

La ruta del tequeño. Identificación e integración de los migrantes venezolanos en Bogotá a través de los espacios de consumo (proyecto finalizado)

DOI: 10.30578/nomadas.n54a18

A rota do tequeño. Identificação e integração de migrantes venezolanos em Bogotá por meio de espaços de consumo

Tequeño's Route: Identification and Integration of Venezuelan Migrants in Bogota through Spaces of Consumption

César González Vélez

Docente e investigador de la Universidad Central, Bogotá (Colombia). Magíster en Investigación Social Interdisciplinaria de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas; sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia. Correo: cgonzalezv2@ucentral.edu.co

DIRECTOR DEL PROYECTO: César González Vélez

INVESTIGADOR: Johan Avendaño Arias

AUXILIARES DE INVESTIGACIÓN: Andrés Medina y Santiago Martínez

ENTIDAD FINANCIADORA: Universidad Central

La migración venezolana es un fenómeno trascendental en la historia reciente de Colombia, que demanda de la academia un esfuerzo sostenido de construcción de conocimiento. La investigación “La ruta del tequeño. Identificación e integración de los migrantes venezolanos en Bogotá a través de los espacios de consumo”, desarrollada en el año 2020 por un equipo de investigadores de la Universidad Central¹, constituye un aporte a la comprensión de la migración en lo concerniente a los procesos de consumo, como escenarios para entender las relaciones construidas por los migrantes en y con la ciudad Bogotá.

El objetivo del proyecto se definió de la siguiente manera: comprender la producción social de los espacios de consumo que construyen los migrantes venezolanos en la ciudad de Bogotá. Para cumplir esta tarea nos planteamos los siguientes objetivos específicos: 1) reconocer las prácticas de consumo construidas a partir de la llegada de migrantes venezolanos a Bogotá; 2) caracterizar las redes de intercambio de productos de consumo que los identifican; y 3) conocer su percepción del papel de los espacios de consumo en su proceso de integración a la ciudad.

El equipo tenía previsto desarrollar un enfoque de corte etnográfico. Se proyectaba la realización de ejercicios de cartografía social, el desarrollo de entrevistas

no estructuradas y la elaboración de diarios de campo que permitieran hacer una descripción densa de los escenarios que pensábamos visitar: restaurantes, discotecas, casas de cambio y lugares públicos frecuentados por venezolanos radicados en Bogotá. No obstante, la pandemia del covid-19 nos obligó a cambiar la planeación del trabajo.

Con el fin de conocer cómo sucedían los intercambios y la construcción de redes entre migrantes y cómo era ese consumo nostálgico de productos asociados a la identidad venezolana, rastreamos quince grupos de Facebook, abiertos por migrantes residentes en Bogotá. La cantidad de personas que siguen estos espacios oscila entre 5.000 y 100.000, de acuerdo con las cifras de la plataforma. Es decir, el grupo (de los revisados en la investigación) con menor número de seguidores cuenta con 5.000 y el más posicionado cuenta con cerca de 100.000.

Un segundo proceso metodológico consistió en el desarrollo de un grupo de discusión virtual en el que se abordaron las prácticas territoriales en relación con las de consumo. Esto nos permitió conocer la relación de los migrantes con la cotidianidad de Bogotá y situar el lugar que tiene la nostalgia y la identidad en sus prácticas de consumo, así como la relación que estas tienen con la construcción de redes. El tercer y último proceso consistió en la realización de 60 encuestas virtuales que complementaron la información que ya habíamos recogido.

La fundamentación teórica del estudio se centró los planteamientos de Alejandro Portes (2005) sobre la transmigración, según los cuales algunos procesos migratorios deben ser entendidos atendiendo a que las personas siguen manteniendo vida significativa tanto en el contexto de origen como en el contexto receptor. Además, abordamos una concepción del consumo como un proceso complejo tanto económico como social y cultural (Narotzky, 2004) y retomamos diferentes estudios empíricos que nos permitieron centrar nuestro interés en la relación entre consumo y migración (Torres, 2012; Tuñón y Martínez, 2019; Valarezo, 2015; Zenteno, 2000; Gómez, 2010; Levitt y Gilk, 2004).

En cuanto a los principales hallazgos, en primera medida, resaltamos la importancia del consumo en los estudios sobre los procesos migratorios como potenciador

de redes, como escenario para movilizar símbolos, como motivación para quienes deciden dejar su territorio de origen y como lugar para tejer relaciones transmigrantes. La investigación nos permitió conocer las redes de intercambio virtuales de productos, en particular, de los productos gastronómicos venezolanos: “tequeños”, “tequeyoyos”, arepas, “pabellón”, etc. Reconocimos que hasta ahora los escenarios más representativos del consumo para los migrantes que están hoy en la ciudad son los que se generan en torno a la comida venezolana y al envío informal de divisas de Colombia a Venezuela. Estos mercados emergentes permiten la construcción de relaciones económicas, sociales y culturales entre los migrantes, entre los migrantes y los contextos de origen, y entre los migrantes y los locales que empiezan a participar en estas formas de producción y consumo.

Un segundo hallazgo se centró en la manera como la migración de población venezolana a Colombia y, en particular, a Bogotá hace parte de una dinámica pendular entre los dos países, que en diferentes momentos de su historia han observado flujos migratorios entre los dos territorios nacionales. Debido a este fenómeno y a unas prácticas culturales compartidas (musicales, gastronómicas, etc.), este proceso observa algunas características especiales. Es decir, la llegada de los bolivianos a Buenos Aires o de los mexicanos a Estados Unidos es distinta de la llegada de los venezolanos al territorio nacional, dado que en los primeros casos las diferencias étnicas (y lingüísticas, en el segundo caso) hacen que los procesos de búsqueda de integración cultural sean más “evidentes”, mientras que en Bogotá la migración se ha extendido a lo largo del territorio urbano y las dos poblaciones, en cierta medida, se han entreverado.

Un tercer hallazgo nos sitúa en la discusión sobre la integración vía estatal y la integración vía mercado. La primera forma de integración nos remite a los procesos por los cuales los gobiernos garantizan derechos civiles a los migrantes y la segunda, a la integración que se da en la esfera de la producción y el consumo. Allí se evidencian algunas tensiones. Es posible que un sector de migrantes tenga el reconocimiento del Estado, pero su inclusión en el mercado laboral se dé solo en el plano formal (aunque haya una inclusión en la informalidad e incluso en lo ilegal) y no pueda acceder ni siquiera a los niveles de consumo básicos. En otros contextos, también es posible que algún sector de migrantes no esté

reconocido legalmente, pero pueda disfrutar, aunque sea en parte, de la oferta y la cotidianidad del contexto que lo recibe. En Estados Unidos, por ejemplo, muchos migrantes ilegales pueden consumir bienes y servicios que de alguna forma los hacen sentir partícipes de la cotidianidad del contexto receptor, aunque no gocen de los derechos civiles de la mayoría de los ciudadanos (Torres, 2012). En Colombia, en los migrantes venezolanos vemos que existe una integración vía Estado más rápida, mientras siguen ocupando una posición de exclusión en el mercado laboral y en la capacidad de consumir bienes y servicios locales.

Por último, concluimos que las posibilidades tecnológicas y, en particular, de las redes sociales han transformado las dinámicas transmigratorias. Los grupos de Facebook que analizamos son una muestra de ello. En la llegada de la población venezolana a Bogotá las redes sociales fueron una guía y una posibilidad de hacer relaciones con otras personas, con la ciudad y con organizaciones “imaginadas”, como son los mismos grupos virtuales. Estas formas de comunicación y relacionamiento social tienen injerencia en los matices particulares que tiene la migración hoy y por ello deben considerarse en los estudios sobre procesos migratorios. Además, en esta forma de construir vínculos a partir de lo digital, los procesos asociados al consumo son de vital importancia. La venta de productos con cierta impronta identitaria ve-

nezolana, la producción y circulación de contenidos de migrantes para migrantes, la construcción de capital social, etc., son procesos que se dan a partir del consumo y que impactan, en general, la vida cotidiana de las personas venezolanas que habitan la ciudad.

La nostalgia adquiere una función estratégica en el consumo desarrollado por los migrantes venezolanos en Bogotá. Además, reiteramos la importancia que en esto tiene la comida, como movilizadora de identidad, como posibilidad de diferenciación y como escenario para mantener ciertas prácticas que se desarrollaban en el contexto de origen. El consumo nostálgico es un disparador de emprendimientos y un punto de partida para la construcción de redes sociales. En la Bogotá de los migrantes venezolanos esto es un proceso que apenas empieza y que en el futuro puede significar una transformación cultural y un desarrollo económico para la ciudad, lo cual, gracias a las dinámicas transnacionales, puede tener un impacto en las dos naciones.

En cuanto a los productos desarrollados por la investigación, es pertinente reseñar que se desarrollaron dos artículos que están en proceso editorial, y el equipo participó presentando el trabajo en el Foro Urbano Mundial. Emiratos Árabes Unidos, y en el Foro Social Américas de las Migraciones. Los dos eventos se realizaron en el año 2020.

Nota

1. César González (sociólogo), Johan Avendaño (geógrafo), Andrés Medina (comunicador) y Santiago Martínez (ingeniero ambiental).

Referencias bibliográficas

1. GÓMEZ, J. (2010). La migración internacional: teorías y enfoques. Una mirada actual. *Semestre Económico*, 13(26), 81-99. <https://www.redalyc.org/pdf/1650/165014341004.pdf>
2. LEVITT, P. y Gilk, N. (2004). Perspectivas internacionales sobre migración: conceptualizar la simultaneidad y desarrollo. *Migración y Desarrollo*, 3, México, 60-91. <https://www.redalyc.org/pdf/660/66000305.pdf>
3. NAROTZKY, S. (2004). *Antropología económica. Nuevas tendencias*. Barcelona: Melusina.
4. PORTES, A. (2005). Convergencias teóricas y evidencias empíricas en el estudio del transnacionalismo de los inmigrantes. *Migración y Desarrollo*, 4, 2-19. <https://www.redalyc.org/pdf/660/66000401.pdf>
5. TORRES MATTUS, L. (2012). Los migrantes fronterizos como consumidores de bienes, servicios e ideas y sus implicancias para la integración en Chile. Reflexiones Preliminares. *Imagonautas*, 1(2), 210-226. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4781624>
6. TUÑÓN, E. y Martínez, A. (2019). Experiencias nostálgicas de migrantes mexicanos en Nueva York. *Migraciones Internacionales*, 10, e2198. <https://doi.org/10.33679/rmi.v1i1.2198>
7. VALAREZO, A. (2015). *Análisis de la exportación de chocolate artesanal ambateño hacia el mercado nostálgico ecuatoriano en Toronto-Canadá*. [Tesis de grado] Universidad de las Américas, Quito. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2792814>
8. ZENTENO, R. (2000). *Redes Migratorias: ¿Acceso y oportunidades para los migrantes?* ITESM-Campus Guadalajara.