



**Sección.** Reflexiones | **Section.** Reflections | **Seção.** Reflexões

Artículo revisado por pares académicos.

## Barrios chinos: cultura, economía y turismo. Reflexiones sobre transnacionalidad y etnicidad en la era de la globalización

**Estefanía Quijano Gómez.** Arquitecta, especialista en Economía Urbana y Regional de la Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia. ORCID: 0000-0003-2758-9858. Correo electrónico: estefania.quijano12@hotmail.com

**Recibido:** agosto 29, 2019.

**Aprobado:** octubre 29, 2019.

**Publicado:** diciembre 20, 2019.

**Acceso abierto:** Creative Commons Atribución - No comercial - Compartir igual (CC BY-NC-SA 4.0): esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra de modo no comercial, siempre y cuando te den crédito y licencien sus nuevas creaciones bajo las mismas condiciones.



**Conflicto de intereses:** el autor ha declarado que no existe conflicto de intereses.

### Resumen

Los barrios chinos, a menudo considerados centros turísticos exóticos, sitios de alteridad o enclaves étnicos donde prolifera la diferencia, son también incursiones globales que evidencian tanto los movimientos sociales transnacionales como los complejos significados urbanos de las ciudades mundiales. Los procesos migratorios desde el siglo XIX fomentaron la creación de nodos globales, que generaron sistemas urbanos interconectados en ámbitos políticos, económicos, sociales, culturales y turísticos. En este artículo se analizará la incidencia cultural y económica en la concepción de barrios chinos en tres ciudades globales: Nueva York, Buenos Aires y Lisboa. A través de un análisis de tres variables de interés: el aspecto cultural, el turístico y el económico, se consideraron datos migratorios y su impacto en la conformación de enclaves urbanos, evaluando las ventajas y posibles consecuencias en el ámbito social de la conformación de barrios atractivos para el turismo, teniendo en cuenta la localización de actividades comerciales y *clusters* que apoyan la economía étnica, mediante el uso de herramientas de análisis espacial. Así, se evidencia que los barrios chinos se conforman como representaciones del desarrollo social, económico y cultural.

**Palabras clave:** ciudades globales, enclaves étnicos, migración, transnacionalismo, turismo.

## Chinatowns: culture, economy, and tourism. Thoughts about transnationality and ethnicity in the era of globalization

### Abstract

Chinatowns, often considered exotic touristic centers, otherness places, or ethnical enclaves where difference proliferates, are also global raids which evince as social movements as complex urban meanings of world cities. The migration processes from 19th century encouraged the creation of global nodes, which made urban systems interconnected in political, economic, social, cultural, and touristic fields. In this article the cultural and economic incidence is analyzed in the concept of Chinatowns in three world cities: New York, Buenos Aires, and Lisbon. Through an analysis of three variables of interest: the cultural, touristic, and economic aspects, migration data are considered and its impact in the formation of urban enclaves, evaluating advantages and its possible consequences in the social field in formation of attractive neighborhoods for tourism, keeping in mind location of commercial businesses and clusters which support ethnical economy, through the use of tools of spatial analysis. Thus, it is evinced that Chinatowns are formed as representations of social, economic, and cultural development.

**Key words:** world cities, ethnical enclaves, migration, transnationalism, tourism.

## Bairros chineses: cultura, economia e turismo. Reflexões sobre transnacionalidade e etnicidade na era da globalização

### Resumo

Os bairros chineses, frequentemente considerados centros turísticos exóticos, locais de alteridade ou enclaves étnicos onde a diferença se prolifera, também são incursões globais que destacam tanto os movimentos sociais transnacionais como os complexos significados urbanos das cidades do mundo. Os processos migratórios desde o século XIX incentivaram a criação de nodos globais, que geraram sistemas urbanos interconectados nas esferas políticas, econômicas, sociais, culturais e turísticas. Neste artigo se analisará o impacto cultural e econômico na concepção de bairros chineses em três cidades globais: Nova York, Buenos Aires e Lisboa. Por meio de uma análise de três variáveis de interesse: o aspecto cultural, turístico e o econômico, foram considerados dados migratórios e seu impacto na formação de enclaves urbanos, avaliando as vantagens e possíveis consequências na esfera social da formação de bairros atrativos para o turismo, levando em consideração a localização de atividades comerciais e clusters que apoiam à economia étnica, por meio do uso de ferramentas de análise espacial. Assim, é evidente que os bairros chineses são modelados como representações do desenvolvimento social, econômico e cultural.

**Palavras-chave:** cidades globais, enclaves étnicos, migração, transnacionalismo, turismo.

## 1. Introducción<sup>1</sup>

Las fuertes migraciones chinas ocurridas desde el siglo XIX en adelante (Gómez, 2007) han generado grandes cambios en los países receptores, principalmente en lo cultural y lo social. Dicha movilización ha dado lugar a una gran población de chinos que viven fuera de su país y que se han desplazado principalmente a lugares de Asia, Europa y América del Norte, hasta tal punto que en 1990 se estimaban unos treinta millones de migrantes chinos (Henderson, 2000).

A comienzos de la década de 1980, la diáspora china<sup>2</sup> ascendía a una cifra entre 26.8 y 27.5 millones de personas en más de 130 países en el mundo. En 2010 se estimaba que el número de emigrantes había llegado a los 40 millones, cifra que continúa aumentando hasta nuestros días (Fleischer, 2012). En 2015, por ejemplo, cerca de 9 550 000 personas nacidas en China se encontraban viviendo fuera, aproximadamente un 0.7% de la población del país. Así mismo, de las 46 630 000 personas inmigrantes residentes en los Estados Unidos, 2 100 000 eran procedentes de China (4.5%) (Pew Research Center, 2018).

El presente artículo pretende hacer una reflexión acerca del papel que cumplen los enclaves étnicos, y más específicamente los barrios chinos, en la construcción de globalidad, y cómo se genera, mediante las migraciones y agrupaciones urbanas étnicas, la multiculturalidad, base fundamental para considerar una ciudad como parte del sistema global. En el primer apartado se estudia la relación entre asentamientos chinos como lugares físicos, las construcciones so-

ciales y los imaginarios culturales encarnados en movimientos globales masivos.

A continuación, se hace un breve recuento histórico de las migraciones chinas desde sus inicios y cómo se fueron localizando en barrios y zonas alrededor del mundo. En la tercera sección se analiza la importancia de la economía étnica en la construcción de globalidad, *clusters* de actividades específicas, localización de nuevos usos y actividades económicas que impactan en la composición social de la zona y en el valor agregado que se da a la imagen de las ciudades donde se localizan estos barrios.

Más adelante exploramos de qué manera, lo que en principio inició como un movimiento migratorio, se convirtió en una oportunidad para aprovechar estos enclaves étnicos y convertirlos en atractivos turísticos que traerían beneficios para las ciudades en que se localizan, lo que generó una especie de *museificación*<sup>3</sup> de *chinatown* y de exaltación de la multiculturalidad. De esta manera, se evidencia la relación económica, cultural y turística de estas zonas y la importancia de su presencia en los movimientos globales.

Por último, se plantea la discusión respecto a la importancia de que la ciudad nueva y cosmopolita conviva y mantenga una relación de aceptación con el extranjero basada en razones sociales, culturales, políticas y económicas y se logre la coexistencia con la diversidad, la variedad cultural y las distancias sociales de manera provechosa.

## 2. Metodología

Le metodología empleada en el desarrollo de la investigación consta de tres grandes componentes. Para el análisis histórico y cultural, se emplearon fuentes secundarias que permiten dar cuenta de la historia de las migraciones

1 El presente texto resulta del balance de la investigación realizada durante el año 2018 en el marco de la especialización en Economía Urbana y Regional de la Universidad Externado de Colombia.

2 El concepto de *diáspora* se usa para denominar al grupo disperso de chinos que viven fuera de China y que mantienen conexiones, relaciones y redes con su país de origen, creando nexos con su país de adopción y otras comunidades en diversos lugares del mundo (Fleischer, 2012). La idea de diáspora, y su uso reciente, denota que China no es solo una entidad política y económica supeditada a un territorio, sino un proceso social y cultural que ya goza de alcance global.

3 El concepto *museificación*, *museización* o *musealización* —acuñado por autores como Huyssen, Baudrillard y Relph— se refiere al proceso urbano dinámico de reestructuración de los lugares emblemáticos alrededor de nuevas prácticas de exhibición (García, 2017) que promueven la experiencia turística, en este caso urbana. Estos términos dan sentido a las estrategias de regeneración que transforman las ciudades en espectáculos y objetos turísticos para el consumo cultural (Aykaç, 2019).

chinas y su consiguiente espacialización en las diferentes ciudades del mundo. Para el caso del análisis del turismo en los barrios chinos, se realizaron estudios de caso de diferentes ciudades, de manera que se establecieran patrones de localización y pautas de *marketing* para atraer a los turistas hacia estos enclaves.

En el análisis económico, se escogió una muestra de tres ciudades: Buenos Aires, Argentina; Nueva York, Estados Unidos y Lisboa, Portugal que, o bien cuentan con un *chinatown* o con una aglomeración incipiente de población china como es el caso de Lisboa. De esta manera, se estudiaron las manifestaciones en territorio de la existencia de un barrio chino por medio de bases de datos que comprueben la presencia de instituciones, comercio y restaurantes étnicos.

Estas tres ciudades fueron escogidas con el fin de evidenciar comparativamente la aparición de un enclave étnico en un contexto latinoamericano, estadounidense y europeo, con diferentes grados de desarrollo y donde la migración china se ha dado en diferentes niveles de intensidad. De esta manera, desde la perspectiva económica y espacial, realizamos un ejercicio de análisis cartográfico que revela dónde existen espacios de conglomeración de estos inmigrantes y la dispersión de sus actividades económicas en una unidad geográfica –barrio– que represente valores superiores al promedio de distribución normal: cociente de localización (Tébar Arjona, 2013).

Los aspectos para tener en cuenta fueron la localización de actividades culturales y económicas propias de la población de estudio en las ciudades escogidas, de manera que al analizar los resultados se evidenciara la distribución y concentración de las llamadas economías de escala que generan *clusters* económicos de actividad y que permiten comprobar la presencia tanto de población china significativa como de creación de lazos comerciales importantes. Estas cartografías, junto con las cifras migratorias de los últimos años y la revisión de fuentes secundarias, permitieron obtener un estado de la situación actual de los barrios chinos en el mundo y entender su pa-

pel económico y cultural dentro de las ciudades globales.

### 3. Resultados

Como principal resultado del análisis de las tres variables mencionadas, se pudo evidenciar que los barrios chinos alrededor del mundo funcionan como atractores de turismo, *clústers* económicos y como zonas de construcción y preservación de identidad, por lo que son necesarios en la construcción de globalidad y de redes transnacionales en las ciudades contemporáneas. Al analizar las actividades económicas y la implantación de los tres barrios chinos –Buenos Aires, Nueva York, Lisboa–, se concluyó que son zonas que se han ido adaptando a las condiciones urbanas y globales hasta el punto de convertirse en conglomerados de actividad, que generan economías de escala y lazos comerciales no solo en el ámbito local sino en el internacional.

Si bien se presenta una estructura económica que concentra espacialmente sus actores –negociantes, trabajadores, consumidores–, la coincidencia de negocios y residencias en un área geográfica circunscrita no quiere decir que esté limitada por fronteras geográficas. En efecto, los negocios étnicos tienen relaciones más amplias que trascienden lo económico, puesto que implican alianzas sociales, culturales o étnicas transnacionales (Güell, Parella y Valenzuela, 2015).

### 4. El papel de los barrios chinos en la construcción de la ciudad global

Actualmente existe un concepto para denominar a las ciudades que se han convertido en emplazamientos estratégicos para el capital y las estructuras de mando político y económico: *ciudad global*. Las ciudades globales son distintas de las antiguas capitales de los imperios económicos en el sentido que funcionan como redes transfronterizas donde se fortalecen las transacciones interurbanas. No existe, por tanto, la consideración de una ciudad global como única, ya que esta categoría solo tiene sentido

como elemento dentro de una red global de ciudades estratégicas (Sassen, 2001).

El fortalecimiento de estas transacciones obedece a una variedad de ámbitos políticos, económicos, sociales y culturales que permiten las conexiones transfronterizas entre comunidades inmigrantes y comunidades de origen, que aunque anteriormente ocurrían por razones forzosas, en los últimos años se ha evidenciado un incremento de migraciones voluntarias no solo con propósitos comerciales sino cada vez más con propósitos culturales, y políticos no-formales. Esto responde al crecimiento de los mercados internacionales del arte y al activismo político en el mundo.

En el ámbito económico, las ciudades globales se han convertido en emplazamientos estratégicos y atractores del capital global, importación y exportación de mano de obra y economías de aglomeración, especializadas en grandes concentraciones de mercados y comunidades e identidades transnacionales.

Como lo menciona Saskia Sassen (2009), “la inmigración es uno de los procesos principales mediante los cuales se está constituyendo una nueva política económica transnacional y nuevas estrategias domésticas translocales” (p. 60). Es por esta razón que las grandes ciudades del primer mundo albergan una gran población inmigrante ya que se presentan como lugares atractivos con grandes ventajas sobre sus países de origen.

Ya existe una lista jerarquizada de ciudades globales, entre las que se encuentran, sin ningún orden particular: Nueva York, Londres, Moscú, Tokio, París, Ámsterdam, Los Ángeles, Sídney, Bangkok, Taipéi y Hong Kong; y Buenos Aires, São Paulo y Ciudad de México como representantes latinoamericanas. Estas ciudades, aparte de cumplir con las características anteriormente nombradas, han sido focos receptores de población migrante, y para lo que en este caso nos ocupa, población china que se ha ido asentando en sus territorios. En la tabla 1 se relacionan los quince países que hasta el 2017 albergaban la mayor cantidad de población china (ver tabla 1).

Este fenómeno se espacializa en la concentración urbana de población, que da lugar a los conocidos *chinatowns* o barrios chinos, es decir,

las ciudades donde se localizan estos enclaves son precisamente los nodos de los países que albergan un gran volumen de ciudadanos chinos (ver figura 1), de manera que se logra conformar una red transnacional global. Esta concentración de inmigrantes en determinadas zonas suele darse cuando las redes sociales de esta población alcanzan cierta densidad en la sociedad receptora, se cristalizan en enclaves territoriales y dan lugar a espacios de expresión de sus capacidades políticas, culturales, sociales y económicas (Luque Brazán, 2004), con una cantidad importante en el Sureste Asiático, Norteamérica y Oceanía.

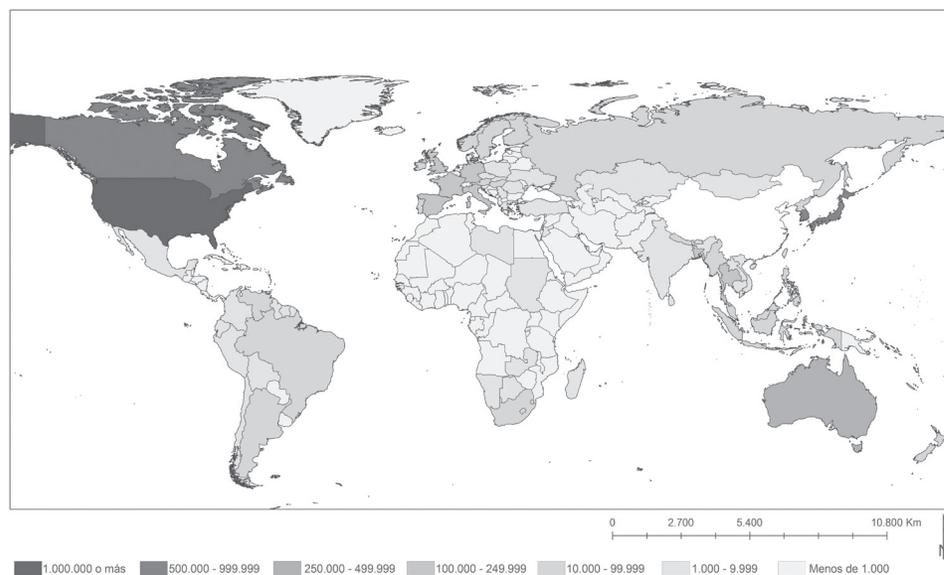
**Tabla 1.** Países receptores de población china migrante, 2017

País receptor	Población china migrante
Estados Unidos	2 420 000
Hong Kong	2 340 000
Japon	740 000
Canadá	710 000
Corea del Sur	610 000
Australia	470 000
Singapur	460 000
Macao	290 000
Reino Unido	210 000
Italia	200 000
Bangladesh	170 000
España	160 000
Francia	110 000
Alemania	100 000
Nueva Zelanda	100 000

**Fuente.** Elaboración propia basada en datos de Pew Research Center (2018).

Los barrios chinos recientemente se han constituido como lugares físicos de construcciones sociales y de imaginarios culturales que encarnan movimientos globales masivos, que comienzan con la expansión económica y comercial de la

**Figura 1.** Población residente de origen chino



**Fuente.** Elaboración propia, basada en datos de Pew Research Center (2018).

nación china. Además, de la creación de relaciones comerciales y políticas con los países receptores, que han reconstituido las ciudades como nodos globales de conexión y comunicación (McDonogh, 2013).

Las ciudades protagonistas que han logrado entender este nuevo proceso de la era global se consideran *ciudades cosmopolitas*<sup>4</sup> que nacen y se forman en relación con lo extranjero y la diversidad social y cultural. En estos lugares se logra aceptar que el extranjero no debilita los límites y fronteras soberanas, sino que, al hacerlas penetrables, fortalece los procesos globales, la apertura económica y política y, por lo tanto, la formación de nuevos derechos y formas de ciudadanía.

Comunidades chinas y enclaves étnicos alrededor del mundo

La migración masiva no planificada de chinos a las grandes ciudades empieza aproximadamente a mediados del siglo XIX, con la demanda de mano de obra no calificada atraída principalmente hacia países industrializados como Estados Unidos, para realizar obras de infraestructura, como construcción de ferrocarriles, puertos y para labores poco tecnificadas en los escalafones más bajos del sector terciario. Algunos de estos trabajos se realizaban en condiciones de esclavitud, otros de forma libre pero con salarios muy bajos.

Durante esta época, China pasaba por un momento difícil. La fuerte explosión demográfica que comenzó en el siglo XVIII aún no cesaba, la represión imperial y la presión colonial europea iban en aumento, lo que produjo cambios sustanciales en la estructura económica del país. Además, hubo un alza considerable en los impuestos y una fuerte competencia por el comercio internacional, lo que a su vez generaba que muchos de los habitantes dejaran su hogar y migraran hacia nuevos horizontes. El desempleo y el desplazamiento del campe-

4 El cosmopolitanismo es definido como “la tendencia de las sociedades a abrirse al mundo, a compartir ideas, modos de vida, y a construir cada vez más imaginarios culturales transnacionales a escala mundial [...] El cosmopolitanismo sería una suerte de ideología de una nueva élite global” (Hiernaux, 2003).

sinado se convirtieron también en un problema generalizado, hasta llegar a condiciones de hambruna y pobreza extrema. Esta situación, acompañada de los desastres naturales —sequías e inundaciones— ocurridos entre 1780 y 1839 (BID, 2004), generó la fuerte oleada migratoria de personas que buscaron refugio y mejores oportunidades en los centros urbanos de las principales ciudades del mundo.

Estas migraciones iniciaron en las provincias surorientales de Guangdong y Fujian debido a su alta densidad poblacional. Los campesinos procedentes de estas zonas se dirigieron hacia América del Norte, donde no siempre eran bienvenidos, mientras que los más pobres fueron llevados por la fuerza hacia el Caribe, América Central y América del Sur (BID, 2004).

Las inhumanas condiciones a las que fueron sometidos muchos de los emigrantes en los países receptores —especialmente en Estados Unidos, donde existía una fuerte resistencia racial hacia la población china— llevaron al cese del tráfico de manera oficial en 1874. Hoy en día, los emigrantes chinos ya no llegan a través de embarcaciones como solían hacerlo, sino que se desplazan como ciudadanos globales (Sassen, 2009) en avión o autobús, bien sean estudiantes, turistas, inversionistas, empresarios, trabajadores o refugiados.

Las condiciones han cambiado, mientras en el siglo XIX los chinos se desplazaban para atender campos de plantaciones, minas o construir ferrocarriles, hoy en día se han dedicado al comercio en pequeña y gran escala, y se han ubicado en los conocidos enclaves étnicos, más específicamente, en los barrios chinos. Estos espacios son utilizados principalmente para mantener los lazos con China, ya sea a través de la lengua, la cultura o el comercio. Pero no ha sido un proceso fácil, al contrario, a lo largo de varias generaciones se ha intentado la coadaptación de los chinos tanto de primera como de segunda y tercera generación con sus vecinos anfitriones, y se han negociado habilidades e identidades híbridas que muchas veces resultan en nuevas identificaciones de clase y estatus (McDonogh, 2013).

En un principio, los espacios étnicos fueron excluidos y estigmatizados como áreas peligrosas plagadas de vicio y conductas inapropiadas. No solo los *chinatowns*, sino los *Little Italies* y los barrios latinos fueron vistos, sobre todo en Estados Unidos, como obstáculos para la modernización y como zonas que debían ser objeto de procesos de recuperación urbana (Lin, 1998a). No obstante, a medida que las migraciones se fueron haciendo más comunes, los enclaves étnicos se han convertido en espacios numerosos y valiosos para los Gobiernos, no solo como focos de empleo y comercio, sino como atractivos turísticos multiculturales y muestra de la revalorización cultural de los espacios centrales de las ciudades, que las encamina a convertirse en metrópolis cosmopolitas.

Los barrios chinos impusieron nuevos modelos, sobre todo en lo arquitectónico y comercial. Se dieron a conocer por su estética distintiva, los *foodways*, la gente y las actividades legales e ilegales, además con patrones de localización definidos, que les permitían aprovechar las zonas más estratégicas de la ciudad y generar canales de distribución exitosos.

Normalmente los barrios chinos se ubicaban en lugares similares, cerca de los centros urbanos, estaciones ferroviarias, marítimas y de autobuses, ya que el crecimiento urbano y el abandono del centro por parte de las clases medias-altas generaban espacios de oportunidad donde las rentas eran bajas, pero comercialmente rentables por la constante presencia de viajeros. Igualmente, los chinos solían ubicarse cerca de zonas de prostitución o barrios rojos considerados indeseables para la población residente (Lin, 1998b; McDonogh, 2013).

Con el tiempo, estos lugares se han convertido en componentes importantes de los paisajes urbanos, desde los *chinatowns* de Nueva York, Los Ángeles, San Francisco y París, así como el recién construido enclave de San José, en Costa Rica e incluso los de Lima y Buenos Aires. Estos paisajes se han establecido como símbolos y referentes debido a su estética particular aplicada a sus tiendas, talleres y restaurantes. Las *shophouses*, por ejemplo, son un

modelo particular de tiendas que utilizan el primer piso de las construcciones como el espacio de venta, mientras que los propietarios tienen su propia vivienda en los pisos de arriba. Las pequeñas callecitas inundadas de aromas y vendedores ambulantes y las vitrinas llenas de objetos raros acompañan toda esta experiencia.

En un inicio, los barrios chinos también se reconocían por las condiciones de hacinamiento, congestión y contaminación en la que vivían sus habitantes, que se enfrentaban a la pobreza, la desnutrición y la falta de instalaciones médicas adecuadas (Henderson, 2000). Los trabajadores, principalmente dedicados a la industria de la confección, se ubicaban en *sweatshops* o talleres de explotación de precarias condiciones donde se les pagaban salarios bajos, con pocos beneficios y prestaciones.

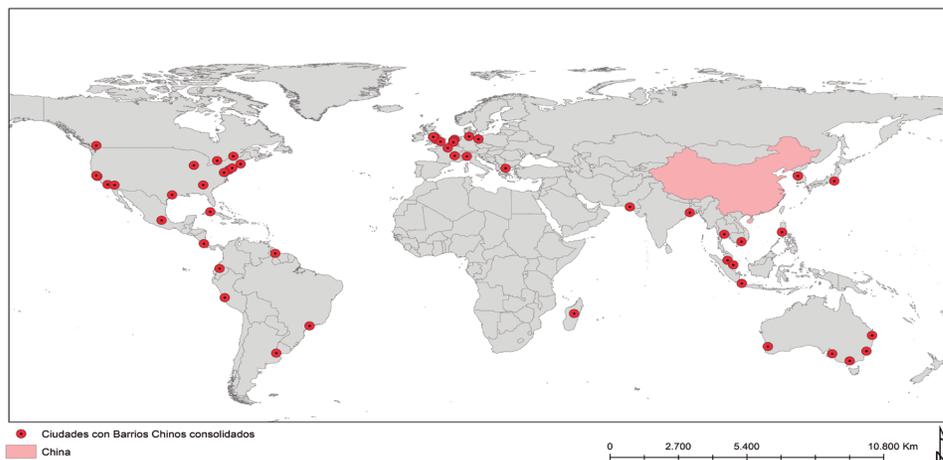
Los vendedores ambulantes también eran un sello distintivo, los recién llegados iniciaban con este tipo de comercio para luego entrar en el sector formal, principalmente porque se requería muy poco dinero para comprar productos, una mesa o carro de empuje para exhibirlos

y poco o ningún conocimiento específico (Lin, 1998b). Actualmente, estos vendedores se valen de la especialización de ciertas actividades comerciales para atraer clientes.

El comercio al por menor incluye en primer lugar la venta de comida, seguido por la venta de pescados, ropa, *souvenirs*, plantas, medicinas y libros. Así mismo, ofrecen servicios como reparación de zapatos, relojes, consultas religiosas y lectura de la mano. De esta manera se han ido conformando actividades comerciales propias de estos barrios que ya se han instaurado en el imaginario urbano de los ciudadanos, quienes acuden a estos lugares en busca de productos o servicios específicos.

Tales lecturas y formas de aproximarse a los *chinatowns*, no los describen como meros enclaves de inmigrantes o amenazas transnacionales sino como símbolos importantes de la ciudad moderna, que se conforma con ayuda de estos exóticos paisajes. En la figura 2 se referencian las ciudades que cuentan con un barrio chino consolidado y las características principales que los han llevado a convertirse en nodos de interconexión global y atractivos turísticos importantes.

Figura 2. Barrios chinos en el mundo



Fuente. Elaboración propia basada en datos de Pew Research Center (2018).

El barrio chino de Manhattan es uno de los más conocidos del mundo, y el lugar de residencia de gran parte de la población asiática que vive en Nueva York. Este enclave ha ido creciendo a través de los años hasta ocupar gran parte del Lower East Side y de Little Italy. Si bien este barrio sufre procesos de informalidad, logra mantener la vitalidad económica a través de un proceso revitalizante y reproductivo de modelos socioculturales propios —pautas religiosas, educativas, de consumo, entre otros— (Werbner, 1990). En esta zona proliferan las actividades de fabricación y comercio al por menor, específicamente de ropa, restaurantes y mercados de alimentos. Aquí el comercio étnico se limita a la producción y venta de productos minorista a nivel formal e informal (Lin, 1998b).

Otros de los barrios chinos más importantes de Estados Unidos son el de San Francisco, que además es el más antiguo del país, y el de Chicago. Los inmigrantes chinos llegaron a este último con el fin de construir el ferrocarril transcontinental y, al terminarlo, no tuvieron otra opción que quedarse. Se establecieron en el área cercana de Van Buren y Clark Streets, sin embargo, el enclave pronto fue desplazado al área cerca de la carretera de Cermack y de la avenida de Wentworth, donde ha estado por más de cien años (Santos, Belhassen y Caton, 2008). Este era un vecindario bohemio de bares y prostitución, pero con el tiempo los chinos le impusieron su sello arquitectónico y cultural en las fachadas de ladrillo de los edificios de vivienda y almacenes, una “gentrificación invisible” (McDonogh, 2013).

El caso europeo es similar. En Francia el primer barrio chino —*chinatown* de Choisy— apareció durante la Primera Guerra Mundial, conformado por los sobrevivientes chinos que permanecieron en la Gare de Lyon y se fueron aclimatando a los valores y prácticas coloniales francesas. Actualmente cuenta con restaurantes, tiendas, templos, bancos, servicios médicos, un centro católico, así como empresas chinas. Es considerado un barrio emblemático del cosmopolitismo parisino.

Un segundo barrio chino francés tuvo lugar en la zona norte, en Belleville. Aquí, la migra-

ción china continuó con la tradición de polarización y segregación social y espacial instituida en el país desde la reforma Hausmanniana. Los chinos debían compartir las calles con turcos, judíos, árabes y, sobre todo, con africanos, era un verdadero enclave étnico que, con el tiempo, se convirtió en el barrio multicultural que es hoy (McDonogh, 2013).

Un caso diferente se presenta en Barcelona, donde el barrio chino siempre fue un mito, en principio creado por periodistas en la década de 1920, que lo retrataban como un lugar misterioso. Actualmente, Barcelona no posee un barrio chino oficial, aunque los casi 40 000 residentes chinos en el área metropolitana se han convertido en una presencia visible mediante sus redes de negocios pequeños, sus restaurantes y bares y como dueños de locales que venden “todo a un euro”. Se piensa que Barcelona quiere evitar a toda costa la presencia oficial de uno de estos enclaves, por considerarlos fuente de problemas sociales e inseguridad (Fernández, 2016).

En Australia existen varios barrios chinos por la proximidad del país con China, pero el más representativo y antiguo es el de Melbourne, situado entre las calles Swanston y Spring, muy cerca al centro de la ciudad. Es un barrio conformado por edificios del siglo XIX que funcionan como restaurantes, mercados, hoteles y museos con enormes dragones chinos. Es uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad.

El *chinatown* de Singapur también data del siglo XIX, cuando el Comité de la Ciudad encargado de la planificación urbana decidió crear una zona que acomodara muchos grupos étnicos diferentes que habían sido atraídos por el puerto y las áreas comerciales. A los chinos se les asignó una ciudad al sur del río Singapur, donde se ubicaron en aldeas o *kampongs* que fueron creciendo a medida que llegaban más inmigrantes provenientes de distintas zonas de China.

Así mismo, las ciudades globales del primer mundo han recibido constantes oleadas de migraciones de dicho país, las ciudades latinoamericanas también han jugado un papel importante en la recepción de población. Durante el siglo XIX, las

principales ciudades de Suramérica estaban llevando a cabo un proceso de modernización que requería de muchas obras de infraestructura, así como de mano de obra barata que las realizara. Esto, junto con los levantamientos políticos y sociales en China —las guerras del opio, la rebelión Taiping, etc.—, que dejaron al país devastado y a la población empobrecida, facilitaron el desplazamiento hacia Latinoamérica.

Los chinos llegados a la región fueron conocidos como *coolies* (BID, 2004), término que suele identificar a los trabajadores reclutados de manera forzada y sometidos a condiciones de trabajo inhumanas, cercanas a la esclavitud. Los *coolies* solían ser utilizados para la construcción de ferrocarriles y puertos, como sucedió en varias ciudades norteamericanas, pero poco a poco fueron demostrando sus habilidades comerciales y sentando redes de distribución de productos al por menor en sectores populares urbanos y rurales.

Hacia finales del siglo XIX y principios del XX, los pequeños establecimientos chinos ya abastecían una significativa porción de territorio, principalmente barrios marginales y de pocos recursos. Usaban como estrategias el horario ampliado de atención al público, los precios bajos, el crédito, la eficiencia y el buen servicio, características que los diferenciaban de los comercios locales (BID, 2004), pero siempre eran asimilados con la informalidad propia de la urbanización del tercer mundo y las redes locales de pequeña escala.

La proliferación de estos establecimientos llegó a ser tan amplia que fueron incluidos en el imaginario urbano y en el lenguaje cotidiano. En Panamá, por ejemplo, se usa la expresión “ir al chino” para referirse a la pequeña tienda ubicada en el barrio. Sin embargo, a medida que fueron aumentando este tipo de locales, también fueron apareciendo comerciantes dedicados a vender productos importados directamente desde China —ropa, zapatos, joyas, etc.—. La concentración de estos establecimientos, junto con los famosos restaurantes típicos, dio lugar a la conformación de barrios chinos (Rodríguez Pastor, 2000).

## 5. Economía de la etnicidad

Estos enclaves étnicos a los que nos hemos referido constituyen un tipo de economía étnica (Light y Gold, 2000), definida por la concentración geográfica de comercio y empresas propiedad de inmigrantes. Así mismo, estos *clusters* de actividades representan cambios en la economía y la configuración urbana de las sociedades de instalación.

Esta incorporación comercial y laboral entre los colectivos chinos se explica a partir de su experiencia económica y la estructura de oportunidades, y se enmarca dentro unas características culturales singulares. Lo anterior ha generado, por un lado, la creación de comercios locales con la experiencia de los chinos; por otro, la conexión de redes intragrupo que buscan la solidaridad étnica y el fortalecimiento de las transacciones comerciales y de servicios (Arjona y Checa, 2006).

Existe una actividad comercial que logra dar cuenta de la concentración de población china en una ciudad: los restaurantes. Esto sucede porque en el momento en que los chinos empezaron a migrar hacia distintos países, comenzaron también a invertir en el sector gastronómico, que dominan muy bien y que les ofrecía mayores posibilidades de expansión en un mercado todavía sin explotar (Petit, 2002). Por esta razón, los restaurantes suelen ser empresas familiares con las que inician una trayectoria económica hasta que logran ampliarse a otro tipo de mercado, además de ser una clara expresión de su cultura.

En el caso latinoamericano, por ejemplo, los chinos fueron creando redes de producción, compra, suministro y distribución entre ellos mismos, hasta transformarse en fuertes infraestructuras comerciales, como fue el caso de México y Panamá. No obstante, atravesaron dificultades económicas, legales y sociales; mayormente la exclusión y discriminación por parte de la población nativa (Chou, 2002).

Por esta razón, los barrios chinos latinoamericanos tienden a localizarse en zonas marginales donde los principales usuarios de los negocios son personas de bajo poder adquisitivo, que

precisamente acuden a dichas tiendas y restaurantes por sus bajos precios y posibilidad de crédito. Además, como estrategia para atraer más personas, los chinos suelen especializar el comercio y crear *clusters* de productos específicos, que resultan muy difíciles de encontrar en otros lugares.

A medida que esto sucede, no solo incrementan los clientes, sino la fascinación de los residentes locales por este tipo de dinámicas, lo que convierte estos sectores en enclaves turísticos. La situación genera que estos barrios pasen de ser meras aglomeraciones de inmigrantes a barrios que ofrecen productos y servicios a los ciudadanos más cosmopolitas que van en busca de experiencias exóticas. Es un espacio de convivencia entre la marginalidad y el nuevo estilo de vida urbano de las ciudades mundiales.

En la construcción de estos enclaves étnicos, prevalecen sobre todo las entidades económicas y los imaginarios urbanos que se generan a través de ellas; por ejemplo, las tiendas y los restaurantes chinos se han convertido en marcas étnicas que la gente asocia de manera automática con su cotidianidad. En Panamá, el primer barrio chino se ubica en unas pocas cuadras del casco viejo y cuenta con un gran número de pequeños almacenes especializados en la venta de alimentos, objetos de cocina y artesanías. Los panameños se dirigen a esta zona en busca de artículos específicos que no pueden conseguirse en otros lugares y que son importados de la zona asiática y de paso disfrutan de la cultura china plasmada en los restaurantes y panaderías del barrio. Más que nada, el barrio se reconoce por su valor simbólico y patrimonial, lo que lo ha llevado a convertirse en una atracción turística nacional e internacional que refleja la diversidad cultural panameña, aun cuando el país continúa siendo residencia de inmigrantes chinos de clase trabajadora (BID, 2004).

A pesar de lo anterior, las economías étnicas no solo dependen de la relación oferta y demanda, también influye la adecuación entre lo que los grupos étnicos —en este caso los chinos— pueden ofrecer y lo que les está permitido por los Gobiernos receptores (Arjona y Checa, 2006). Así, además de las redes sociales

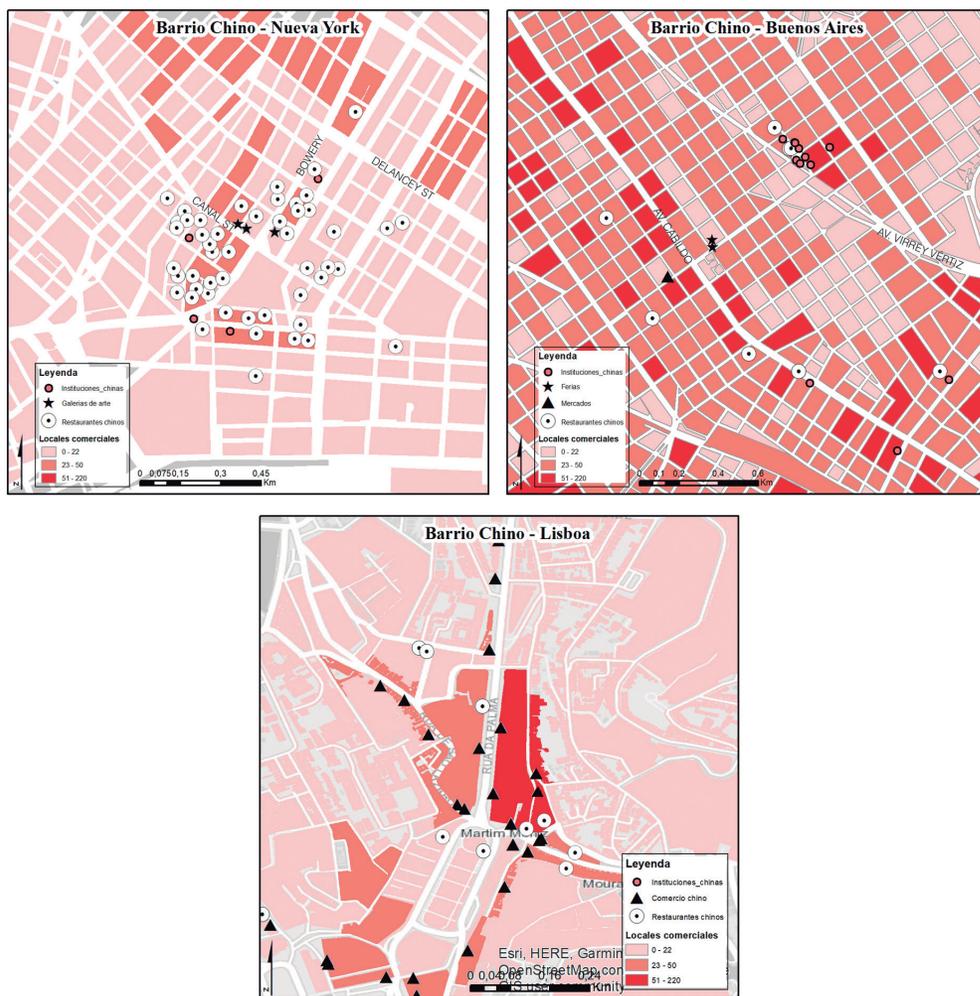
utilizadas, también se debe tener en cuenta la estructura socioeconómica y política institucional de la sociedad de llegada.

A continuación, se analizan los casos de barrios chinos en Nueva York, como representante norteamericano; Buenos Aires, como caso latinoamericano y Lisboa, como caso europeo que, si bien no cuenta con un barrio chino oficial, sí presenta una localización incipiente de comercio y restaurantes asiáticos que evidencia el origen y conformación de *clusters* a nivel comercial, cultural y turístico en la ciudad (ver figura 3).

Lisboa, por su parte, no cuenta con un *chinatown* oficial, sin embargo, en la zona de Martim Moniz, en el centro de la ciudad, encontramos una gran concentración de negocios y de población de origen chino, ya que desde 1980 ha existido una fuerte tradición histórica de diversidad cultural en el barrio, que a su vez coincide con un período de auge comercial con la inauguración de varios centros comerciales. Si bien durante las primeras décadas del siglo xx los chinos llegaron a Portugal, principalmente como vendedores informales, con el tiempo fueron aumentando su flujo migratorio hasta superar las 25 000 personas en la ciudad de Lisboa. Hacia 1980 ya existía un sector de restaurantes chinos, supermercados, tiendas y almacenes en Martim Moniz, por lo que se convirtió en un sector animado, lleno de camiones, comerciantes y mercancías. Además de los servicios de comida china, también se ofrecen servicios de estética, peluquerías, masajes, lavandería, agencias de viaje especializadas en viajes a China, sin olvidar la amplia variedad de instituciones asiáticas como iglesias protestantes chinas y budistas.

Como la mayoría de los barrios chinos, la zona de Lisboa, en un momento estuvo asediada por la prostitución y la delincuencia. Sin embargo, desde hace algunos años con ayuda de la proliferación de comercios e instituciones chinas, fueron cesando los problemas sociales y pasó a ser un barrio que funciona como punto de interconexión y comunicación de flujos globales dentro de la red de ciudades europeas.

Figura 3. Barrios chinos de Nueva York, Buenos Aires y Lisboa



Fuente. Elaboración propia basada en datos de Open Data NYC, Data de Buenos Aires y Cámara Municipal de Lisboa.

Como podemos ver, en la mayoría de estas ciudades, el capital internacional ha sido un componente importante del desarrollo, pues los procesos mediante los cuales los chinos mantienen múltiples relaciones —económicas, sociales, familiares, etc.— que unen las sociedades de origen y las receptoras, promueven el transnacionalismo y logran superar las fronteras geográficas, culturales y políticas. Es por

esto que, durante los últimos años, los planificadores locales y las administraciones municipales han optado por promover la creación de enclaves étnicos en la ciudad central, puesto que son proveedores de comercio transnacional y de fomento de múltiples culturas que no solo atraen la inversión económica sino a los turistas de las nuevas ciudades globales

## 6. La marca turística de Chinatown

Existe una creciente tendencia en las ciudades posmodernas y en la cultura de la globalización de convertir la etnicidad en aceptable (Lin, 1998a), celebrada y sobre todo en vendible, respondiendo cada vez más a los patrones de producción y consumo cultural de la actualidad. La etnicidad se transforma entonces en una mercancía, que al presentarse como exótica pasa a ser atractiva. Estamos frente a un contexto ideológico que, por un lado, celebra la diversidad ya que de esta manera se identifica el cosmopolitanismo de una ciudad y, por el otro, es un entorno político-económico que reconoce la base para la generación de un mercado turístico y de ocio rentable en la comerciabilidad de esta diversidad.

Durante mucho tiempo, los enclaves étnicos fueron considerados barrios segregados de actividad ilegal y fuente de inmoralidad debido a las actividades que se ejercían, como la prostitución y la venta de documentos de identidad falsificados. Incluso eran conocidos como guetos<sup>5</sup> (Santos, Belhassen y Caton, 2008).

Desde hace un tiempo, esta condición se transformó en una ventaja, por los planificadores y los Gobiernos distritales, pues empezaron a “vender” estos paisajes como lugares exóticos de diferencia. Los barrios chinos tienen el potencial de los barrios étnicos de actuar como comunidades de un alto valor patrimonial e identitario, así como atracciones turísticas urbanas. Son lugares donde los miembros de la sociedad dominante pueden ir a relacionarse con la otredad, donde se pueden encontrar ali-

mentos interesantes, observar gente exótica e incluso percibir un peligro (Santos, Belhassen y Caton, 2008).

Antes solía existir un fuerte temor hacia los otros, que generaba la creación de guetos en la ciudad donde se atrincheraban los inmigrantes, era un intento de la población autóctona de eliminar cualquier contacto con la amenaza extranjera (Fernández, 2016). Aunque esta tendencia aún existe y se traduce en la proliferación de *gated communities* y conjuntos cerrados fuertemente vigilados, lo que en este caso nos interesa resaltar es la conversión de estos espacios rechazados en lugares fascinantes, lo que se logra por medio del turismo. La mercantilización de estos enclaves es una de las maneras de perder el miedo a los otros y a lo diferente, e integrarlos al imaginario de la cotidianidad. No se anula la diferencia, se aborda de manera diferente.

Los *chinatowns* tienen características arquitectónicas típicas que les confieren el significado de lugar étnico y se presentan como ventajas al momento de convertirse en atractivos turísticos, en la medida en que son fácilmente asimilables con imágenes vistas en películas, televisión y medios digitales. Tales características incluyen una entrada típica de *chinatown*, edificios que presentan pagodas, azulejos ornamentales, jarrones y esculturas de leones, además del fuerte uso del color rojo (Santos, Belhassen y Caton, 2008).

En palabras de Conforti (1996), esto permite que se distinga el barrio chino como un “área simbólica con una imagen pronunciada y arraigada compartida por personas internas y externas, una imagen basada en la historia y el uso de la zona, especialmente como marca turística” (p. 836). De esta manera, la conservación y preservación de dichos espacios se ha convertido en la meta para los urbanistas y planificadores de las ciudades globales, que han decidido aprovechar su identidad y convertirla en marca distintiva, lo que trae consecuencias tanto positivas como negativas.

En términos positivos, los barrios chinos preservados y mejorados contribuyen a la industria

5 La diferencia entre enclaves étnicos y guetos radica en que estos últimos siempre han sido considerados áreas de restricción y opresión. Desde un principio se establecían restricciones residenciales a inmigrantes, como los judíos en Europa y eran obligados, indirectamente, a asentarse en zonas específicas. Los guetos representan las únicas partes de la ciudad en las que los miembros de un grupo en particular podrían establecerse, ya que generalmente se les restringe de la mayoría de las otras partes de la ciudad mediante la discriminación (Conforti, 1996).

turística de la ciudad y brindan a muchas personas empleos y oportunidades empresariales. Los restaurantes y el comercio especializado, además de los bancos y multinacionales funcionan como punto de conexión entre la comunidad china y los países receptores de migraciones. También funcionan como espacios promotores de identidad, donde los chinos nacidos fuera pueden descubrir sus raíces ancestrales y fortalecer sus orígenes por medio de la creación de comunidades e intercambio de información. Ejemplo de ello son algunos de los lugares en los barrios chinos que cumplen una función social muy importante, al ofrecer lugares de reunión a los trabajadores para que jueguen *mahjong* y ajedrez, así como para intercambiar información sobre el trabajo y noticias de China, lo que ayuda a mantener su identidad y tradiciones por medio del fortalecimiento de lazos con su país de origen (Li, 2011).

Dentro de los aspectos negativos se pueden considerar la generalización estereotípica negativa de la población china y la posible *disneylandización* étnica, que lleva a convertir estos enclaves en parques temáticos chinos, donde se incluyen elementos coordinados con colores y señalización que no tienen lugar en los barrios chinos originales. Lo que se ofrece es una “caricatura orientalista” basada en concepciones culturales muchas veces simplistas y exotizadas, que olvidan la finalidad básica de estos asentamientos de acoger a los inmigrantes, y se convierten en experiencias enfocadas en los turistas (Henderson, 2000).

Por ejemplo, en un inicio los *chinatowns* como el de Manhattan funcionaban como vecindarios ajenos a la cultura americana, eran completamente distintos a lo que se suponía debía ser un barrio americano, las calles estaban llenas de personas y bullicio, y el hacinamiento en las viviendas resultaba evidente. Las actividades comerciales y de ocio se llevaban a cabo en la calle en una especie de bazar que funcionaba de día y de noche.

Esta condición resultaba tan intrigante para los norteamericanos, que empezaron a ver que el barrio tenía potencial para convertirse en una “Disneylandia étnica”, con residencias reconstruidas del siglo XIX, carretillas y diversidad de formas

y colores pintorescos. Los Gobiernos distritales pusieron en marcha los procesos de preservación y conservación y reconocieron este tipo de barrios como únicos, dignos de ser mostrados, de manera que trabajaron junto con la población residente para lograrlo (Conforti, 1996).

En el barrio chino de Singapur, por ejemplo, los turistas empezaron a sentirse atraídos por la vida y cultura callejera, mientras que se sentían sorprendidos por la miseria presente en muchas partes. En los años sesenta, el Gobierno decidió reinventar la zona, reubicar a los vendedores ambulantes y demoler las *shophouses* para hacer espacio a nuevos desarrollos comerciales e inmobiliarios. Las rentas empezaron a subir y la población china local tuvo que desplazarse a zonas más accesibles, de manera que los comercios tradicionales y los famosos restaurantes chinos fueron reemplazados por boutiques, tiendas de *souvenirs* y oficinas (Henderson, 2000).

Hacia 1980, los Gobiernos empezaron a ver que el desarrollo que pretendían crear no iba en contra de la conservación del barrio chino, sino que al contrario podía promoverlo. Entonces decidieron tratar la zona como un sitio patrimonial de importancia tanto para los residentes como para los visitantes:

Para incentivar el turismo se crearon en Singapur áreas temáticas entre las que estaban las áreas étnicas de Chinatown junto a Little India, Geylang Serai y Katong/Joo Chiat (las otras áreas étnicas tradicionales) con una historia de celebración de la diversidad. Se propusieron calles temáticas donde se vendían objetos y comida típica y un circuito de transporte. Y Chinatown se convirtió en un área en la que todos quieren pasar tiempo debido a las atracciones y actividades que se ofrecen. (Henderson, 2000, p. 528)

También existen casos latinoamericanos, como el de Argentina, y más específicamente el de su capital. El barrio chino de Buenos Aires —al que se hizo referencia en el apartado anterior— se ubica en la intersección de las calles Mendoza y Arribeños, son dos cuadras con aproximadamente trece comercios chinos, dos

templos y un centro cultural. Fue el lugar elegido por los primeros inmigrantes taiwaneses, principalmente por su ubicación privilegiada en una zona segura, accesible y de buen nivel adquisitivo. Aquí se asentó originalmente la colectividad coreana —*Korea Town*—, pero también fue identificado como el barrio chino del bajo Flores (Pappier, 2011).

En 2009, debido a la fuerte atracción de turistas a esta zona, se buscó construir una imagen más típica y de cierta manera estereotipada del barrio, por lo que se erigió un arco de entrada con dos leones de piedra tallados. También pueden observarse numerosos templos y pequeños comercios que satisfacen las necesidades del mercado interno de la comunidad. Con el tiempo, la presencia de turistas le ha conferido al barrio cierto glamur y un estilo particular que lo convierte en un atractivo exótico para los locales.

Brasil, por su parte, cuenta actualmente con cerca de 20 000 chinos residentes concentrados principalmente en Sao Paulo en los barrios de Liberdade, Aclimacao, Cambuci, Santa Cecilia, Centro, Bom Retiro, Pinheiros, Santo Amaro y Brooklin (Pew research Center, 2018). Estos inmigrantes chinos se dedican al comercio de productos electrónicos y de informática, y se ubican en pequeños centros comerciales de la ciudad.

Liberdade es considerado el barrio chino de la ciudad, pero alberga más población de origen japonesa que china, de hecho, es el enclave japonés más numeroso de América del Sur. Entre los años de 1980 y 1990, se generaron pequeños cambios que incentivaron aún más la migración asiática a la zona: las casas nocturnas fueron sustituidas por karaokes, el barrio pasó a ofrecer puntos de interés como tiendas, restaurantes y bares orientales, y la Plaza de Liberdade devino en escenario para manifestaciones culturales japonesas. Actualmente, el barrio es conocido como una zona de alto interés turístico que atrae muchos japoneses y nipo-brasileños por el comercio especializado de ropas, alimentos y utensilios de cocina, así como las fiestas típicas orientales que se realizan (BID, 2004).

Al entender que los barrios chinos pueden funcionar en sí como agentes de desarrollo por

medio de la explotación de sus características patrimoniales, se hace innecesaria la renovación de la zona y el desplazamiento de los usos tradicionales por usos más llamativos. *China town* no necesita de hoteles de lujo y restaurantes de moda porque su condición de etnicidad y diversidad ya los convierte en distritos cosmopolitas. Y esto solo puede mantenerse albergando a la población original: chinos trabajadores dueños de restaurantes y zapaterías.

## 7. Discusión y conclusiones

En la nueva era global, los procesos más importantes en los ámbitos social y económico tienen lugar en las ciudades globales, que no solo logran concentrar la riqueza mundial, sino que albergan una gran cantidad de inmigrantes, convirtiéndose en espacios multiculturales y diversos.

Los barrios chinos representan las condensaciones de significado y acción protagonistas de la ciudad cosmopolita del siglo XXI y son fieles retratos del desarrollo social y cultural que genera la globalización. Se evidencia cómo en las diferentes ciudades del mundo, e incluso en las ciudades latinoamericanas, se han generado estos enclaves y han convertido estos territorios en nodos o puntos de contacto de la red transnacional y en atractivos turísticos importantes.

Sin embargo, no siempre fue así, en un principio estos inmigrantes llegaron a las grandes ciudades buscando oportunidades económicas y aprovechando la necesidad de mano de obra en el mundo occidental para la construcción de ferrocarriles, canales y demás obras de infraestructura. Se les pagaron salarios más bajos que a los trabajadores blancos, sufrieron ataques y fuertes casos de discriminación. Así fue como se inició la conformación de barrios de chinos, quienes, en su afán por permanecer ligados a su cultura y mantener su forma de vida, se unieron y formaron comunidades compactas en las ciudades a las que emigraron, con sus propios negocios, sus propias asociaciones y blindándose de los ataques de la población nativa.

Originalmente formados en los bordes de los centros de las ciudades, los *chinatowns* en conjunto, representan más de 150 años de supervivencia de inmigrantes desde que comenzó la primera ola de inmigración china en la década de 1850. Los barrios chinos solían ser guetos a causa de la segregación, una especie de sociedad civil paralela que brinda apoyo social y servicios, un sentido de comunidad y un lugar para practicar las normas culturales y las formas de vivir que los migrantes habían traído consigo. Pero con el tiempo, y la llegada de la globalización y las nuevas estructuras económicas, estos lugares se convirtieron en nodos de redes transfronterizas entre ciudades globales, las cuales generaron nuevas dinámicas económicas, políticas y sociales, que más adelante se vieron reflejadas en la turistificación<sup>6</sup> y la creación de una marca *chinatown*.

Estos espacios, además de promover nociones de multiculturalismo, se conforman como una oportunidad para revitalizar partes de la ciudad que durante muchos años habían sido percibidas como guetos étnicos indeseables, y ahora cuentan con una imagen novedosa y atractiva gracias al turismo (Mak, 2003). El estudio de estos casos evidencia la importancia de planificar las ciudades desde la diferencia y la aceptación de población migrante, con el fin de construir ciudades cosmopolitas que vean en la multiculturalidad una oportunidad para afianzar los lazos económicos y sociales en el marco local y transnacional; además de generar atractivos turísticos que contribuyan a la consolidación de la imagen de la ciudad global.

## Referencias

- Arjona, Á. y Checa, J. C. (2006). Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances. *Revista Internacional de Sociología*, 64(45), 117-143.
- Aykaç, P. (2019). Musealization as an Urban Process: The Transformation of the Sultanahmet District in Istanbul's Historic Peninsula. *Journal of Urban History*, 45(6), 1246-1272.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (BID) (2004). Cuando Oriente llegó a América: contribuciones de inmigrantes chinos, japoneses y coreanos. Nueva York: IDB Bookstore Editorial.
- Buenos Aires Ciudad. (s.f.). Buenos Aires Data. Recuperado de: <https://data.buenosaires.gov.ar>.
- Câmara Municipal de Lisboa. (s.f.). Geodados. Recuperado de <http://geodados.cm-lisboa.pt/>.
- Chou, D.L. (2002). *Los chinos en Hispanoamérica. Cuaderno de Ciencias Sociales 124*. San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- City of New York. (s.f.). NYC Open Data. Recuperado de: <https://opendata.cityofnewyork.us/>.
- Conforti, J. M. (1996). Ghettos as tourism attractions. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 830-842.
- Fernández, M. (2016). Viejos problemas y nuevos vecinos. Consecuencias de una gran reforma urbana en el barrio del Raval, Barcelona. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 11(2), 225-246
- Fleischer, F. (2012). La diáspora china: un acercamiento a la migración china en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, (42), 71-79.
- García, F.L. (2017). La ciudad y el proceso de museificación. Transitando la reconfiguración territorial de la cultura. *Revista Contextos*, (38), 145-156.
- Gómez, D. A. (2007). China: el país más emigrante del mundo [Entrada de blog]. Recuperado de <http://dianagomezdiaz.blogspot.com/2012/06/china-el-pais-mas-emigrante-el-mundo.html>
- 6 Gotham (2005) define la turistificación como la transformación de un barrio de clase media en un enclave relativamente rico y exclusivo debido al impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social marcado por la proliferación de entretenimiento corporativo y locales de turismo.

- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: the case of New Orleans Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7): 1099-1121. Doi: 10.1080/00420980500120881.
- Güell, B., Parella, S. y Valenzuela, H. (2015). La economía étnica en perspectiva: del anclaje a la fluidez en la urbe global. *Alteridades*, 25(50), 37-50. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-70172015000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172015000200004)
- Henderson, J. (2000). Attracting tourists to Singapore's Chinatown: a case study in conservation and promotion. *Tourism Management*, 21(5), 525-534. Doi: 10.1016/S0261-5177(99)00108-9
- Hiernaux, D. (2003). Cosmopolitanismo y exclusión en las ciudades globales. M. Porrúa (ed.). *Pobreza urbana perspectivas globales, nacionales y locales* México: Tobar Libros.
- Li, C. (2011). Etnicidad y comunidad en el proceso patrimonial: El caso del último barrio chino rural de EE.UU. *Antípoda Revista de Antropología y Arqueología*, (12), 67-90. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81422437005>
- Light, I. y Gold, S. (2000). *Ethnic economies*. Houston: Emerald Group Publishing Limited.
- Lin, J. (1998). Globalization and the Revalorizing of Ethnic Places in Immigration Gateway Cities. *Urban Affairs Review*, 34(2), 313-339. Doi: 10.1177/107808749803400206.
- Lin, J. (1998). *Reconstructing Chinatown. Ethnic Enclave, Global Change*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Luque Brazán, J. C. (2004). Transnacionalismo y enclave territorial étnico en la configuración de la ciudadanía de los inmigrantes peruanos en Santiago de Chile. *Revista Enfoques*, 2(3), 91-102. Recuperado de <http://www.revistaenfoques.cl/index.php/revista-uno/article/view/274>
- Mak, A. L. (2003). Negotiating identity: Ethnicity, tourism and Chinatown. *Journal of Australian Studies*, 27(77), 93-100. Doi: 10.1080/14443050309387854
- McDonogh, G. (2013). Chinatowns: Heterotopic Space, Urban Conflict, and Global Meanings. *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia*, 18(2), 96-111. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7158280>
- NYC Official Guide. (s.f.). Interactive Map of New York City. Recuperado de: <https://es.nycgo.com/interactive-map>.
- Pappier, A. (2011). Inmigración china en Argentina. El Barrio Chino de Buenos Aires como caso de estudio intercultural. XIII Congreso Internacionales de ALADAA. Bogotá, Colombia. Recuperado de [https://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria\\_xiii\\_congreso\\_internacional/images/pappier.pdf](https://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria_xiii_congreso_internacional/images/pappier.pdf)
- Petit Pérez, A. (2002). Una mirada a la comunidad china desde occidente. *Cuadernos de Geografía*, (72), 321-336. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=857963>
- Pew Research Center. (2018). Origins and Destinations of the World's Migrants. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/global/interactives/global-migrant-stocks-map/>
- Rodríguez Pastor, H. (2000). *Herederos del Dragón. Historia de la Comunidad China*. Lima: Fondo editorial del Congreso del Perú.
- Santos, C. A., Belhassen, Y. y Caton, K. (2008). Reimagining Chinatown: An analysis of tourism discourse. *Tourism Management*, 29 (5), 1002-1012. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/article/abs/pii/S0261517708000137>
- Sassen, S. (2001). *Global networks, linked cities*. New York: Routledge.
- Sassen, S. (2009). La ciudad global: introducción a un concepto. En, W.S. Broecker et al. *Las múltiples caras de la globalización* Madrid: BBVA.
- Tébar Arjona, J. T. (2013). Patrones espaciales de la diáspora china en el mundo, España y Madrid. *Revista Historia Actual Online*, 30, 89-103. Recuperado de <https://>

[dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4197271](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4197271)

Werbner, P. (1990). *The Migration Process. Capital, Gifts and Offerings among British Pakistanis*. Michigan: Universidad de Michigan.

