de otras áreas. Sin embargo, optaron por trabajar ahí, puesto que consideran que es más seguro emprender en el sector textil que en otros y les garantiza un ingreso mayor que el promedio. Por ende, lo que buscan estos actores es básicamente un beneficio colectivo de interés mutuo como empresarios.

Utilizamos la perspectiva como una herramienta para mostrar el cambio cualitativo de las configuraciones entre el enclave viejo y el enclave nuevo que se podrían entender fácilmente como iguales. Si bien ambas concentraciones étnicas son de un grupo inmigrante del mismo origen, la segunda se diferencia por las ventajas externas que trae la agrupación de la economía étnica. De hecho, la agrupación (*clustering*) de la industria textil no es un fenómeno nuevo en el mundo, dado que se dan resultados positivos: incremento en las ventas, adquisición de recursos, ampliación de clientes y reducción de riesgo (Mín y Mehdi 2000). Sobre todo, construir eslabones intensos en su cadena productiva internamente fortalece competitivamente a las pequeñas y medianas empresas por medio de la innovación y participación entre ellos (Carrizo 2007).

En este sentido, en nuestro caso, el nuevo enclave étnico tiene que ser comprendido no como el enclave anterior que implicaba el agrupamiento de actividades similares o de empresas para la comunidad en un espacio geográfico dado. En efecto, la consolidación de clúster de la zona *Ave* como punto de compras mayoristas fue de la mano con la creación del enclave étnico de la comunidad. Definitivamente, este agrupamiento para los comerciantes coreanos abrió la oportunidad de mejores ofertas de insumos específicos, accesos a los clientes y al canal de crecimiento en conjunto. Por otro lado, permitió posicionarse como un grupo de interés dentro de la economía local, al actuar como grupo industrial y tecnológico de referencia a nivel nacional tanto para el ámbito sectorial como para la sociedad también.

9 En realidad, los dos términos son teorías y conceptos que no se excluyen entre ellos sobre los fenómenos similares, ni bien claramente diferenciado. Pero, tienen tendencias que el “enclave” abarca las perspectivas de la integración para interpretar un fenómeno en el mercado laboral de inmigrantes, mientras que el “clúster” se utiliza para interpretar una concentración y extensión de actividades industriales a la vez, vertical y lateralmente en la cadena de valor. El ejemplo popular es el caso de Silicon Valley en California de Estados Unidos.



Gráfica 2. La revista de CAEMCA¹⁰

Asimismo, durante la fase de crecimiento, la capacidad organizativa de esta población se resaltaré y los empresarios coreanos dentro del clúster se beneficiarán de las instituciones establecidas así como las cámaras en virtud del encadenamiento productivo, relaciones fundadas en el carácter que incluye la potencialidad de las redes sociales étnicas y la exclusividad por la lengua. En consecuencia, se observa que la CAEMCA se ha convertido en una especie de plataforma central étnica-institucional que promociona la mejora e innovaciones de los empresarios, al contribuir a la conformación de redes exclusivamente para la sinergia y la cooperación entre los inmigrantes. Por otro lado, ofrecen aportes técnicos y beneficios especiales

10 El contenido de la revista incluye los artículos: Entrevista con Kato, Andrés Park (p. 14), “10 hamburgueserías para ir” (p. 54), “Unión de Cortadores: cómo no equivocarse en el recibo de sueldo” (p. 92), “Régimen de Sinceramiento Fiscal” (p. 100), “Tips para el buen uso de los sartenes” (p. 104), “¿Seríamos más felices si lográramos el éxito fácilmente?” (p. 107), “Modernización de la música tradicional de Corea” (p. 108).

como descuento de compras de ciertos insumos materiales y toman acciones colectivas frente a algunos problemas puntuales como las cuestiones de los “manteros” (vendedores en la vía pública sin permiso oficial) y la seguridad en la zona de negocios.

En este modelo coreano de enclave étnico clúster, la CAEMCA es un espacio atravesado por intereses comerciales e industriales, pero también comunitario-étnicos. Permite la mayor productividad a sus miembros, brindando un espacio de convergencia en niveles distintos de las organizaciones involucradas: seminarios, noticias del sector, repositorio colectivo de los conocimientos puntuales (*Know how*, desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos) de la industria entre otros. Por otro lado, se encuentran también luchas de poder entre grupos internos de diferente religión, ideología política, y sectoriales, y conflictos por intereses más representados que otros.



Gráfica 3. Portal web de la Cámara de Empresarios Coreanos en Argentina

En definitiva, la creación de la CAEMCA implicó un viraje decisivo en el restablecimiento exitoso del enclave étnico de la comunidad coreana, pero generó también un cambio en la configuración de la comunidad. Hoy funciona como espacio socio-cultural y étnico de la comunidad, ofreciendo avisos de actividades y comunicación (casamientos, necrológicas, entre otros). Vemos también propagandas de algunos agentes de remesas o transferencia con tarifas promocionales, cafeterías con venta de comida coreana y negocios que comercializan productos coreanos, clases individuales para los chicos, que responden a la necesidad de sus miembros que viven en este contexto bicultural. Hoy se comporta como un silo

de los conocimientos y el *know how* del sector a lo largo de los años. En este sentido se podría entender la CAEMCA como una “gran familia”, que conforma y recrea mayores lazos de solidaridad que de competencia entre estas empresas.

Si bien la cámara tiende a encargarse, en principio, de resolver la gran mayoría de las dificultades particulares de los comerciantes y empresarios coreanos del enclave y protegerlos, el crecimiento de la CAEMCA en la comunidad implica una aglutinadora de los empresarios coreanos en el sector, fortaleciendo las redes étnicas como un recurso de capital humano en general de la comunidad. Por lo tanto, no solo se benefician los miembros de la cámara sino los migrantes en general.

Como la cámara también cumple funciones de medio de comunicación comunitario que los miembros utilizan como canal para promocionar sus negocios, a pesar de ser una cámara compuesta por los empresarios y comerciantes que busca satisfacer las demandas de estos miembros, ejercerá funciones más allá de estos objetivos primarios. Es una institución poderosa e influyente tanto al interior de la comunidad coreana como en la sociedad mayoritaria, sustituyendo en parte a la Asociación Coreana en Argentina en cuanto a medio de comunicación comunitario.

ESPACIALIDADES DE AVE /LA VIDA EN AVE

En la geografía cultural, las prácticas espaciales se refieren a las formas en que generamos, utilizamos y percibimos el espacio. Están asociadas con las experiencias de la vida cotidiana y las memorias colectivas de formas de vida diferentes, más personales e íntimas (Oslender 2002). En este sentido, necesitamos prestar atención a las actividades relacionadas con la industria textil en Ave, dado que ellas se volvieron las principales prácticas cotidianas que realizan los actores, y las que constituyen su vida cotidiana. Como lo demuestra Park (1997) en su estudio sobre los coreanos en EE.UU., el desarrollo exitoso de la industria textil de la colectividad coreana se basó en una red étnica solidaria. En otras palabras, los rasgos de la industria textil que, por naturaleza, cuentan con una exigencia laboral de tiempo y de cooperación modifican a los actores que están vinculado al sector.

Al mismo tiempo, junto a la inserción de los jóvenes en el enclave, se reestructuraron poco a poco las formas o estilos de trabajar en el nuevo enclave e incluso su paisaje. Es importante comprender la vida cotidiana como unidad de análisis, y que se reconozca como un espacio

de construcción donde se van conformando la subjetividad y la identidad social. Podríamos destacar cuatro tendencias/fenómenos diferentes en la configuración espacial del nuevo enclave en comparación con el viejo *Baek-ku*, con relación a la adhesión a la identidad del grupo, la transformación de los sentidos de la concentración y la performance de grupo. Analizaremos con un especial énfasis en la interacción entre las medidas de asimilación a nivel micro (la localización asimiladora – la asimilación segmentada, y el espacio de los diálogos) y las medidas a nivel macro del contexto de la comunidad (la globalización/modernización y la funcionalidad en el plano transnacional).

Localización Asimiladora – La Asimilación Segmentada

A diferencia de *Baek-ku*, en el espacio del nuevo enclave, los diálogos e interacciones entre los inmigrantes coreanos y los no comunitarios como argentinos, bolivianos, judíos y otros son mucho más frecuentes y fluidos. Así, el paisaje del nuevo enclave étnico que se está formando no presenta un límite étnico o nacional en términos de exclusividad, ni de una contraposición entre un interior y un exterior, porque las ventajas adquiridas del contexto bicultural permiten a los jóvenes recrear un espacio más accesible y permeable para la sociedad receptora.

Por ejemplo, en el nuevo enclave ubicado en la zona de la Avenida *Ave*, se encuentran posiciones y estrategias diferentes a la inserción económica con respecto al anterior. En *Baek-ku*, tanto los comercios como las instituciones estaban y todavía están dirigidos casi únicamente a la población coreana y “no desarrollan ninguna estrategia para llegar al público no coreano. En la mayoría de los casos, los vendedores no hablan español, los productos no están preparados para la venta y consumo de no coreanos” (Mera 2010, 80). Así, mientras *Baek-ku* se caracterizaba con una instalación explícita de su etnicidad y la orientación étnica en su comercialización, que lo hacía parecer aislada del contexto barrial y social de la sociedad receptora, el caso de *Ave* resulta distinto en este sentido. Allí, los jóvenes comerciantes actualmente se concentran en el mercado argentino, cada vez más en profundidad, porque el principal cliente es el argentino.

Esta tendencia no se limita solo a los locales de prendas, sino a las tiendas étnicas y las cafeterías de la zona. Los restaurantes, las cafeterías y los productos ya no muestran explícitamente su nacionalidad – “coreanidad” en términos de Mera (1998, 87-88)– en el nuevo enclave étnico. Primero, porque la mayoría de los consumidores entiende castellano y no hay una necesidad primaria de comunicarse en la lengua coreana

como en las primeras etapas de la migración. Segundo, la función del enclave es comercial para toda la población. Tercero, los actores importantes que recrean el enclave ya no son inmigrantes sino de la generación 1.5 o segunda de migrantes. A pesar de la permanencia de ciertas formas que enmarcan la diferencia cultural con la sociedad receptora en su espacio, la intensidad es distinta, porque estos jóvenes no necesitan recrear o recuperar lo “dejado” en su tierra de origen, “un espacio étnico de la cultura coreana”.

Esto implica que estos actores, no sólo los jóvenes sino los migrantes mismos, empiezan a incorporar experiencias locales tanto culturales como étnicas. La fuerte “etnicidad coreana” de la época en que salieron de su país ya se va matizando por cuestiones de facilidad y comodidad en la práctica cotidiana. El resultado es menos comida coreana, más comida local e internacional, menos uso exclusivo del idioma coreano tanto en los carteles como en las conversaciones.

De hecho, en el caso de los rubros textiles como de cafetería, dirigidos a la población local, la mayoría de los propietarios prefieren parecer más locales y que no se resalte su origen o las diferencias por su origen. Finalmente, el diseño interior y exterior de los locales y los modelos de ropa aparecen visual y estéticamente “modernos” y ocultan su aspecto extranjero y étnico, salvo por el idioma. En cuanto a las formas de trabajar y las relaciones con los colegas y empleados también seguirán las normas laborales dentro del marco legal de Argentina.

Con todo, se mantendrá la preferencia por el consumo de productos de origen coreano, como dispositivos electrónicos, cosméticos, utensilios domésticos entre otros pero, esto no necesariamente conlleva algo de las tradiciones étnicas, sino porque consideran que son más delicados y avanzados en su terminación. En sintonía, se concibe que saber la lengua coreana es importante y juega un papel importante, posibilitando la recopilación y transmisión de conocimientos de una generación a otra y generando una exclusividad de la comunidad. Desde la perspectiva de la teoría de asimilación segmentada de Portes y Zhou (1993), esta tendencia se puede entender como la preservación deliberada de la cultura y los valores de las comunidades de inmigrantes, acompañada de la integración económica como un tipo de aculturación selectiva, dado que les resulta beneficiosa. En la misma línea, podemos entender que para las generaciones jóvenes, la cultura coreana mantenida por sus padres y abuelos es una invitación que deciden aceptar o rechazar, dependiendo de su propio camino de conformación de la identidad (Kim 2016).

El Espacio de los Diálogos

Dado que gran parte de la población presente en este lugar proviene de otros países y provincias, se encuentran categorías identitarias muy heterogéneas en el espacio. En comparación a *Baek-ku*, hoy *Ave* resulta un lugar contradictorio, abierto y cerrado al mismo tiempo. Se nota una gran diferencia con respecto a *Baek-ku*, en lo que se refiere al espacio de los diálogos, las interacciones entre los inmigrantes coreanos, y sus “otros” como argentinos, bolivianos, judíos –a pesar de que no sea excluyente esas categorías– entre otros, son mucho más frecuentes y fluidos. Así, el paisaje del nuevo enclave étnico que se está formando no manifiesta un límite étnico o nacional en términos de exclusividad, ni de contraposición entre un interior y un exterior, porque las ventajas adquiridas en el contexto bicultural permiten a los jóvenes recrear un espacio más accesible, no excluyente y permeable para la sociedad receptora.

El paisaje del nuevo enclave *Ave* es distinto al *Baek-ku*, dado que tanto las estrategias como los motivos de la construcción de este espacio son diferentes, a pesar de ser de la misma comunidad étnica. Así, *Ave* no refleja una Corea de la época anterior, sino la cultura contemporánea de Corea, en sintonía con la modernización, la industrialización y el desarrollo tecnológico que atravesó el país en las últimas décadas. En consecuencia, el enclave se vuelve más accesible para todos los posibles consumidores: inmigrantes, locales, viajeros, empresarios de negocios coreanos y extranjeros.

Por otro lado, el enclave opera como un espacio de diálogo entre dos culturas y dos idiomas, y también de diálogo entre los padres inmigrantes y los hijos “argentinos”. En el enclave, se escuchan constantemente diálogos en castellano y en coreano. La gente mayor de 50 años, en general no maneja buen castellano. Sin embargo, sí conocen el vocabulario que necesitan para participar en determinadas actividades e interacciones para la venta de productos y procedimientos para arreglar un envío y remitir facturas a sus clientes (los números, diferentes nombres de tela, accesorios, temporada, moda, nombres del estilo la ropa, algunos términos del sistema impositivo y etc.). Por otro lado, hay varias palabras en castellano que se adoptaron y se utilizan común y cotidianamente en las conversaciones aun en coreano: señora, justo, taller, más o menos, esquina, entre otros.



Existen varios locales como éste para clientes tanto coreanos como no coreanos.

Gráfica 4. Cafetería en Ave.

En cambio, en los jóvenes, pese a su heterogeneidad, se puede encontrar la tendencia invertida. En general, observamos que los de la generación 1.5 manejan ambos idiomas para comunicarse y expresarse como mínimo, por lo tanto, en el escenario de un local y de los espacios privados, se puede escuchar una constante mezcla entre coreano y castellano en las conversaciones entre ellos. Es una práctica social casi inconsciente del grupo, pero en ocasión usa a propósito como una estrategia para codificar alguna información. Los temas más sensibles (dinero, ganancias, alquileres, entre otros) suelen hablarse en coreano frente a los empleados no coreanos. En todos casos, la codificación a través de esta mezcla es clave para entender el carácter fundamental de la identidad en transformación tanto de los jóvenes como de la colectividad coreana. Al respecto, veremos esto en profundidad en el último capítulo.

La Globalización/Modernidad

La apertura de los “diálogos” interculturales en la comunidad debe ser interpretada en el contexto del capitalismo global y las influencias de la occidentalización en la cultura tradicional de Corea. Es decir, el desarrollo tecnológico, el urbanismo y la rápida industrialización en la mitad de siglo XX han obligado a las personas a adoptar y transformar

las antiguas costumbres, pautas y valores étnicos en el nuevo estilo de vida. En efecto, algunas viejas tradiciones culturales y étnicas de Corea se han despreciado en Corea del Sur como “ineficientes”, “atrasadas” y “anticuadas” en el contexto mediante la rápida industrialización y modernización (Hwang 2009). Desde el punto de vista de la antropología económica, el ascenso del capitalismo global causa un cambio radical en la vida económica y social, y su proceso implica el desplazamiento del interés por las situaciones concretas de producción e intercambio, a través de la acción racional, el individualismo metodológico, la maximización de recursos. En este sentido, estos cambios del paisaje, del gusto y de las tradiciones son una forma de globalización del capitalismo del modelo occidental moderno.

En la medida en que la inserción de los jóvenes modificó el enclave hacia una mayor apertura y expansión, trayendo mayor vitalidad a los negocios y comercios, su estilo diferente de trabajo reestructuró poco a poco el paisaje del espacio. El paisaje de *Ave* enseña una mínima visibilidad de la etnicidad coreana. Los restaurantes y cafeterías de la comunidad tienen carteles en ambos idiomas en muchos casos. Además, aunque algunos diseños y estilos sean influenciados o copiados de las tendencias actuales de Corea, no responden a la imagen de la cultura tradicional de Corea. Cabe la pregunta: ¿esto es un síntoma de la debilitación de la etnicidad e ideología política de los jóvenes?

Desde la perspectiva de Sassen, este proceso se veía como caso empírico “de localización de lo global y de desnacionalización de lo nacional” de un modo particular (2007, 2), en el que el protagonista es la modernidad, anulando “cualquier distancia entre las identidades y la pureza del todo nacional” (Appadurai 2007, 82). En realidad, esta tendencia de globalización y estandarización influye en todos los locales hoy en día, trayendo aparejados resultados como la creciente dislocación entre el territorio, la subjetividad, la nación, los movimientos sociales colectivos (Shmite y Nin 2006).

Funcionalidad en el Plano Transnacional

Vinculado con ese desarrollo de la globalización, podemos observar también la creciente influencia de la cadena o red transnacional de las comunidades coreanas distribuidas por el mundo en la economía de la comunidad local en la medida en que estas conexiones como capital social e institucional la benefician cada vez más. Es decir, como sucede en otros “*Korea towns*” en las grandes ciudades del mundo, el enclave ofrece servicios, restaurantes, colegios, inmobiliarias, trabajo, información, etc.,

para la población coreana durante una estadía en la Argentina o en un proceso migratorio o de tránsito. En este sentido, por un lado, observamos que el antiguo enclave *Baek-ku* todavía resiste, contra Ave, para ganar y mantener este rol como un punto transnacional de la red coreana en Argentina. Por otro lado, este movimiento también fue motivado por la experiencia del éxito del Barrio Chino. Vemos que a partir de 2015 se restauraron las veredas con las baldosas grabadas de la bandera coreana y se instaló una puerta tradición en la entrada de la calle Corea de *Baek-ku*.

Esta tendencia puede ser interpretada como formas específicas de la materialización de los procesos transnacionales y de los vínculos con nuevas formas de poder. En sus argumentos, Sassen plantea una recuperación de la categoría de lugar y una “nueva geografía de la centralidad” tanto para describir las concretas estrategias y prácticas locales en las ciudades grandes a la escala global (2007, 5). De este modo, entendemos que estas crecientes redes globales y regionales de las comunidades coreanas del mundo generan una desigualdad dentro del territorio local y nacional y una dependencia económica y cultural en estos procesos transnacionales. Es decir, en el plano transnacional, la red relacionada a la productividad permite establecer la jerarquía de cada individuo en términos de empleabilidad.

Por ejemplo, estos espacios son donde cualquier individuo migrante o descendiente de coreanos puede conseguir fácilmente un trabajo, aunque sea informal y no regulado. Sin embargo, esto no quiere decir que estos beneficios garanticen un éxito económico a todos los miembros. Más allá de los beneficios en cuanto a recursos materiales y afectivos que brinda la red, también intervienen otros elementos en el buen rendimiento comercial, tales como las capacidades, herramientas culturales –el idioma, modalidades adquiridas, etiquetas, códigos étnicos– de cada individuo y la familia. Como explican Benencia y Quaranta (2006), existe una desigualdad entre el que tiene información y el que no, dentro de la comunidad, lo cual condiciona la articulación de las redes de relaciones entre los individuos para alcanzar inserción laboral, y en general, la mejora de la vida de migrantes. En el caso de la comunidad coreana transnacional, la habilidad del idioma coreano sería una de las claves para el acceso a estas informaciones que pueden ofrecer otras posibilidades a los individuos.

CONCLUSIÓN

Hemos observado que la crisis del 2001 tuvo una consecuencia particular en la comunidad, actuando como fuerza centrífuga y centrípeta a la vez. Si la primera respuesta inmediata ante la crisis fue la tendencia centrífuga, con la re-emigración de casi la mitad de la población, la otra mitad se quedó en el país y buscó recuperar la estabilidad de vida colectiva, adaptándose tácticamente a los cambios ocurridos en el sector textil argentino después de la crisis. Es decir, la instalación del nuevo eje comercial por la zona de la avenida Avellaneda fue el producto de esfuerzos colectivos de los migrantes coreanos de la crisis del 2001.

En este marco, la crisis no sólo produjo una convergencia de caminos de los hijos de migrantes coreanos en Argentina, sino que condujo a que se establecieran en el enclave étnico *Ave*, más innovador y estratégico. Descubrimos que, en las circunstancias de la crisis, el hecho de pertenecer a una familia coreana en Argentina, encaminó a los jóvenes argentino-coreanos a optar colectivamente por tomar la decisión de “volver al negocio”, ya que este espacio les proponía un nicho de oportunidades. Esto fue clave en la re-consolidación de la identidad colectiva de la comunidad, dado que las jornadas laborales extensas del sector en el contexto de rápido crecimiento económico, delinearon el ritmo de vida, las prácticas cotidianas y las relaciones dentro y fuera de la comunidad. En consecuencia, en *Ave* se dio una revitalización de la vida social de la comunidad y se volvió un nuevo centro de los espacios comunitarios en la post-crisis del 2001.

Con respecto a esto, podemos ver una confluencia de la vida cotidiana de los jóvenes, que nos permite conceptualizar a *Ave* como un espacio de construcción donde se van conformando la subjetividad y la identidad social. El proceso de la construcción de *Ave* nos permite constatar la construcción de una “territorialidad/espacialidad de lo argentino-coreano”, en especial, de los jóvenes argentino-coreanos. Las identidades de este grupo hasta ese momento resultaban muy dispersas, aunque el contexto bicultural hubiera condicionado sus vidas privadas y colectivas, y se podría decir que cada individuo se encontraba en diferente nivel de integración o asimilación a la sociedad y la cultura argentinas, dependiendo de la adaptabilidad y la elección propia.

Por ende, las nuevas tendencias de este nuevo enclave son distintas de las del enclave *Baek-ku*. En suma, hoy *Ave* resulta un lugar contradictorio, abierto y cerrado al mismo tiempo. Como una estrategia comercial y por la biculturalidad de los jóvenes argentino-coreanos, los espacios no

representan “la cultura coreana” ni conservaron la totalidad de las antiguas costumbres, pautas y valores étnicos en su estilo de vida colectiva.

Por otro lado, se encuentran constantes “diálogos” interculturales, dado que gran parte de la población presente en *Ave* proviene de otros países y provincias. Por lo tanto, existen categorías identitarias muy heterogéneas en el espacio y están en una constante construcción y transformación debido a las influencias del desarrollo tecnológico y de la hiperconectividad a través de las redes sociales y los medios de comunicación.

Todo lo analizado hasta aquí se puede entender como formas particulares de la materialización de los procesos transnacionales de este grupo en una localidad específica y de los vínculos con Corea como nuevas formas de poder en el contexto global actual.

REFERENCIAS

- ACA(Asociación Coreana en Argentina)(2017), *Argentina HanIn IMim 50Nyeon Sa*(50 años de historia de la migración coreana en la Argentina), Buenos Aires: ACA.
- Adúriz, I.(2009), “La industria textil en Argentina. Su evolución y sus condiciones de trabajo,” en Foro Ciudadano de Participación por la Justicia y los Derechos Humanos del Instituto para la Participación y el Desarrollo (INPADE).
- Appadurai, A.(1996), “The Production of Locality,” *Modernity at Large: Cultural Dimension of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 114-137.
- Arango, J.(2000), “Enfoques conceptuales y teóricos para explicar las migraciones,” *Revista Internacional de Ciencias Social*, No. 165, pp. 41-69.
- Arfuch, L.(2002), *El espacio de lo biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Aronskind, R.(2009), *Controversias debates en el pensamiento económico argentino*, Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- Beck-Gernsheim, E.(2009), “Preface: Looking at Immigration through Immigrant Eyes,” en G. Yurdakul(ed.), *From Guest Workers into Muslims. The transformation of Turkish Immigrant Associations in Germany*, Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Benencia, R.Y. y G. Quaranta(2006), “Mercados del trabajo y economía de enclave,” *Estudios Migratorios Latinoamericanos*, Vol. 60, No. 20, pp. 413-431.
- Bialogorski, M.(2004), “La presencia coreana en la argentina: la construcción simbólica de una experiencia inmigratoria,” tesis de doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Carrizo, A.(2007), “La internacionalización de PYMES industriales a través de multinacionales: presentación de algunos casos de los sectores automotor y electrónico,” *Cuadernos de Administración*, Vol. 20, No. 34, pp. 89-114.
- Courtis, C.(2000), *Construcciones de alteridad. Discursos cotidianos sobre la inmigración coreana en Buenos Aires*, Buenos Aires: Eudeba.
- Grimson, A.(2004), “La experiencia argentina y sus fantasmas,” en A. Grimson (comp.), *La cultura en las crisis latinoamericanas*, Buenos Aires: Clacso, pp. 177-193.
- Hwang, S.(2009), “The Korean Identity and Psychological Code,” *Philosophy and Reality*, Winter, [consultado el 23/04/2018], http://www.koreafocus.or.kr/design2/layout/content_print.asp?group_id=102954
- Jaret, C.(1991), “Recent Structural Change and Us Urban Ethnic Minorities,” *Journal of Urban Affairs*, Vol. 13, pp. 307-336.
- Kim, J.(2016), “¿Qué hace que los inmigrantes coreanos de Argentina se concentren en la industria de la indumentaria?,” *Mirada*, No. 12, pp. 77-94.
- Martínez Pérez, P.M.(2009), “Empresas familiares de inmigrantes en Barcelona y Montevideo,” *Revista Internacional de Organización(RIO)*, Vol. 2, pp. 109-130.

- Massey, D.S. et al.(1993), "Theories of International Migration: A Review and Appraisal," *Population and Development Review*, Vol. 19, No. 3, pp. 431-466.
- Mera, C.(1998), *La inmigración coreana en Buenos Aires. Multiculturalismo en el espacio urbano*, Buenos Aires: EUDEBA.
- _____(2007), "Globalización e identidades migrantes. Corea y su diáspora en la Argentina," tesis de doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- _____(2011), "El concepto de diáspora en los estudios migratorios: reflexiones sobre el caso de las comunidades y movilidades coreanas en el mundo actual," *Revista de Historia*, Neuquén, pp. 1-18.
- _____(2012), "Los migrantes coreanos en la industria textil de la Ciudad de Buenos Aires. Inserción económica e identidades urbanas," *Revue Européenne des Migrations Internationales*, Vol. 28, No. 4, pp. 67-87.
- Mín, P. y B. Mehdi(2000), "Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A Comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles," *International Migration Review*, Vol. 34, No. 3, pp. 707-738.
- Oslender, U.(2002), "Espacio, lugar y movimientos sociales: hacia una 'espacialidad de resistencia'," *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, Vol. 6, No. 115, (pp.).
- Park, K.(1997), *The Korean American Dream: Immigrants and Small Business in New York City*, Ithaca: Cornell University Press.
- Porter, M.E.(1998), "Clusters and the New Economics of Competitiveness," *Harvard Business Review*, December, pp. 77-90.
- Portes, A. y M. Zhou(1993), "The New Second Generation: Segmented Assimilation and Its Variants," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 530, pp. 74-96.
- Portes, A. y R.D. Manning(1986), "The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples," en J. Nagel y S. Olzak(comps.), *Competitive Ethnic Relations*, Orlando: Academic Press.
- Sassen, S.(2007), "Una sociología de la globalización," *Análisis Político*, Vol. 61, pp. 3-27.
- Shin, J. y Y. Lee(2014), "Transformation of Ethnic Enclave by Negotiations of Trans-migrants' Ethnic Groups in Flushing Koreatown, New York City," *History and Culture Geography*, Vol. 26, No. 1, pp. 50-66.
- Shmite, S.M. y M.C. NIN(2006), "Geografía cultural. Un recorrido teórico a través del diálogo de autores contemporáneos," *Huella*, Vol. 11, pp. 168-194.
- Villoro, L.(1999), "Del estado homogéneo al estado plural," *Estado plural, pluralidad de culturas*, México: Paidós-Facultad de Filosofía y Letras UNAM, pp. 13-29 y 39-62.

Article Received: 2019. 08. 06.

Revised: 2019. 08. 20.

Accepted: 2019. 08. 26.