



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ACATLÁN

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ESTUDIOS MÉXICO – ESTADOS UNIDOS

LA INCIDENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA PERMANENCIA DE LOS
NEGOCIOS DE ORIGEN MEXICANO EN ARIZONA FRENTE A LA LEY SB1070.

CASO DE ESTUDIO: NEGOCIOS MEXICANOS EN PHOENIX, ARIZONA,

AFILIADOS AL *SMALL BUSINESS*.

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE MAESTRO

PRESENTA:

ANA LYDIA VALDÉS MOEDANO

TUTOR: DR. ALEJANDRO BYRD OROZCO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES DE ACATLÁN

MÉXICO, D.F. JUNIO 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos:

A mis hijos Francisco y Rodrigo, por su apoyo en todo momento.

A mis padres, por su motivación y confianza.

A mis hermanos, por su apoyo moral y económico.

A Alejandro Alemán Ramos por su paciencia y comprensión.

A mis maestros y asesores:

Dr. Eduardo Rosales Herrera

Dra. Martha A. Márquez Rodríguez

Mtra. Lilia González García

Dra. Elaine Levine Leiter

Mtra. Mónica Vereá Campos

Dr. Alejandro Byrd Orozco

por sus enseñanzas y asesoría para llegar a la meta.

A James García y Gonzalo de la Melena, al frente de la Cámara

Hispana de Comercio de en Phoenix, por el tiempo que dedicaron

a relatar la situación socioeconómica de Arizona en plena crisis de
persecución antiinmigrante, así como las facilidades

proporcionadas para obtener información actualizada del

crecimiento de la población hispana.

Al Consulado Mexicano en Phoenix por su apertura y orientación

sobre la situación migratoria en Arizona.

Al Dr. Benjamín Barajas Sánchez por su entendimiento y

recomendación para estudiar la Maestría

A la Dra. Judith Boxer por su respaldo al proyecto hasta el final.

Índice general

Introducción

Capítulo 1

La incidencia de las redes sociales en la población migrante

- 1.1 ¿Qué son las redes sociales?
 - 1.2 La Era de la Información
 - 1.3 Dimensiones de las redes sociales digitales
 - 1.3.1 Dimensión Cultural: actores de las redes sociales digitales
 - 1.3.1.1 Sub dimensión educativa: competencias de los cibernautas
 - 1.3.1.2 Sub dimensión histórica: doble identidad
 - 1.3.2 Dimensión Social: migración y cohesión en las redes digitales
 - 1.3.2.1 Historiografía de las Redes Sociales
 - 1.3.2.2 La probabilidad de emigrar se incrementa con las redes sociales.
 - 1.3.3 Dimensión Política: democracia en las redes digitales
 - 1.3.4 Dimensión Tecnológica: conversión de las plataformas WEB
 - 1.3.4.1 Plataformas WEB
 - 1.3.4.2 Transición a la red
 - 1.3.5 Dimensión Económica: ventajas competitivas de estar en la WEB
 - 1.3.5.1 Efectos económicos de las redes sociales sobre las comunidades de origen
 - 1.3.5.2 Las redes sociales favorecen ingresos y empleo
 - 1.4 Informacionismo y Sociedad Red: Castells
 - 1.5 Comunidad virtual o Filé: De Ugarte
 - 1.6 El poder de las redes sociales
- Conclusiones
- Notas

Capítulo 2

El poder de compra de los inmigrantes en Arizona y su potencial consumo a través de la red

- 2.1 Arizona, cuarto estado con mayor población hispana
 - 2.1.1 Sonora-Arizona, una misma historia
 - 2.1.2 Migración natural
 - 2.1.3 Identidad que se mantiene
 - 2.1.4 Población en crecimiento
 - 2.1.5 Afectación de la crisis hipotecaria de alto riesgo (*Subprime*) sobre Arizona
 - 2.1.6 Potencial económico de la población hispana en Arizona
- 2.2 Phoenix, ciudad de *dreamers* y emprendedores
 - 2.2.1 Tendencias del mercado hispano
 - 2.2.2 *Small Business Administration* (SBA), definición y alcances
 - 2.2.3 Empresas de origen mexicano en Arizona
 - 2.2.3.1 Capital Humano y Capital Social
 - 2.2.3.2 Capital Social y Redes Sociales
 - 2.2.4 Poder de compra de los Hispanos
 - 2.2.5 El peso de la economía hispana en el PIB de Arizona
 - 2.2.6 Potencial de los negocios hispanos de origen mexicano
- 2.3 Economía digital, negocios en red
 - 2.3.2 Recursos de los negocios digitales
 - 2.3.3 Medios electrónicos y consumo en redes sociales
 - 2.3.4 Comunidad digital: *Facebook*, *Twitter* y blogueros

Conclusiones

Notas

Capítulo 3

Las leyes antiinmigrantes y su incidencia sobre la población hispana de Arizona

- 3.1 Antecedentes
 - 3.1.1 Intolerancia y discriminación
 - 3.1.2 Recuento histórico sobre sucesos antiinmigrantes (cuadro sinóptico)
 - 3.1.3 George W. Bush y el control de migrantes indocumentados.
- 3.2 Preceptos de la Ley SB1070
 - 3.2.1 Nativismo
 - 3.2.2 Neonativismo
 - 3.2.3 Choque de civilizaciones: Huntington
 - 3.2.4 SB1070 contra los derechos humanos: Buchanan
 - 3.2.5 Ley (anti-in) migración y la (in)seguridad: Doty
 - 3.2.6 Regímenes post sociales de responsabilidad individual: Inda
- 3.3 Arizona, el emblema antimigratorio de los Estados Unidos
 - 3.3.1 Puntos críticos de la SB1070
 - 3.3.1.1 *Attrition through enforcement*
 - 3.3.1.2 *Deportability & illegality*
 - 3.3.1.3 *Policibility*
 - 3.3.1.4 Migrante criminal
- 3.4 Incidencia de la SB1070 en otros Estados americanos
 - 3.4.1 Enmiendas a la SB1070
 - 3.4.2 Destitución del creador de la SB1070, Rusell Pearce
 - 3.4.3 Expansionismo antiinmigrante
 - 3.4.3.1 Ley HB56 Alabama
 - 3.4.3.2 Ley HB497 Utha
 - 3.4.3.3 Ley SB20 Carolina del Sur
 - 3.4.4 Intentos por desincentivar las leyes anti inmigrantes, juicio a Joe Arpaio.
 - 3.4.5 Organismos a favor de las leyes anti inmigrantes
- 3.5 Mapa de Estados con leyes antinmigrantes

Conclusiones

Capítulo 4

Perspectiva de los negocios hispanos entre la persecución antiinmigrante y el cambio electoral a través de las redes sociales.

- 4.1 La economía de Phoenix después de la SB1070
 - 4.1.1 Negocios afectados por la SB1070
 - 4.1.2 Acciones en contra de la SB1070
 - 4.1.3 Repercusiones para México
- 4.2 Redes Sociales, herramienta de las ONG's en favor de los inmigrantes
 - 4.2.1 Coalición *One Arizona*
 - 4.2.1.1 *Arizona Advocacy Network Foundation*
 - 4.2.1.2 *Arizona Center for Empowerment*
 - 4.2.1.3 *Border Action Network*
 - 4.2.1.4 *Democracia USA*
 - 4.2.1.5 *Mi Familia Vota*
 - 4.2.1.6 *Promise Arizona*
 - 4.2.1.7 *Ya es hora ciudadanía!*
 - 4.2.1.8 *Central Arizonans for a Sustainable Economy (CASE)*
 - 4.2.1.9 *Tonatierra Community Development Institute*
 - 4.2.1.10 *Boicot Intolerance*
 - 4.2.1.11 *Southwest Conference of the United Church of Christ*
- 4.3 Hispanos, la fuerza económica de Arizona
 - 4.3.1 Potencial de los negocios hispanos en Arizona
 - 4.3.2 Financiamiento a inmigrantes a través de 'Chicanos por la Causa'
- 4.4 Hispanos, la fuerza política de Arizona
 - 4.4.1 Las redes sociales dan el triunfo a Obama para un segundo período presidencial
- 4.5 Hacia una Nueva Arizona
 - 4.5.1 Entrevista con Gonzalo de la Melena, Presidente de la AZHCC-P

Conclusiones

Conclusiones finales

Recuadros, imágenes y gráficas

Recuadros

Capítulo 1:

- 1 Marcos mentales, valores y contravalores
- 2 Recuento histórico sobre sucesos antiinmigrantes
- 3 Historiografía sobre las Redes Sociales

Capítulo 3:

- 4 Recuento histórico sobre propuestas antiinmigrantes

Capítulo 4:

- 5 ONG's que conforman *OneArizona*

Imágenes

Capítulo 1:

- 1 *Latinamombloggers*
- 2 *Hispanicize*
- 3 Cibernautas en línea

Capítulo 2:

- 4 Vicente Fernández de gira por Arizona
- 5 Latinos en la NBA
- 6 Foro de la Juventud Latina 2011
- 7 Tintorería de propietario de origen mexicano en venta.
- 8 ¡Al fin alguien que sí habla mi idioma!
- 9 Mapa de localización de Estados con Leyes Antiinmigrantes
- 10 Joe Arpaio, alguacil de Maricopa
- 11 Marcha antiinmigrante en el Centro de Arizona
- 12 Republicanos rechazan proyecto educativo

Capítulo 4:

- 13 Voto latino

Gráficas

Capítulo 2:

- 1 Los 10 Estados con mayor población hispana
- 2 Crecimiento de la población hispana
- 3 Diáspora de la población hispana
- 4 Contribución de los hispanos al crecimiento de la población latina
- 5 Idiomas que hablan los hispanos además del inglés
- 6 En la radio de Phoenix predomina el español
- 7 Ranking de los 10 mercados hispanos más grandes de Estados Unidos
- 8 Población hispana por condado en Phoenix
- 9 Productos más recurrentes por hispanos en los últimos 12 meses
- 10 Proyección del crecimiento del poder de compra de la población hispana
- 11 Crecimiento de la población hispana que adquiere seguros
- 12 Los 20 anunciantes en español más importantes de Phoenix
- 13 Las 4 publicaciones en español más importantes de Phoenix
- 14 Consumo de redes sociales por los hispanos y no hispanos
- 15 Consumo de redes sociales por los hispanos y no hispanos
- 16 Las redes sociales más visitadas por los hispanos
- 17 Consumo de tecnología por las mujeres hispanas
- 18 La herencia cultural presente en los blogs
- 19 Temas recurrentes en los blogs de los hispanos
- 20 Proyección de crecimiento de la población hispana
- 21 Afiliación política en Arizona de hispanos y no hispanos
- 22 Afiliación política en la Ciudad de Phoenix
- 23 Trabajo, educación y salud tópicos que inciden en la votación hispana

Introducción

Entre 2007-2012, la población inmigrante fue sacudida por cambios económicos, políticos y sociales, pero sobretodo tecnológicos, que la etiquetaron como una amenaza para el país al que llegaba. Las crisis económicas obligaron a las naciones a reducir sus gastos y en la mayoría de los casos, dejaron de lado programas sociales dirigidos a inmigrantes bajo la premisa de mantener la Seguridad Nacional. En Estados Unidos, estas crisis exacerbaron además, los sentimientos antiinmigrantes y permeó la xenofobia y el racismo por encima de los derechos humanos. En este sentido, la presente tesis expone la incidencia de las Redes Sociales en la permanencia de los negocios de origen mexicano en Arizona frente a la Ley antiinmigrante SB1070, como una aproximación sobre la incidencia la red de Internet sobre los inmigrantes **1**.

En 2010, año de inicio del proyecto, las Redes Sociales empezaban a cobrar auge entre la población joven de latinos (en adelante hispanos). Esta comunidad aprendió el uso de la herramienta con fines políticos y aprovechó sus ventajas para afianzar su presencia en Estados Unidos, tras las deportaciones y el maltrato a sus connacionales indocumentados. La crisis económica a la que se hará referencia en el presente proyecto es la resultante del boom inmobiliario que estalló en 2007, aunque se detallan sus antecedentes **2**. A finales del siglo XX, Estados Unidos vivía una época de bonanza y la Reserva Federal (FED por sus siglas en inglés) había relajado las tasas de interés para incentivar la inversión. La inflación estaba controlada y el ciudadano común podía solicitar préstamos a la banca con intereses muy bajos. Sin embargo, esta flexibilidad se llevó a los extremos con el otorgamiento de hipotecas de alto riesgo o *Subprime* (Pozzi 2007). Cuando la FED detectó el riesgo, cambió la estrategia de crecimiento económico y las tasas comenzaron a subir. En 3 años, las tasas de interés pasaron de 2% a 5.75% y

a mediados de 2006 comenzaron las revisiones de los créditos y los impagos. En Arizona, la economía se desaceleró significativamente desde finales de 2006, “y a la fecha sigue presente... ha sido la más profunda desde la Gran Depresión de 1929 y cambió la percepción de que cualquiera puede realizar el sueño americano”, comentó en entrevista Gonzalo De la Melena, Presidente de la Cámara Hispana de Comercio de Arizona (AZHCC por sus siglas en inglés) **3**. El desempleo y el cierre de negocios generados por el conflicto, cohesionaron a la población blanca en contra de los inmigrantes, particularmente hispanos. ‘Este rechazo siempre ha existido...pero se profundizó tras los ataques terroristas y caída de las Torres Gemelas de Nueva York en 2001’, acotó James García, Director de Relaciones Institucionales de la AZHCC **4**. Los republicanos aprovecharon la coyuntura y el descontento generalizado para impulsar la aprobación nuevas leyes de corte xenofóbico. Arizona fue el primer Estado en oficializar preceptos antiinmigrantes e impuso la Ley SB1070 **5**, en el marco de la peor crisis fiscal de su historia. La estrategia para compensar el déficit económico dejó indefensos a los más vulnerables. Se recortó presupuesto a la educación, salud y los beneficios asistenciales para jubilados. Proyectos inmobiliarios quedaron pendientes y las constructoras dejaron de contratar inmigrantes provocando desempleo. ¿Estos factores tienen el peso suficiente para debilitar la fuerza económica de los hispanos de Arizona o para erradicar la inmigración? ¿La incidencia de las Redes Sociales podría marcar la diferencia?

En el Capítulo 1, se abordan las Redes Sociales computacionales bajo las dimensiones política, económica, social, cultural y tecnológica que inciden en los inmigrantes. Se profundiza en la dimensión tecnológica ya que los cambios en las plataformas de Internet resultan de interés particular en el presente proyecto. En 2008, la herramienta ya había demostrado su efectividad al llevar a Obama a la presidencia de Estados

Unidos mediante textos, videos y células autónomas de seguidores en el ciberespacio **6**. Pero además, muchos hispano-mexicanos la usaban para proteger y guiar a nuevos inmigrantes a cruzar la frontera. También habían permeado entre las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) que las usaban para difundir programas en español y ganar seguidores. Destaca los esfuerzos de la coalición *One Arizona* **7**. En el Capítulo 2 se abordará el perfil de los hispanos que viven en Phoenix, capital de Arizona. El crecimiento económico de Estados Unidos se detuvo en 2009 y las leyes antiinmigrantes contribuyeron a empeorar la situación de los indocumentados. Pese a su contribución fiscal al erario y el empleo que generaban sus pequeños negocios, estas personas fueron señaladas como los causantes de la deficiente economía y los adeudos de la entidad. En este marco de incertidumbre, muchos se quedaron sin empleo y otros tantos fueron deportados a sus ciudades de origen en México. La AZHCC y la Universidad de Arizona encausaron sus esfuerzos a demostrarle al gobierno estatal la importancia que tienen los inmigrantes. En el documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, ambos organismos detallan la relevancia económica de los hispanos, así como el potencial de crecimiento de su capacidad de gasto y consumo. También se muestran tendencias sobre el expansivo crecimiento de la población hispana, que se conforma de personas jóvenes con edad promedio de 27 años **8**, y que en su mayoría pertenecen al grupo de los 'dreamers' **9**.

En el Capítulo 3, se detalla la Ley antiinmigrante SB1070, su significado y alcances. Se hace un preámbulo sobre preceptos antiinmigrantes que la antecedieron y se explicará su expansión hacia otros Estados de la Unión Americana. Este hecho se enmarca durante la gubernatura de la republicana Jan Brewer **10**, quien tenía claro por un lado, que la frontera era un escenario de tráfico humano y de drogas que necesitaba más seguridad y por el otro, que los inmigrantes, cuestan mucho dinero a Arizona en

materia de educación, salud y cárceles y que no hay dinero para mantenerlos. A partir de su entrada oficial en junio de 2010, la Ley SB1070 11 provocó la deportación masiva de mexicanos indocumentados. Personas de todos los sectores económicos salieron a las calles para protestar por el trato injusto y la xenofobia hacia los inmigrantes; a la par, cayó la economía. Si bien antes de 2007 las relaciones México-Estados Unidos no eran las mejores, a partir de Brewer al frente de Arizona el Plan Migratorio reconocido a nivel Federal desapareció de la agenda local y el hecho retrocedió los avances de entendimiento entre ambos países. En el Capítulo 4, se analizará la incidencia de los hispanos en la política estadounidense. En el marco de la campaña de Obama para su segundo periodo presidencial, los demócratas retomaron el Plan Migratorio como estandarte de campaña política para conseguir el voto hispano y mantenerse en el poder. Las ONG's pro migrantes visitaron incluso las casas de los inmigrantes para impulsar el voto de los indecisos, bajo la premisa de que todo el esfuerzo serviría para defender sus derechos. Se detalla el segundo triunfo presidencial de Barak Obama con el impulso de las redes sociales y se menciona entre sus pendientes la Reforma Migratoria.

Finalmente, De la Melena comentará sobre la nueva generación de emprendedores, conformada por hispanos jóvenes de ascendencia mexicana, con capacidad y emprendimiento para construir una nueva Arizona, al margen de la Ley SB1070. Las redes sociales han sido el punto de encuentro entre las diferentes comunidades hispanas que residen en Estados Unidos. Mediante blogs, chats y twits se han cohesionado y han sido el medio para denunciar abusos de xenofobia y racismo y levantar la voz. Los hechos arriba descritos llegaron a las mayorías en tiempo real y eso les permitió actuar de inmediato. De manera acelerada, inesperada y poco predecible, la herramienta está marcando nuevas tendencias en la expansión de negocios generados a través de la Internet generando nuevos mercados sin fronteras.

NOTAS

- 1 Se hace referencia a los inmigrantes hispanos de origen mexicano y sus descendientes.
- 2 Burbuja ‘punto com’, es un término que se refiere a un período de crecimiento en los valores económicos de empresas vinculadas a Internet. Esta corriente económica especulativa muy fuerte se dio entre 1997 y 2001. Durante este período, las bolsas de valores de las naciones occidentales vieron un rápido aumento de su valor debido al avance de las empresas vinculadas al nuevo sector de Internet y a la llamada Nueva Economía. Muchas quebraron o dejaron de operar.
- 3 Entrevistado por Ana Lydia Valdés en trabajo de campo el 6 de agosto 2012.
- 4 *Ibidem.*
- 5 La ley SB1070 o ley ‘Apoye nuestras causas fuerzas de orden público y los vecindarios seguros’ (*Support Our Law Enforcement and Safe Neighborhoods Act*, proyecto de ley del Senado 1070), criminaliza a los inmigrantes sin documentos y considera sospechosos de crímenes a todos los que por su aspecto puedan parecer inmigrantes. Fue convertida en ley el 23 de abril de 2010 y entró en operación oficial el 1º de enero de 2012.
- 6 ‘Obama 2.0, más allá de las Redes Sociales’, nota escrita por Genaro Villamil en el periódico La Jornada.
- 7 *One Arizona* es una agrupación no lucrativa que ofrece empleo y orientación a la comunidad de inmigrantes a través de una red de más de 10 incubadoras distribuidas en el Estado de Arizona.
- 8 Bureau del Censo 2010.
- 9 ‘*Dreamers*’, (soñadores) son los muchachos que desde hace varios años luchan por legalizar su situación en Estados Unidos. Su principal argumento es que llegaron como menores de edad y que, en todo caso, la falta la cometieron sus padres, no ellos. En total son alrededor de 2 millones, pero sólo unos 800 mil podrán acceder a la ciudadanía.
- 10 Jan Brewer obtuvo la gubernatura de Arizona en enero de 2009 y entre sus estrategias para lograrlo estaba la campaña ‘*Secure the border*’ o Seguridad en la Frontera. En un video publicado por *You Tube*, denominado ‘*In her own words*’ (consultado el 20 de julio de 2010), Brewer dejaba en claro que la frontera era un escenario de tráfico humano y de drogas y se necesitaba más seguridad.
- 11 Los principales representantes de este movimiento fueron la gobernadora Jan Brewer que sustituyó a la demócrata Janet Napolitano en 2009, el senador Russell Pearce creador de la SB1070 y Joe Arpaio, Sheriff del Condado de Maricopa que llevó al extremo la persecución de inmigrantes.

Capítulo 1

La incidencia de las redes sociales en la población migrante

Al inicio de la presente tesis en 2010, pocos investigadores creían en la incidencia de las redes sociales computacionales sobre los inmigrantes. Para muchos, el acceso del inmigrante a una computadora conectada a la red de Internet era considerado poco alcanzable. Sin embargo, conforme pasó el tiempo y los costos bajaron, el acceso a la herramienta incluyó a la mayor parte de la población. Este primer capítulo explica el alcance de las redes sociales como herramienta de comunicación, destinadas a enlazar personas con objetivos determinados a través de la red informática global.

Las redes sociales han existido desde el comienzo de los tiempos, desde que el hombre era un *Zoon Politikon*. Aristóteles consideraba al ser humano un animal político (*Zoon Politikon*) o sea un animal ciudadano, cívico y social. Para el sabio griego, virtud, justicia y felicidad sólo podían alcanzarse socialmente, en relación con los demás, en la ciudad o polis, o sea políticamente. Internet, como ‘polis’ virtual, es la última extensión del *zoon politikon*, (Almirón 2005). En la actualidad, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG’s) mantienen vigente la premisa **1**. Para entender los cambios tecnológicos que están modificando nuestra realidad, es necesario conocer los alcances de las redes sociales digitales (en adelante, redes sociales) que operan a través de Internet. Castells (1997) previó desde finales del siglo pasado la penetración de la red en todos los ámbitos de la vida cotidiana y concibe ‘la ‘Sociedad Red’ como aquella estructura social compuesta por redes activadas por tecnologías digitales que ordenan, recogen, transportan y dinamizan flujos de información. Esta estructura, bien podría equipararse con la dinámica que mueve a la población latina (en adelante, hispana) que

habita en Phoenix, Arizona. En la presente tesis se analizarán las redes sociales bajo las dimensiones que inciden en la vida cotidiana de un inmigrante, siendo la más importante la dimensión geográfica, pues diluyen fronteras, distancias y transmiten información en tiempo real desde cualquier lugar donde haya una computadora conectada a la red de Internet. Sin embargo, también inciden de manera directa las dimensiones social, política, cultural, tecnológica y económica, que serán abordadas según su penetración y alcance. En materia educativa, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) fue pionera en el desarrollo de plataformas en línea para impartir clases a distancia a mexicanos que residen al sur de Estados Unidos, con el registro actual de más de 100 graduados de diferentes niveles ². La inclusión de las redes sociales con propósitos definidos con fines políticos había sido la dimensión más difundida y cobró auge a partir de 2008 en el marco de la campaña presidencial de Barak Obama. Por primera vez, un mandatario estadounidense recurría a la tecnología en línea para afianzar su campaña con el respaldo del voto hispano. En materia social, la penetración de las redes se dio de manera simultánea en varias partes del mundo, ejemplo de ello fue el fenómeno *Wikileaks*, que denunció documentos filtrados con contenido sensible en materia de interés público. El éxito consistió en la difusión de información secreta de manera espontánea y de interés multinacional. Entre 2008 y 2012, aparecieron nuevas tecnologías que ampliaron el espectro de las redes sociales. Ahora los usuarios, además de crear y compartir contenidos, podían hacer valer su opinión. Incluso, estaban las condiciones dadas para que cualquier persona ejerciera su libertad de expresión sin temor a ser aprehendido por las autoridades. Esto facilitó la cohesión de comunidades integradas por minorías, y en el caso de los inmigrantes hispanos, permitieron consolidar situaciones, relaciones y conflictos con multitud de efectos sociales y políticos.

Índice

- 1.1 ¿Qué son las redes sociales?
- 1.2 La Era de la Información
- 1.3 Dimensiones de las redes sociales digitales
 - 1.3.1 Dimensión Cultural: actores de las redes sociales digitales
 - 1.3.1.1 Sub dimensión educativa: competencias de los cibernautas
 - 1.3.1.2 Sub dimensión histórica: doble identidad
 - 1.3.2 Dimensión Social: migración y cohesión en las redes digitales
 - 1.3.2.1 Historiografía de las Redes Sociales
 - 1.3.2.2 La probabilidad de emigrar se incrementa con las redes sociales.
 - 1.3.3 Dimensión Política: democracia en las redes digitales
 - 1.3.4 Dimensión Tecnológica: conversión de las plataformas WEB
 - 1.3.4.1 Plataformas Web
 - 1.3.4.2 Transición a la red
 - 1.3.5 Dimensión Económica: ventajas competitivas de estar en la WEB
- 1.4 Informacionismo y Sociedad Red: Castells
- 1.5 Comunidad virtual o *Filé*: De Ugarte
- 1.6 El poder de las redes sociales

Conclusiones

Notas

1.1 ¿Qué son las redes sociales?

Las redes sociales son formas de interacción social entendidas como el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad (Castells 2009). Se tomó esta definición por considerarla la más seria, ya que a partir de ésta aparecieron infinidad de definiciones poco claras. Sin embargo como el objeto de estudio de la presente tesis son las redes que se forman en el ciberespacio, se agregan las siguientes premisas:

- Las redes se conforman en un sistema abierto y están en construcción permanente.
- Las redes sociales son construidas y dirigidas por los cibernautas.
- Las redes sociales estructuran procesos de comunicación donde cada mensaje se relaciona con el previo y los precedentes.
- Las redes sociales permiten que el contenido publicado por un usuario prolifere a través de una red de contactos y sub-contactos infinita.
- Las redes sociales amplían su espectro de acción a partir del surgimiento de la plataforma WEB 2.0, por medio de la cual los cibernautas reciben y crean contenidos.
- Las redes sociales se vuelven la herramienta de comunicación a través de la cual los cibernautas se organizan para potenciar sus recursos.

1.2 La Era de la Información

Manuel Castells es el autor más citado sobre la incidencia de la expansión de las Tecnologías de la Información (TIC's) **3**, según el Índice de Citas en Ciencias Sociales (2000-2009). Relaciona la evolución económica con las transformaciones políticas, sociales y culturales y la información, analiza la cohesión social bajo la identidad nacional y asegura que en el siglo XXI, las identidades quedarán absorbidas por la red

informática. Castells (2006), explica que el hombre del siglo XXI vive un proceso de transformación multidimensional, incluyente y excluyente, en función de los valores e intereses dominantes en cada organización social. Sin embargo, reconoce que este periodo, que denomina la ‘Era de la Información’, no determina un curso único de la historia, pues sus características y consecuencias dependen del poder de quienes se benefician de ellas. La Era de la Información es una vía para la autonomía, pero a la vez, la producción de los medios de masivos se vuelve comunicación horizontal.

Castells señala que si no se conocen las formas de poder en la Sociedad Red o se ubica a quien tiene el poder y dónde encontrarlo, no podremos desafiar su dominación. La Sociedad Red se define como la estructura social compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de comunicación e información basadas en la microelectrónica (Castells 2007, pgs. 50-51). Para explicarlo, establece relaciones recíprocas entre la estructura social y las redes de comunicación digital:

- La sociedad actual es comparable a la red informática y está sujeta de ser analizada en los mismos términos.
- La comunicación actual también es una red que conjuga redes informáticas computacionales con redes de medios electrónicos masivos.
- Estas mismas redes ordenan, recogen, transportan y dinamizan flujos de información.
- El poder se asienta en la capacidad de crear, configurar y alimentar redes comunicativas.
- El poder se ejerce mediante la violencia pero también mediante el dominio de la comunicación y la mente.

1.3 Dimensiones de las redes sociales digitales

Para entender el alcance de las redes sociales como herramienta que permite a las

personas estar conectadas entre sí, se detallan a continuación cinco dimensiones que comparte la población inmigrante de Arizona: cultural, social, política, tecnológica y económica.

1.3.1 Dimensión Cultural: actores de las redes sociales digitales

Castells (2007) construye un modelo dicotómico que recoge valores y contravalores, cierres y vías de acceso a la libertad. Propone la reordenación de los valores sociales con la reconstrucción crítica de nuestros propios marcos mentales. En seguida un recuadro con los valores de los hispano-mexicanos que viven en Arizona.

Marcos mentales	Contravalores	Valores de los inmigrantes de origen mexicano que viven en Arizona
Modo de pensamiento	Pensamiento acrítico	Pensamiento crítico, por lo general a la defensiva.
Sentido	Lo que no tiene sentido	Construcción independiente de significado en defensa de las minorías.
Producción cultural	Sumisión a los medios masivos	Recurren a las Organizaciones No Gubernamentales, que tienen presencia en medios masivos, en especial en la radio.
Redes Sociales	Dependencia hacia las Redes Sociales, incluso para sobrevivir.	Desarrollo de <i>blogs</i> con información de nicho para difundir y exaltar las tradiciones mexicanas.
Cultura	Contaminación cultural en la vida cotidiana. Rechazo a hablar en español.	Toman lo mejor de las dos culturas, aunque en familia privilegian la de origen.
Programando objetivos	Reacción por ensayo y error.	Cohesión social para defender los derechos de los migrantes.
Poder	Ejercicio injusto de poder	Desafío a la discriminación, intolerancia y racismo.
Sentido de la comunicación	Comunicación vertical	Búsqueda permanente de comunicación horizontal y rechazo a la dominación.
Espacios comunicativos y esfera pública.	Cerco a la comunicación mediante redes pagadas y vigiladas.	Creación libre de comunidades digitales en las que migrantes legales y no legales puedan participar.
Método	Aceptación dócil de los marcos mentales.	Orientación, capacitación y reconstrucción de autoestima en los migrantes.

Elaboración propia con base en Castells (2007).

1.3.1.1 Sub dimensión educativa: competencias de los cibernautas.

“Las redes sociales están cambiando la forma de aprender”, señaló Castells frente a estudiantes y académicos en Ciudad Universitaria 4. Destacó que en la actualidad las personas aprenden más rápido que antes porque tienen acceso a la comunicación virtual, que además es personalizado. La Internet como medio masivo de comunicación, influye en un mayor número de personas porque utiliza métodos de cooperación más que de competición. En este sentido asentó: “la educación a distancia, como la herramienta clave para transformar, adaptar y actualizar los procesos educativos de los inmigrantes está ganando terreno a la educación en el aula”.

1.3.1.2 Sub dimensión histórica: doble identidad

En su búsqueda de una vida nueva y mejor, los inmigrantes adquieren también una nueva identidad. Los que se van llevan sus orígenes, sus costumbres, su cultura y su visión del mundo a cuestas; cuando regresan (si es que lo hacen) traen consigo las vivencias y experiencias que han marcado su estancia en el lugar o lugares de destino (Levine 2008). Una vez que se organizan los movimientos sociales queda detrás la identidad cultural, religiosa y nacional como fuente de significado para las personas (Castells 2009). Como resultado de la incidencia de las redes computacionales, el mundo se fractura en una tecno-élite globalmente conectada, mientras que las identidades comunitarias quedarán atrincheradas localmente. “A lo largo del siglo XXI las identidades serán absorbidas o excluidas de la red, tal y como sucedió con algunas tribus

indígenas y sus reservaciones invadidas”, enfatizó Castells.

1.3.2 Dimensión Social: migración y cohesión en las redes digitales

Los inmigrantes en general están familiarizados con las computadoras, al menos a nivel básico (Laborde 2009). En 2004, las oficinas de migración en Chicago, por ejemplo, ofrecían servicio de videoconferencias a los inmigrantes oriundos del Estado de Hidalgo para tener contacto con sus familiares, muchos de los cuales hacía 20 años que no veían. En 2010, las redes sociales eran cada vez más recurrentes y los inmigrantes aprendieron a usarlas como una forma natural de comunicarse. Sin embargo, aclara Laborde, tales redes estaban manejadas y administradas por migrantes que tenían una mayor capacidad técnica, cultural y sobretodo con más estudios. “El perfil del migrante mexicano es un perfil bajo y escasa educación, son más vulnerables y tardan un poco más en el manejo de la tecnología, pero lo hacen y se adaptan”, expuso Laborde en entrevista 5. Las Organizaciones no Gubernamentales (ONG’s) abrieron espacios interactivos dentro de sus páginas, lo que permitió a miles de inmigrantes estar cerca de sus familiares. Esto se explica porque los inmigrantes sienten un gran apego a sus comunidades de origen. La lista de ejemplos es infinita, igual que ilimitadas son las organizaciones en defensa de derechos globales, regionales y locales. *OneWorld* es un buen aglutinador al respecto (Almirón 2005), pues representa a más de 1.600 organizaciones sobre derechos humanos y en lucha contra la pobreza de todo el mundo. Organizada como un periódico, la web de este organismo es a la vez fuente de información y foro de comunicación entre las muchas voces individuales e institucionales que se dan cabida en ella. Bajo esta dimensión social, la red ha servido como foro de denuncia, foro de defensa de

derechos y foro de expresión política. En el primer caso, entre los nuevos espacios no gubernamentales creados para ampliar el espacio de debate público podemos encontrar numerosas ágoras con intención política, la de la política griega clásica. En Galicia existe, por ejemplo, Agoranos.net, un portal gallego que se define como de comunicación cívica directa y que persigue convertirse en espacio de debate y estudio de la comunicación cívica; esa comunicación cívica que permite que la Red sea cada vez más explotada e imparable. Otros han construido foros entorno a los propios derechos comunicativos. *El World Forum on Communication Rights*, por ejemplo, es una iniciativa civil independiente organizada para poner en evidencia la importancia de los derechos comunicativos en la sociedad de la información. Su objetivo es crear un foro de debate a través de Internet lo suficientemente relevante como para poder definir el concepto de «derechos comunicativos» y conseguir que estos sean respetados en todo el mundo. Por último, destaca el papel que muchos usuarios particulares están protagonizando como participantes del fenómeno del *blogging*. Éste consiste en cuadernos de bitácoras mantenidos por usuarios en Internet, que en sus inicios se repletó de páginas intrascendentes, irrelevantes e incluso improcedentes (Almirón 2005). Entre 2007-2008, en el marco de la transición del poder en Estados Unidos comenzaron a proliferar aquellas con intenciones de debate político, en una especie de apuesta por hacer uso de medios masivos no tradicionales para conquistar el voto hispano. Por primera vez, la comunidad hispana podía opinar y esperar la recepción de otras opiniones. Sin embargo, el *blogging* también ha sido objeto de intenciones ocultas financiadas con intereses espurios. Una ONG o una bitácora verdaderamente independientes raramente permiten la publicidad comercial en sus espacios de debate (Almirón 2005).

1.3.2.1 Historiografía de las Redes Sociales

1971	Se envía el primer correo electrónico. Las dos computadoras protagonistas del envío estaban una al lado de la otra.
1978	Se intercambian BBS (<i>Bulletin Board Systems</i>) a través de líneas telefónicas con otros usuarios. Las primeras copias de navegadores de Internet se distribuyen a través de la plataforma <i>Usenet</i> .
1988	Surge el Internet y con él las comunidades virtuales, donde las personas mantenían relaciones únicamente de carácter social.
1994	Se funda <i>GeoCities</i> , una de las primeras redes sociales de Internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas WEB y que las alojaran en determinados barrios según su contenido <i>Hollywood o Wallstreet</i> , por ejemplo.
1995	<i>TheGlobe.com</i> da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.
1997	Se lanza <i>AOL Instant Messenger</i> o mensajero instantáneo AOL. Se inaugura la página <i>Sixdegrees.com</i> , que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.
2001	Estalla la burbuja de las empresas tecnológicas Punto com.
2002	Se lanza el portal <i>Friendster</i> , pionero en la conexión online de -amigos reales-. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.
2003	Se inaugura la página <i>MySpace</i> , concebida en un principio como un -clon-de <i>Friendster</i> . Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.
2004	Se lanza Facebook (basada en la WEB2.0), concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. El banderazo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.
2006	Se inaugura la red de <i>microblogging Twitter</i> .
2008	<i>Facebook</i> se adelanta a <i>MySpace</i> como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.
2011	<i>Facebook</i> tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, <i>MySpace</i> 260 millones, <i>Twitter</i> 190 millones y <i>Friendster</i> apenas 90 millones, según el portal <i>Marketingdirecto.com</i> .
2012	<p>2,400 millones de personas están conectadas mediante redes, aunque de forma selectiva y jerárquica, de acuerdo al portal <i>Iberoamérica.net</i>.</p> <p>Tendencias relacionadas con los negocios hispanos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Profesionalización de las Redes Sociales (RS). Después de dos años de estar viendo pasar las nuevas tendencias, de entrar de forma casual e inexperta, las empresas admitirán que requieren recursos profesionales para manejar sus RS. ➤ Los resultados de los buscadores son influenciados por las RS. ➤ La sociedad comienza a servirse de las RS para encontrar un mejor empleo, crear un negocio o generar cambios sociales. ➤ A través de las RS, la atención al cliente se convertirá en relacional. Las empresas integrarán a su modelo de atención un canal conectado a las RS, donde habrá una relación interactiva entre el cliente y la empresa. Incluso a través de ellas, se recibirán quejas y sugerencias. ➤ La medición de las RS como elemento estratégico. ➤ La movilidad como factor de expansión. ➤ Cambio en el <i>marketing-mix</i>. En adelante se hablará de una integración y convergencia de medios tradicionales y medios sociales. No se sustituye un medio por otro, sino que cambia en la mezcla de los mismos, como parte de una misma estrategia de negocio.

Elaboración propia, agosto 2012.

1.3.2.2 La probabilidad de emigrar se incrementa con las redes sociales.

El fin de la guerra de Vietnam en 1973 marcó el cierre de un ciclo de reclutamiento de inmigrantes en Estados Unidos con fines bélicos y se fomentó el retorno de los trabajadores invitados a sus países de origen. Los inmigrantes eran enviados a la guerra tras ofrecerles la ciudadanía estadounidense a su regreso. Sin embargo, esto no frenó la inmigración, sino que se dio un cambio en la composición de los nuevos flujos, compuestos por familiares directos, (cónyuges e hijos) de los inmigrantes ya instalados. En este período, se hizo evidente que la inmigración no era un proceso coyuntural: los trabajadores no regresaron a los países de origen sino que se llevaron a sus familias y se establecieron formalmente en Estados Unidos. Esto incrementó la población hispana de origen mexicano y se expandió como grupo social hacia diferentes Estados americanos. Según el estudio ‘Importancia de las redes sociales en la migración’ (2009), la diáspora de inmigrantes se ha podido reunir con sus connacionales con ayuda de las redes sociales. Por esta razón, la probabilidad de emigrar tiende a ser mayor a medida que la inmigración se vuelve frecuente. Estas redes sirvieron a los primeros inmigrantes a transmitir su experiencia a inmigrantes potenciales y facilitarles el camino con información sobre contactos y costos. Así, con mayor experiencia acumulada en el cruce fronterizo la inmigración se vuelve progresivamente menos selectiva y se esparce de los sectores socioeconómicos medios a los más bajos (Massey et al., 1993). Al respecto, Massey y Espinosa (1997) a partir de cifras de 25 comunidades

mexicanas, muestran que las redes sociales son un factor importante para que se presente la migración México - Estados Unidos. Otros estudios han mostrado que cuando se acumula información a través de las redes sociales inicia un proceso de -causación acumulativa-, a través del cual los flujos migratorios llegan a ser auto-sostenidos (Garip, 2008). Massey y Zenteno (1999), a partir de cifras de la *Mexican Migration Project* argumentan que la persistencia de la migración en espacio y tiempo se debe a dos procesos fundamentales: acumulación de capital humano y acumulación de capital social. El primero opera entre los individuos y el segundo a través de las redes sociales en las que se insertan. En este sentido, la información acumulada que se maneja a través de las redes sociales resulta flexible, en particular para quienes tienen capacidad para desempeñar diferentes trabajos. Sin embargo, la herramienta también podría incidir en el no retorno de los inmigrantes a su ciudad natal. Después de la crisis (2008-2010), las oportunidades de empleo se redujeron de manera drástica y algunos inmigrantes, en particular aquellos originarios de Centroamérica (Laborde, 2011) prefirieron quedarse en los Estados del norte de la República Mexicana a trabajar mientras las cosas mejoraban.

1.3.3 Dimensión Política: democracia en las redes digitales

Frente a la desigualdad social, Castells (2011 en C.U.) propone la necesidad de democratizar la comunicación. Para lograrlo, no habrá necesidad de discursos pues la comunicación se concretará a través de la red de Internet y las redes móviles con tal recurrencia que el servicio terminará siendo gratuito. Por esta razón deben multiplicarse los puntos públicos de acceso a Internet sin costo,

tanto en el espacio urbano como en centros sociales, escuelas o bibliotecas. Sin embargo, y en vísperas de las elecciones presidenciales en México el autor señaló que la excepción en esa democracia digital es el voto a través de la red de Internet, pues la herramienta es todavía fácilmente manipulable y los resultados casi siempre se convierten en un atentado contra la democracia. “No habrá cambio político si no hay cambio social [...] y el cambio social se inicia por las mentes”, dijo el sociólogo. Bassarksky (2007) destaca que las redes sociales posibilitan el retorno y la reinserción de los migrantes en su país de origen y da por sentado que la herramienta estrecha los contactos reactivados para ayudar a otras personas con sus planes de movilidad hacia otro país. La autora agrega que en la literatura sobre las experiencias de migraciones políticas, aparece con frecuencia la expresión de -redes de solidaridad- para referirse al dispositivo institucional, tanto de acogida como de apoyo a la inserción social de los inmigrantes, como de denuncia de las violaciones de derechos humanos o de militancia política. Dicha solidaridad -con sus múltiples y complejas manifestaciones- tomó forma tras el hostigamiento a inmigrantes que provocó la Ley antinmigrante SB1070 en Arizona (ver Capítulo 3). Las redes sociales lograron que la población hispana se cohesionara en una enorme masa creciente y saliera a las calles a defender sus derechos civiles.

1.3.4 Dimensión Tecnológica: conversión de las plataformas WEB

Como resultado de los constantes avances tecnológicos y las nuevas aplicaciones en el manejo de la Internet, cobran fuerza las páginas interactivas. Ahora los dispositivos simulan interacciones comunicativas constantes aunque no haya receptor en ciertos momentos. Se trata de un diálogo hombre-máquina, emulando un diálogo entre humanos, tanto en la toma de decisiones (inteligencia

artificial), como en el método comunicativo (reconocimiento de voz).

Bedoya (1997) aclara que la interactividad sólo se da a través de los medios de comunicación y señala que ésta tiene lugar cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido. Es aquí donde el sistema multimedia se convierte en no-lineal e interactiva. Para clarificarlo, Bedoya asienta que ni los libros ni la televisión pueden considerarse interactivos puesto que no hay un control de respuesta. En contraste, un *website* o espacio digital si puede ser interactivo ya que el *webmaster* u operador de la red, pone *links* o ligas a las diferentes páginas para que el visitante escoja que información desea consultar.

La delgada línea que separa al hombre de la máquina, dependerá de la coherencia de los contenidos que el usuario de las redes pretenda transmitir. De ahí la necesidad de que los *websites* o sitios virtuales manejen contenidos de calidad y utilidad con la finalidad de aumentar el interés de los visitantes.

Castells (2006), señala que las redes sociales digitales son un espacio autónomo de relación social y contribuyen a la democratización de la información, pero enfatiza que también contribuyen a la desinformación. *Twitter* es una red de información en tiempo real, motorizada por gente alrededor del mundo que permite compartir y descubrir lo que está pasando en un momento determinado. Es la evolución de la mensajería móvil, que no sustituye al SMS, IM o correo electrónico, pero sí introduce una nueva dimensión al proceso de mandar mensajes. En México, *Twitter* es una red social para internautas urbanos, que en 2011, según datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el 60% de los usuarios opera en la Ciudad de México, lo que significa un alto grado de influencia de la capital sobre el resto de los Estados del país. A diferencia de sus

contrapartes latinoamericanas, *Twitter* México se usa como herramienta de movilización social, con mayor impacto incluso que en Venezuela o Argentina.

1.3.4.1 Plataformas WEB

Crucianelli (2009), en su texto denominado ‘Herramientas digitales para periodistas’, explica que las plataformas para navegar por la red informática virtual (*Wide World Web*) no son estáticas, sino que están en constante evolución y como resultado, ofrecen cada vez mayores beneficios al cibernauta. Cuando la red se basaba en la plataforma WEB 1.0, los sitios ofrecían únicamente paquetes cerrados de información. Por ejemplo, en el caso de los periódicos, no había demasiada diferencia entre su correlato impreso y el que se podía leer desde una pantalla. En otras palabras, la WEB 1.0 podría compararse con una biblioteca. Se podía mirar y leer, pero no se generaba un vínculo con la fuente de información, a excepción del intercambio de mensajes mediante el correo electrónico. Cuando surge la WEB 2.0, las personas entran en contacto dando origen a lo que se conoce como WEB Social, en la cual las personas pueden subir, bajar y descargar archivos y aportar contenidos propios sobre temas que no se habían abordado anteriormente. Además, facilita la comunicación entre personas y fomenta la agrupación de individuos con intereses comunes. Si la WEB 2.0 fuera una biblioteca, cualquiera podría incorporar un texto propio a un estante y escoger uno ajeno. Pero también los autores pueden comunicarse entre ellos y discutir sobre sus obras. “Esta plataforma dio paso a la Socialización de la red”, destaca Crucianelli. Cobró fuerza justo cuando los usuarios comenzaron a participar activamente en la gestión de contenidos, compartiendo los

materiales de su interés en plataformas como *YouTube*, especializada en transmisión de videos o *Flickr* especializada en archivo fotográfico.

La interacción entre los usuarios en *Facebook* o *Twitter*, contribuyó en la difusión de la información que los inmigrantes supieron aprovechar para defender sus derechos civiles, encontrar trabajo o relacionarse con su comunidad. Mientras la WEB 1.0 se basó en el simple uso de tecnología, la WEB 2.0 concentró iniciativa, actitud, interés y participación de los ciber-usuarios. Para el corto plazo, Crucianelli prevé que la WEB 3.0 interrelacione las conexiones de información disponibles en las plataformas existentes. Otra plataforma en proceso de consolidación es la la WEB Semántica, que de acuerdo a la misma autora, representa la capacidad de las aplicaciones para conectarse entre sí, en un paso previo a la inteligencia artificial. Esta plataforma será capaz de comprender las necesidades del usuario. Así como la WEB 2.0 se caracteriza por la comunicación entre personas, formando redes sobre la base de intereses comunes, la WEB Semántica se caracteriza por el potencial que tienen las máquinas de comunicarse entre sí mediante un lenguaje apropiado con base en los planteamientos de la inteligencia artificial. Crucianelli prevé para el 2020 la consolidación de la WEB 4.0, en la que mediante un software las computadoras podrían incluir herramientas que por sí solas tomen decisiones tal y como lo haría una persona.

1.3.4.2 Transición a la red

La crisis económica mundial (2008-2010) incidió en la búsqueda de alternativas tecnológicas para obtener ingresos. Propietarios de negocios que apenas incursionaban por la red, se fueron con la idea de que las

respuestas de los compradores virtuales serían inmediatas, tal y como las que generaban los movimientos políticos, o tan espontáneas como las manifestaciones incondicionales a escándalos sociales como el de *Wikileaks*, suceso considerado como el primer robo de información cibernética. Paola Ricaurte, Investigadora del Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM) Ciudad de México, señaló en entrevista, que la aparición de las plataformas *Twitter* y *Facebook* han sido determinantes en la consolidación de movimientos sociales. En México, por ejemplo, movimientos como ‘Vigilia por Juárez’, tomaron fuerza a través de la red y aunque no han quedado resueltos, lograron despertar la conciencia ciudadana. Si la red informática global había incidido con el triunfo de Obama a la Presidencia de los Estados Unidos en el marco de la peor crisis económica de aquel país, ¿por qué no aprovechar su poder de cohesión de las redes sociales en favor de los inmigrantes?

1.3.5 Dimensión Económica: ventajas competitivas de estar en la WEB

En 2001, la empresa tecnológica IBM lanzó el concepto *E-Business* como el nuevo paradigma para hacer negocios a nivel mundial 6. Sin embargo, el término cobró efectividad hasta mediados del 2007 a medida que creció el número de usuarios de negocios en la red. El primer producto anunciado por la IBM se limitaba a la dotación de infraestructura, ya fuera hardware o software para que las empresas respondieran a los factores clave de la -Nueva Economía-: rapidez, control de riesgo y costos. Adriana Mozo, consultora de Activ@Mente asegura que la publicidad pasaba desapercibida para los internautas. Había 20,000 redes sociales con más de 300 millones de *page views* o visitas mensuales, según datos del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT); sin

embargo pese al tráfico que generaban, las compañías no recibían ingresos, salvo aquellas con negocios tecnológicos como fue el caso del portal *MySpace* al venderle a Google su división de publicidad por 900 millones de dólares. La dinámica de los negocios en red comenzó a tomar fuerza en 2008, en coyuntura con la crisis económica mundial. Ante la falta de empleo y el exceso de deudas, los propietarios de negocios en todo el mundo voltearon a ver el potencial económico de la WEB como herramienta para incrementar sus ingresos.

2.2.5.1 Efecto económico de las redes sociales sobre las comunidades de origen

El proceso de envío de remesas se hizo más transparente y sencillo a partir de que las redes sociales computacionales cobraron auge (BBVA Research 2009), además, la tecnología de los bancos facilitó la obtención de información sobre los efectos económicos de estos envíos sobre las comunidades de origen y su alcance en el corto plazo. Sin embargo, agrega el documento, estas redes también pueden provocar un fenómeno contrario: los ingresos obtenidos pueden estimular la emigración de familiares y amigos. Con el tiempo esta situación podría generar despoblamiento de las comunidades, en especial cuando emigran familias enteras y en consecuencia, al reducirse el flujo de remesas podría estancarse el desarrollo. Otro aspecto de influencia de las redes sociales, es que a través de ellas se han podido difundir empleos temporales que permiten obtener ingresos justos sin tener que caer en la ilegalidad, incluso, a través de la misma vía el inmigrante encuentra opciones para poner a trabajar su dinero, aunque estos casos son los mínimos. El estudio *Latin American Economic Outlook*, elaborado por la

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE-2010), señala que entre el 20% al 50% de los inmigrantes de países miembros incluido Estados Unidos, abandonan el país de destino en los primeros 5 años y regresan a su país de origen o se trasladan a un tercero. Cabe señalar que en enero de 2009, en plena crisis económica mundial, las remesas cayeron 11.88% a tasa anual. Sin embargo, esta baja no logró detener a nuevos inmigrantes.

2.2.5.2 Las redes sociales favorecen ingresos y empleo

Pese a que no existen cifras representativas sobre el tipo de lugar al que llega un inmigrante que viaja a Estados Unidos por primera vez, en Phoenix tienden a situarse en lugares donde sus conocidos lo hicieron antes (trabajo de campo, 08-2012). Las redes sociales provén información suficiente al inmigrante acerca de contactos que los pueden ayudar a conseguir empleo, así como de personas que les pueden facilitar apoyo moral y económico. Este beneficio proviene en gran medida de las ONG's que tiene presencia en las redes sociales. Hellerstein, McInerney y Neumark (2008) verifican empíricamente que las redes sociales inciden positivamente la contratación, aunque tienen un mayor impacto en los trabajadores menos calificados que en los más preparados. Por ejemplo, si su nivel de inglés es relativamente bajo, las redes sociales tienen un mayor efecto. Arceo-Gómez (2010), agrega que los migrantes de baja calificación laboral toman en consideración las tasas de desempleo e ingresos de sus redes sociales para saber en dónde pueden localizarse, mientras que los migrantes mejor calificados podrían no tomar en cuenta dicha información.

1.4 Informacionismo y Sociedad Red: Castells

En *Sociedad Red* (2007) Castells examina la lógica de la red. Introduce el término ‘Informacionalismo’ y lo define como: un nuevo modelo tecnológico que soportará la estructura social. Lo relevante es el papel central que se otorga a las tecnologías en la manipulación de la información y del conocimiento. En adelante, *Sociedad Red* será aquella organización en la cual incide la tecnología y es manipulada por la información. Esta sociedad surge y se expande por todo el planeta como la forma dominante de organización social del siglo XXI; es una estructura social compuesta por redes organizadas de seres humanos en la producción, consumo, experiencia y poder. En este sentido, una red es un conjunto de nodos interconectados que pueden incidir incluso en la cultura de las sociedades. “Las redes de comunicación electrónica constituirán la columna vertebral de nuestras vidas [...] aumentará el placer de la comunicación interactiva”, sostiene Castells (1997 – p.423). Tras analizar la revolución tecnológica que está modificando la base de la sociedad a un ritmo acelerado, el autor prevé un incremento sustancial de la productividad con menor esfuerzo. Sin embargo, considera que los beneficios serán para unos cuantos. “La economía global se expandirá en el siglo XXI... pero lo hará de forma selectiva, vinculando segmentos valiosos y desechando localidades y personas devaluadas o irrelevantes”, asienta Castells (1997) p.423. La gran promesa de la Era de la Información sería la liberación de una capacidad productiva sin precedentes por el poder de la mente. “Pienso luego produzco”, subraya Castells (1997 – p.429). No obstante, existe una brecha muy grande entre el desarrollo tecnológico y el subdesarrollo social. “Los medios de comunicación podrían convertirse en un obstáculo de la creatividad colectiva si se convierten en mensajeros, en lugar de ser el mensaje”, expuso Castells (1997 – p. 430).

1.5 Comunidad virtual o *Filé*: De Ugarte

De Ugarte (2010), extiende el alcance de las redes sociales y crea el concepto *Filé*, el cual define como: ‘el eje que rige la economía en el ciberespacio y las redes sociales’. *Filé*, explica, es una comunidad empoderada a diferentes empresas; nace de las comunidades conversacionales virtuales o cuando menos del efecto que para la identidad y la construcción comunitaria tiene Internet sobre una estructura anterior. La clave es que la comunidad preexiste y se impone sobre la lógica de –empresa-. La lógica comunitaria es una lógica de abundancia, diversidad y no de imposición de las mayorías sobre las minorías. Tradicionalmente, las empresas consideraban que la escasez definía la economía. La *Filé* representa el equilibrio, una forma diferente de adaptar la libertad extrema de la conversación comunitaria en red al mundo de la escasez de la producción social. La existencia de la *Filé*, enfatiza D’Ugarte, se justifica: “porque el Estado está abandonando tareas de cohesión social, creando peligrosas zonas donde brotan organizaciones con buena y mala reputación y en el nuevo ámbito transnacional, el Estado nacional al intervenir empeora las cosas”.

1.6 El poder de las redes sociales

El mundo está compuesto de redes, no de grupos; los métodos estructurales suplen los métodos individualistas (Castells 2007). En la Era de la Información el ser humano terminará por adecuarse al cambio gracias a los medios tecnológicos y sus infinitas posibilidades de respuesta. Así como la WEB 2.0 se caracteriza por la comunicación entre personas que forman redes sobre la base de intereses comunes, la WEB Semántica se caracteriza por el potencial que tienen las máquinas de comunicarse entre sí, mediante un lenguaje apropiado.

En entrevista con la academia chilena (2010), Castells señalaba que en el futuro solo habría dos clases de individuos: los conectados y los desconectados a la red. Las redes

sociales serán reconocidas como espacio autónomo de relación social, pese a que algunas serán desarrolladas por personas sin escrúpulos; contribuirán a la democratización de la información... pero también a la desinformación **8**.

El desarrollo de las plataformas tecnológicas permitió al usuario crear contenidos y transmitirlos en tiempo real, además de transitar de una experiencia textual a una experiencia multimedia. A partir de ahora cualquier persona puede formar parte de varias comunidades digitales o sacar el máximo beneficio de las redes con el lanzamiento de campañas masivas y convocatorias con fines sociales, culturales o políticos o compartir ligas para que los demás obtengan información y viene un proceso de retroalimentación. Las redes sociales también han sido consideradas por las ONG's, entre otros puntos, por su alcance sin fronteras. Almirón (2005), asienta que la Red es en primer lugar un foro inmenso para la defensa de los derechos humanos. Nunca antes las organizaciones no gubernamentales habían tenido un espacio de información y comunicación con los ciudadanos, y de intercambio, tan rico. La lista de ejemplos es infinita, igual que ilimitadas son las organizaciones en defensa de derechos globales, regionales y locales. *One World* es un buen aglutinador al respecto, pues representa a más de 1.600 organizaciones sobre derechos humanos y en lucha contra la pobreza de todo el mundo. Organizada como un periódico, la web de este conocido organismo es a la vez fuente de información y foro de comunicación entre las muchas voces individuales e institucionales que se dan cabida en ella. Una vez demostrado su éxito político, las redes sociales toman fuerza en la economía. Según el documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, para la comunidad hispana las redes sociales son su modo de vida.

Las siguientes imágenes muestran ejemplos de *blogs* donde se comparten experiencias, vivencias, consejos e información de interés.



Imagen 1.- Latinamombloggers.com

Las usuarias de latinamombloggers.com comparten sus logros y dan consejos de autoayuda y superación.

Fuente: Revista Latino Magazine, mayo de 2012.



Imagen 2.- Hispanicize.com

Fuente: Revista Latino Magazine, mayo de 2012.

En este *blog* hombres y mujeres jóvenes comparten sus estrategias sobre el diseño de nuevos productos. La nueva generación de hispanos comienza a formar sus propios despachos o agencias de mercadotecnia y publicidad y focalizan sus esfuerzos en difundir productos innovadores en español. No toman como base campañas hechas en México, sino que sus diseños van dirigidas a una población bicultural que busca tener en casa productos similares a los que la familia consumía en su niñez. Así mismo, destacan casos de hispanos que triunfan y promueven eventos de *networking* con la idea de intercambiar productos o servicios.

Los primeros blogs eran simplemente componentes actualizados de sitios web comunes. Sin embargo, la evolución de las herramientas que facilitaban la producción y mantenimiento de artículos web publicados y ordenados de forma cronológica, hizo que el proceso de publicación pudiera dirigirse hacia muchas más personas y no necesariamente a aquellos que tuvieran conocimientos técnicos. Esto permitió el desarrollo de diversos procedimientos para publicar blogs. Por ejemplo, el uso de algún tipo de software basado en navegador, es hoy en día un aspecto común del *blogging*. Habitualmente, en cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer un diálogo. No obstante, es necesario precisar que ésta es una opción que depende de la decisión que tome al respecto el autor del *blog*, pues las herramientas permiten diseñar *blogs* en los cuales no todos los internautas -o incluso ninguno- puedan participar agregando comentarios. El uso o tema de cada blog es particular, los hay de tipo: periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edublogs), políticos o personales donde se abordan contenidos de todo tipo.

A continuación se muestran testimonios de usuarios de *blogs* y redes sociales.

“Sentimos que ya era tiempo de empezar a tratar en línea los compromisos relacionados con el desarrollo sustentable y ver cómo podíamos utilizar las redes sociales para consolidarlos”.

“We felt that it was time to start taking some of the online engagement offline, and see how we can use social media for sustainable development.”

“Being Latin” es una plataforma de comunicación diseñada para romper barreras y empoderarnos a través de pensamiento informativo, diálogo e intercambio de ideas.

Today, Being Latino is a communication platform designed to break down barriers and foster unity and empowerment through informative, thought-provoking dialogue and exchange of ideas.

“Decidimos unirnos a Hispanicize con objeto de acelerar el fortalecimiento y expansión de los latinos.

En los últimos 2 años latinos y latinas han sido capaces de proveer relevantes contenidos culturales y de entretenimiento a la comunidad”.

“Our decision to join with Hispanicize is about accelerating and expanding our growth to its fullest potential. Being Latino has grown consistently and organically over the past two years through the hard work of Latinos and Latinas to provide culturally relevant, engaging, and entertaining content.”

Imagen 3.- Cibernautas en línea.
Fuente: Revista Latino Magazine, mayo de 2012

Conclusiones

En el Capítulo 1 se abordó el tema de las redes sociales, sus alcances y la manera como inciden en la vida cotidiana de las personas, con interés particular sobre los inmigrantes. Bazarsky (2007) y Laborde (2010) plantean la incipiente relación de los inmigrantes con la Internet y reconocen que la herramienta jugará un papel importante en su vida, pues reducirá la brecha de comunicación con sus familiares y los apoyará en su búsqueda de estancia y empleo. Crucianelli (2011) explica el fenómeno de las redes sociales como resultado de nuevos desarrollos tecnológicos, tales como las plataformas WEB 2.0 y WEB Semántica que permitirán al usuario común crear contenidos y hacer que su opinión sea tomada en cuenta. Castells (2009) explica el poder de las redes sociales en la Era de la Información y la Sociedad Red y asienta nuevos paradigmas que habrán de marcar el camino de la humanidad. Enfatiza que estas redes están presentes en todos los ámbitos de la vida: política, economía, cultura, sociedad, tecnología y educación, amén de la historia y la religión, entre otros. Prevé además, que en el corto plazo, la minoría hispana en Estados Unidos encontrará en las redes sociales una forma de vida y una manera de integrar sus actividades a otras comunidades sin tener que moverse. David D'Ugarte (2010) explica el concepto de Comunidad Virtual, como el espacio donde un grupo de personas (individuales, colectivos o institucionales) interactúan para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos. Estas comunidades, expone D'Ugarte, son cada vez más fuertes pues han logrado incidir en la opinión pública mundial y cambiar el rumbo de la historia. Finalmente, se hace referencia a Almirón (2005) quien considera la red como espacio de comunicación política, como foro de debate y como instrumento que podría revolucionar la política contemporánea. Las experiencias de democracia virtual han demostrado su eficacia. Los partidos políticos han encontrado en Internet una forma de hacer llegar más fácilmente sus mensajes y de establecer contacto

con la ciudadanía, a la que, a su vez, le es mucho más fácil acceder a un determinado cargo público (o al menos a la persona que contesta su correo electrónico) que antes. Pero las páginas WEB de los partidos políticos, mejor o peor diseñadas, no son aún las protagonistas de esa ampliación del espacio público. Sí lo son, en cambio, los espacios no gubernamentales específicamente diseñados para el debate y la acción de los propios ciudadanos. También las ONG's cobraron fuerza al subir su información a la red, lo que permitió que muchas personas recibieran ayuda y orientación civil, en particular los inmigrantes en Phoenix, Arizona. Ofrecerán esquemas educativos, servicios de salud o idiomas sin necesidad de cuestionar al inmigrante sobre su estatus migratorio.

En el segundo capítulo se describirá a detalle el potencial del mercado económico emergente de la nueva generación de hispanos, que se autodenominan México-americanos. Con mayor poder adquisitivo que en México, pueden mejorar su forma de vida acorde la nueva sociedad que los alberga, desde mobiliario, línea blanca y electrónicos hasta computadoras y celulares de última generación. Lo más importante será su participación en la red. Toda esta información arrojará el potencial de negocios que ofrece el mercado hispano a las nuevas generaciones de inmigrantes emprendedores. Sin embargo, antes de encaminar esfuerzos a lograr un boom económico a través de las redes sociales, los hispanos tendrán que lidiar con los preceptos antiinmigrantes la Ley SB1070 en Arizona.

Notas

- 1 La Red es en primer lugar un foro inmenso para la defensa de los derechos humanos. Nunca antes las organizaciones no gubernamentales habían tenido un espacio de información y comunicación con los ciudadanos y de intercambio, tan rico (Almerón 2005).
- 2 La Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia (CUAED), como se conoce actualmente, tuvo su origen en 1972, con la creación del Sistema Universidad Abierta que impulsó el Dr. Pablo González Casanova, denominándose Coordinación del Sistema Universidad Abierta (CSUA).
- 3 Documento consultado: *'Relative Ranking of a Selected Pool of Leading Scholars in the Social Sciences by Number of Citations in the Social Science Citation Index, 2000-2009'*.
- 4 Castells (2012) en entrevista en línea: 'Las personas están cambiando su forma de pensar. Ellas son la gran esperanza'. Temas abordados: crisis económica financiera, el miedo y la transformación de las mentes como la única esperanza de cambio en la sociedad.
- 4 Castells en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Conferencia 'Comunicación y Poder', organizado por el departamento de Extensión Universitaria en abril 15 de 2011.
- 5 Laborde en entrevista, en el marco de la presentación de su libro: 'Migrantes sin fronteras', librería Gandhi, sucursal Mauricio Achar, noviembre 20 de 2010.
- 6 En 1997 IBM acuña el término *e-business* para designar la utilización de las tecnologías de Internet tanto en actividades comerciales como en cualquier proceso organizado por una empresa. Se lanza al mercado el primer software de habla continua al ordenador: *'Viavoice'*, a través del cual el usuario puede conversar con su equipo informático de manera similar a como lo hace con otras personas.
- 7 De acuerdo a Wikipedia, *WikiLeaks* es una organización mediática internacional sin ánimo de lucro que publica a través de su sitio web informes anónimos y documentos filtrados con contenido sensible en materia de interés público, preservando el anonimato de sus fuentes.
- 8 Castells en entrevista con la comunidad chilena de la Universidad Diego Portales, dejó en claro que las redes sociales, de las que el *Twitter* es una pequeña parte, son un espacio autónomo de relación social. "Una de sus aplicaciones es el desarrollo de redes de información generadas por las personas sin controles corporativos o políticos. En ese sentido, contribuyen a la democratización de la información... pero también a la desinformación".

Capítulo 2

El poder de compra de los inmigrantes en Arizona y su potencial consumo a través de la red.

En el Capítulo 1 se analizaron las redes sociales y su potencial como herramienta de orientación, comunicación y consumo. Se dejó en claro que su utilidad va más allá de recibir mensajes y se explicaron los avances tecnológicos que permitieron al usuario de la red crear sus propios contenidos y retroalimentarse con mensajes de otros usuarios, tanto en cultura y sociedad como en política y economía. En el Capítulo 2 se abordará el potencial de las redes sociales como herramienta de comunicación en el mercado de consumo integrado por la comunidad hispana que habita en Phoenix, Arizona. Esta población cada vez más americanizada comienza a valorar el alcance de las redes sociales y las utiliza para afianzar su presencia como minoría mayoritaria. A través de ellas, se promueven productos y servicios con valor agregado y características biculturales. Un ejemplo, son las tendencias de moda, cultura y belleza que promueven las mujeres latinas y que antes no se difundían. Se aborda el alcance de su poder adquisitivo y el crecimiento de una población formada en su mayoría por mexicanos, que ha demostrado ser emprendedora y aspira a posicionarse en el mercado de consumo estadounidense. Se muestran gráficas tomadas del estudio *Transforming Arizona's Economy 2012*, que señalan el crecimiento expansivo de la población hispana y su participación en casi todos los sectores económicos. También se detalla sobre sus preferencias de consumo y la incidencia que esto tiene sobre fabricantes, proveedores e inversionistas que buscan nuevos mercados. El capítulo muestra de inicio la localización regional de los hispanos en Estados Unidos y se explican las razones por las cuales se eligió Arizona para esta tesis. Los datos estadísticos en su conjunto demuestran que los inmigrantes, en particular aquellos de origen mexicano, se han

expandido por todo el sur de Estados Unidos y su presencia en diferentes sectores económicos es cada vez mayor. La Cámara Hispana de Comercio de Arizona (AZHCC por sus siglas en inglés) con sede en Phoenix, ha realizado grandes esfuerzos por demostrar el potencial económico de los México-americanos. Apoya el espíritu emprendedor de la nueva generación de empresarios inmigrantes y reconoce la importancia de sus aportaciones fiscales para sostener el erario de Arizona, pero sobretodo enfatiza su apego a la tecnología y a las redes sociales.

Índice

- 2.1 Arizona, cuarto estado con mayor población hispana
 - 2.1.1 Sonora-Arizona, una misma historia
 - 2.1.2 Migración natural
 - 2.1.3 Identidad que se mantiene
 - 2.1.4 Población en crecimiento
 - 2.1.5 Afectación de la crisis hipotecaria de alto riesgo (*Subprime*) sobre

Arizona

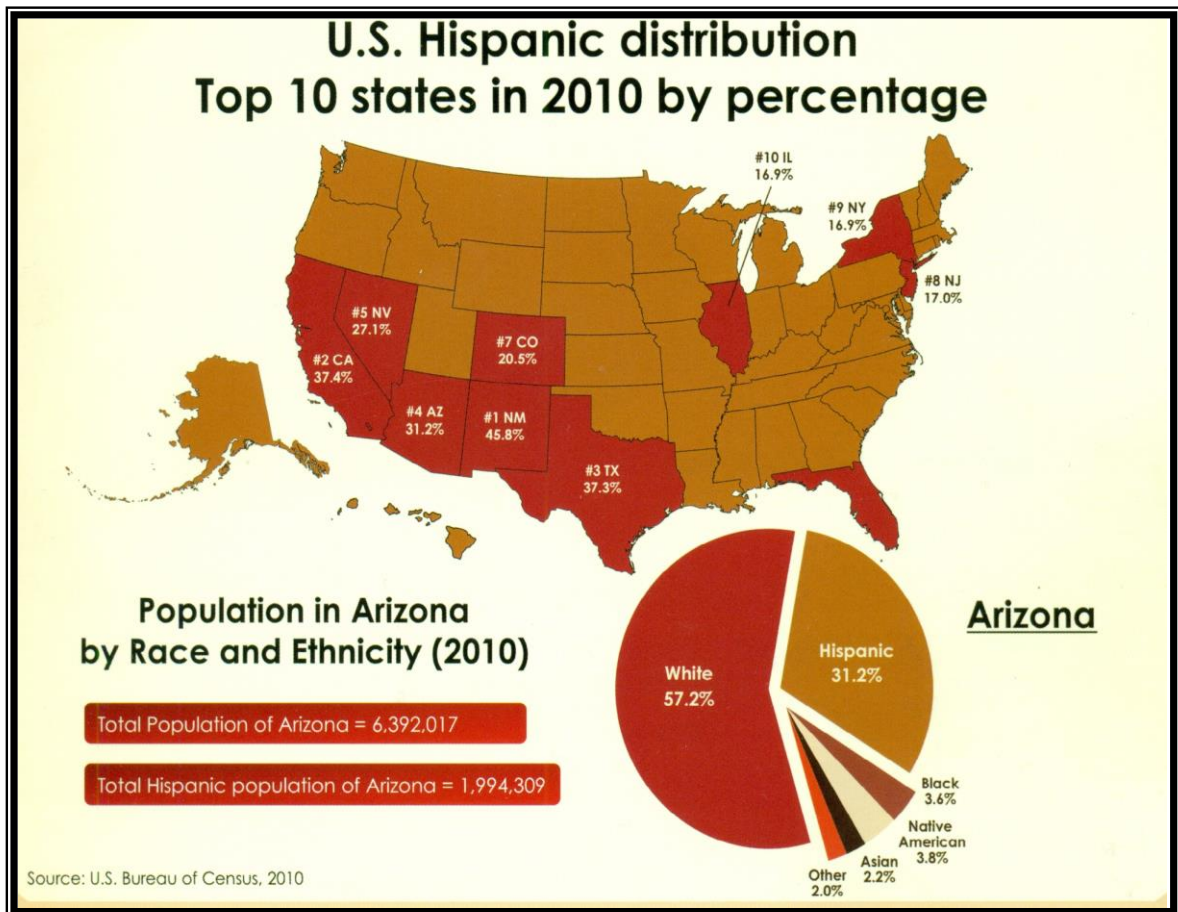
- 2.1.6 Potencial económico de la población hispana en Arizona
 - 2.2 Phoenix, ciudad de *dreamers* y emprendedores
 - 2.2.1 Tendencias del mercado hispano
 - 2.2.2 *Small Business Administration (SBA)*, definición y alcances
 - 2.2.3 Pequeñas empresas mexicanas
 - 2.2.3.1 Capital Humano y Capital Social
 - 2.2.3.2 Capital Social y Redes Sociales
 - 2.2.4 Poder de compra de los hispanos
 - 2.2.5 El peso de la economía hispana en el PIB de Arizona
 - 2.2.6 Potencial de los negocios hispanos de origen mexicano
 - 2.3 Economía digital, negocios en red
 - 2.3.2 Recursos de los negocios digitales
 - 2.3.3 Medios electrónicos y consumo en redes sociales
 - 2.3.4 Comunidad digital: *Facebook*, *Twitter* y blogueros.
- Conclusiones

2.1 Arizona, cuarto Estado con mayor población hispana

Arizona se localiza al suroeste de los Estados Unidos y es muy conocido por su paisaje desértico, el Gran Cañón y la cosmopolita ciudad de Phoenix, su capital, donde habita la mayor parte de su población.

Se eligió como estudio de caso para esta tesis por tres razones: comparte historia con el estado de Sonora, ocupa el cuarto lugar en cuanto a población hispana (la mayor parte de ésta es de origen mexicano) y porque a partir de mayo de 2010 está en el centro de la polémica bilateral como resultado de la aprobación de la Ley SB1070, la más amplia y estricta contra la inmigración ilegal de las últimas décadas. Por la cercanía con México, sus habitantes llegan a dominar inglés y español y se pueden ver cantidad de familias donde la mitad de los miembros nacieron en Sonora y el resto en Arizona. En 1960 Arizona comenzó a desarrollar su industria y a prestar atención al sector turismo para diversificar su economía que hasta entonces estaba centrada en la agricultura y la minería. Al mismo tiempo firmó alianzas educativas y de cooperación industrial con Sonora y se el flujo bilateral de personas que radicaban temporalmente en ambos lados de la frontera.

En la siguiente imagen se puede observar que Arizona está entre los 10 Estados con mayor porcentaje de población hispana, precedida por: Nuevo México (45.8%), California (37.4%) y Texas (37.3%). A su vez, se observa que la mayor parte de su población es blanca (57%), le sigue la de origen hispano (32%) y el resto son pequeñas minorías conformados por personas de color, asiáticos, nativos americanos y algunos europeos. Por la cercanía con México, sus habitantes llegan a dominar inglés y español y existen familias en las que la mitad de los miembros nacieron en Sonora y el resto en Arizona.



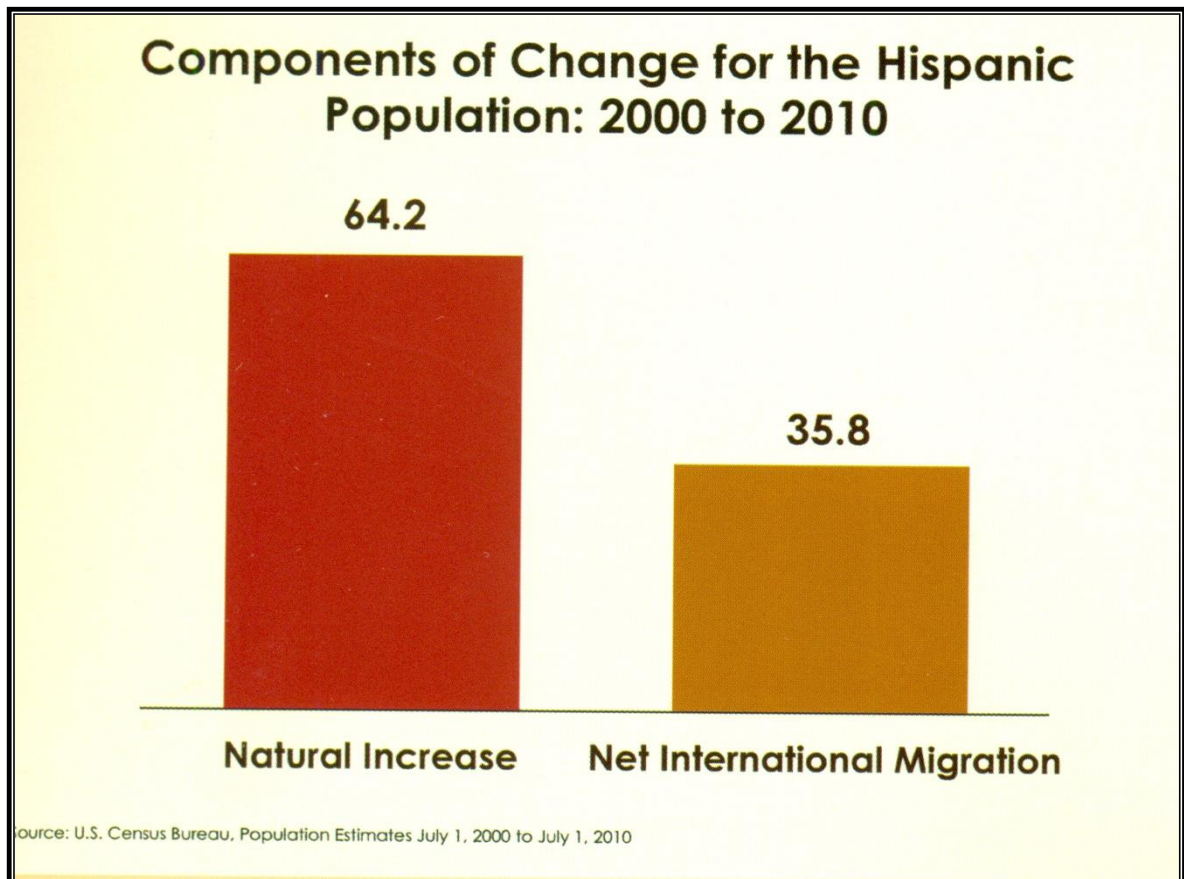
Gráfica 1.- Los 10 Estados con mayor población hispana.

Fuente: *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.*

2.1.1 Sonora-Arizona, una misma historia

En 1853, Sonora era el Estado más extenso de la República Mexicana. Al perder la guerra contra los Estados Unidos, México cedió a este país más de una cuarta parte de su territorio (casi 100,000 km²), según lo dispuesto en el Tratado de la Mesilla, bajo el mandato de Antonio López de Santa Ana. Poblaciones como Tubac, Tumacacori, Nogales, Tucson y Yuma que hoy integran el estado norteamericano de Arizona, formaban parte de Sonora que llegaba hasta el río Gila al norte y al río Colorado por el noroeste. Sus habitantes no tuvieron que cruzar la frontera, ésta los dividió y formaron la minoría hispana de Arizona, a la cual se unieron tiempo después migrantes latinos provenientes de Centro y Sudamérica. A diferencia de otras fronteras, la población que

habita en la franja Arizona-Sonora se comporta como si de manera física existiera un solo territorio. Comparte historia, cultura, tradiciones, recursos naturales, pero sobretodo personas trabajadoras, capaces y emprendedoras. Esta comunidad ha crecido socialmente integrada pese a los embates de racismo y discriminación de los estadounidenses blancos que los desconocen como originarios de Arizona. En la siguiente gráfica se observa el crecimiento natural de la población hispana que habita en Arizona, que entre 2000 y 2010 incrementó 64.2%, mientras que el crecimiento por inmigración internacional fue de 35.8% en el mismo periodo.

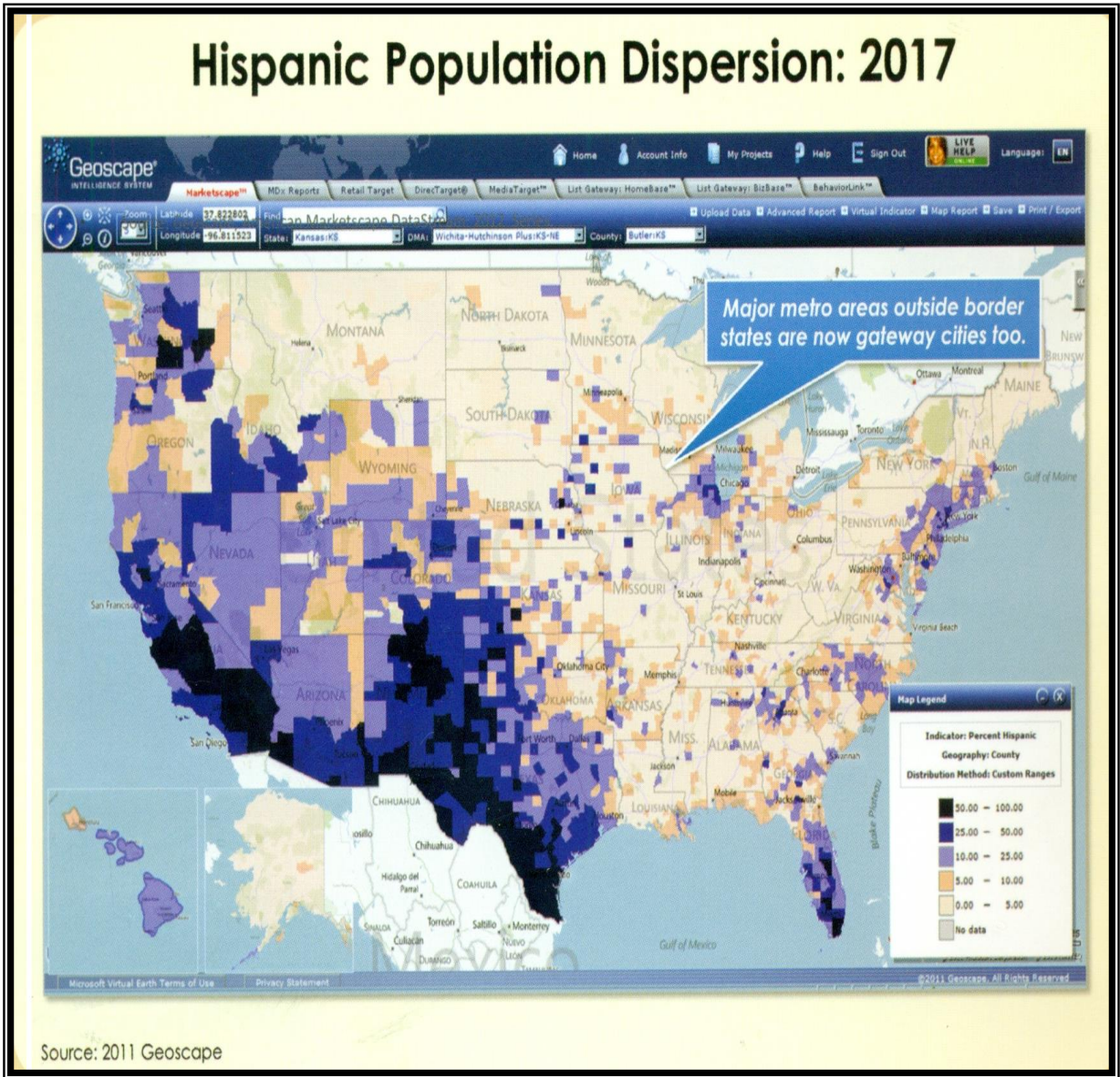


Gráfica 2.- Crecimiento de la población hispana
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

2.1.2 Migración natural

Arizona es el cuarto estado con mayor población hispana nacida fuera de territorio estadounidense, precedido por California, Texas y Florida. Detrás están Illinois, Nueva York y Nueva Jersey. Carlos Heredia, investigador del Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE - 2011), explica que el motor principal que impulsa la migración mexicana hacia Estados Unidos está en la necesidad de mano de obra que este país requiere para realizar trabajos que la población blanca- no está dispuesta a hacer. A la par, la falta de oportunidades en México que embona con lo anterior y resulta una relación ganar-ganar. Existen programas de trabajos temporales con formas migratorias específicas para que los jornaleros mexicanos trabajen sin problema. Pero más allá de esta relación formal, el éxodo de inmigrantes mexicanos se incrementa porque la demanda –informal- de los empleadores estadounidenses así lo exige, tanto en épocas de bonanza como de recesión, tal y como sucedió durante la crisis económica 2008-2010. Esta migración, puntualiza Heredia, se mueve en el mismo sentido que el ciclo económico estadounidense, pues existe evidencia de que el número de aprehensiones de migrantes mexicanos por la patrulla fronteriza se reduce cuando el crecimiento económico es débil y aumenta a medida que la economía se fortalece. Según el censo de los Estados Unidos, en el periodo 2000-2005, Arizona era el Estado con el mayor crecimiento de poblacional inmigrante que venía de México, esto es más de 6.5 millones de personas; le seguían los Estados de Nevada y Nuevo México. En 2008, la *American Community Survey (ACS por sus siglas en inglés)* estimó que el 30.1% de la población total del estado de Arizona es de origen hispano y que el 91.4% de dicha población, es decir casi todos los inmigrantes tienen nacionalidad mexicana. Desde 1990, la población hispana de Arizona ha crecido en más del doble. En 2012 representa el 32% del total de su población y se prevé que para el año 2050

alcance el 50% de su población. La siguiente gráfica muestra la dispersión de la población hispana en Estados Unidos con una creciente perspectiva crecimiento hacia 2017.



Gráfica 1.- Diáspora de la población hispana en Estados Unidos
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

Este fenómeno es resultado de que ahora las principales áreas metropolitanas que no forman parte de la frontera, se han convertido en puntos de salida hacia Estados Unidos.

NUMERALIA SOBRE POBLACIÓN HISPANA

Concepto	Cantidad o porcentaje	Vigencia o periodo	Fuente
Población total en Estados Unidos	308,745,538	2010	Buró del Censo EU
Población hispana en Estados Unidos	50,477,594	2010	Buró del Censo EU
Población hispana en Estados Unidos de origen mexicano	31.800,000 (54% más que en 2000)	2010	Buró del Censo EU
Población total en Arizona	6,392,017	2010	Buró del Censo EU
Población Hispana en Arizona	1,895,149	2010	Buró del Censo EU
Arizona, 3° lugar entre los Estados con mayor población hispana de origen mexicano	California 11,423,146 Texas 7,951,193 Arizona 1,657,668 Illinois 1,602,403 Colorado 757,181	2010	Buró del Censo EU
Población hispana en Phoenix (capital de Arizona)	Pob. Total: 1,445,632 Hispanos 589,877	2010	Buró del Censo EU
Población hispana en el condado de Maricopa, Phoenix, Arizona. (Aquí se da persecución extrema hacia los inmigrantes)	Pob. Total: 3,817,117 Hispanos: 1,128,741	2010	Buró del Censo EU
Phoenix, 6° lugar entre las ciudades con mayor población hispana	Nueva York, (NY) 2,336,076 Los Ángeles (CA) 1,838,822 Houston (TX) 919,668 San Antonio (TX) 838,952 Chicago (IL) 778,86 Phoenix (AZ)	2010	Buró del Censo EU

	589,877 El Paso (TX) 523,721		
Hispano parlantes en Arizona	61%	2011	<i>Transforming Arizona's Economy 2012</i>
Arizona, 7° lugar entre los mercados hispanos con mayor poder de compra:	(Miles de millones de dólares)	Agosto de 2010	<i>Selig Center for Economic Growth – Universidad de Georgia</i>
California	265		
Texas	176		
Florida	107		
Nueva York	81		
Illinois	44		
Nueva Jersey	39		
Arizona	34		

Fuente: elaboración propia.

La inmigración de los mexicanos hacia los Estados Unidos no rompe con sus tradiciones y costumbres. Hablan español siempre que pueden, pero más entre familiares y amigos. En la Ciudad de Phoenix, tal como se pudo constatar en el trabajo de campo, esta población disfruta vivir en comunidad y dedica el mayor tiempo posible a la familia y los amigos. El cine y los eventos deportivos son los tópicos principales de entretenimiento buscan hacer reuniones con cualquier pretexto. Los hispanos asisten con mayor frecuencia al cine que los no hispanos, a razón de uno de cada cuatro personas. A la vez, el 35% de los hispanos disfruta de ir al cine y más de la mitad se considera –fan- de este tipo de entretenimiento. Con el paso de los años, más hispanos son protagonistas en los deportes y por ende los equipos cuentan con más seguidores inmigrantes que antes. Entre los hispanos que hablan inglés como su primera lengua, son seguidores de la *National Football League*, mientras que los hispanos que hablan español y los bilingües, prefieren el futbol soccer o practican baloncesto, beisbol, box y deportes extremos. Los hispanos gustan de la música vernácula y esperan todo el año la llegada de cantantes mexicanos, entre los que destaca Vicente Fernández, para asistir a

sus conciertos. Prefieren la televisión en español, en particular ven noticias en su idioma para estar mejor informados. Celebran a sus hijas quinceañeras con el tradicional vals, el chambelán y las damas que bailan a su alrededor. Mantienen su religión católica y con ello ha proliferado el número de iglesias en sus comunidades. Los hispanos residentes en Estados Unidos son, en ocasiones, los enemigos más asiduos de los mexicanos. Sus críticas hacia el desorden y la informalidad que muestran algunos mexicanos que arriban sin documentos son radicales, de lo cual se deriva xenofobia y rechazo.

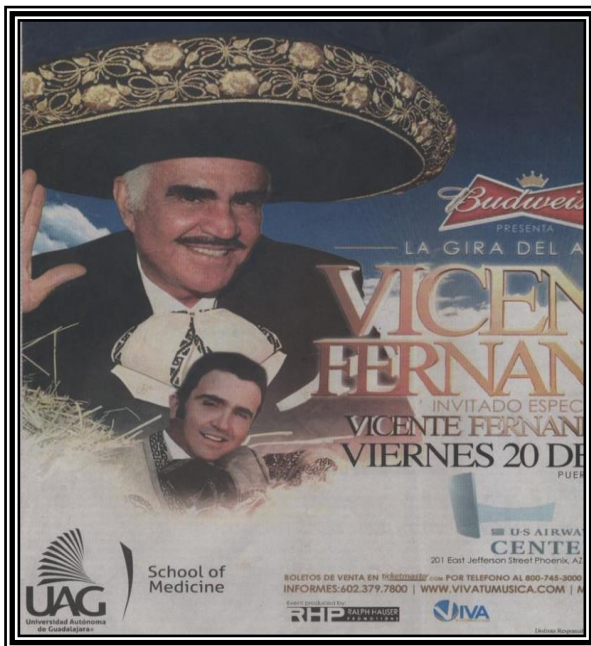


Imagen 4.- Vicente Fernández.
El cantante mexicano es el ídolo de la música la mexicana, de gira artística en Arizona.

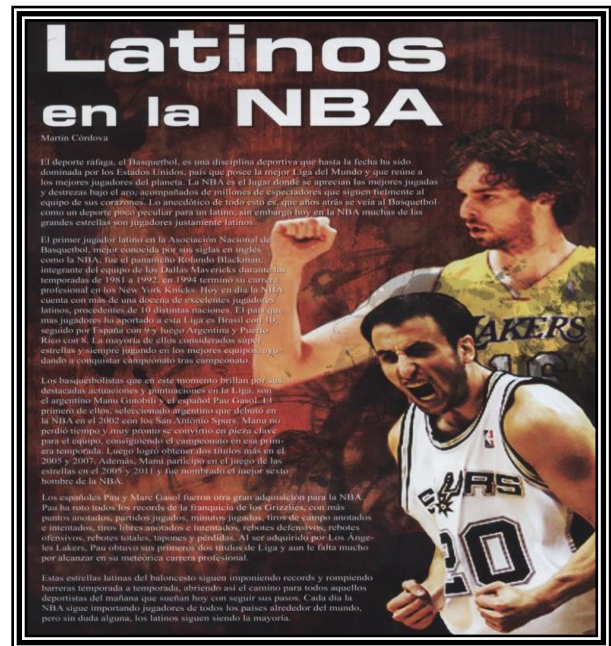
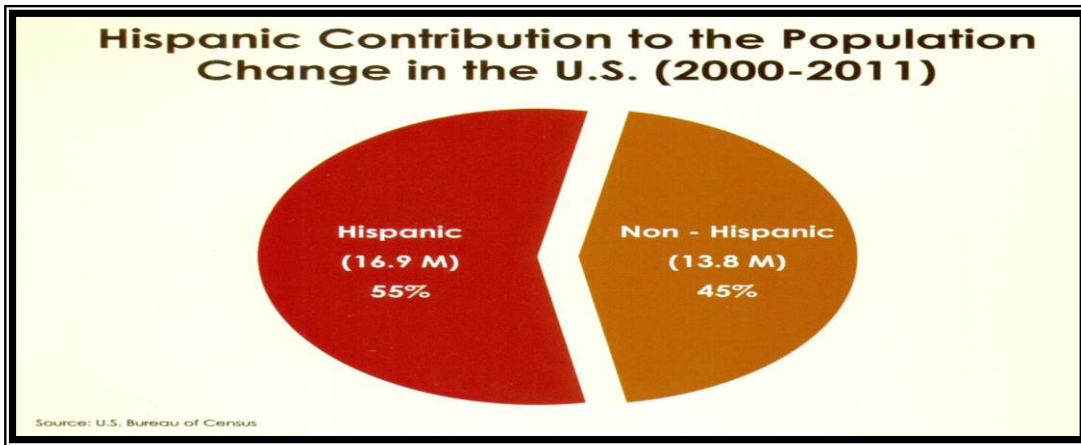


Imagen 5.- Latinos en la NBA.
Deportistas hispanos sobresalen en National Basketball League o Liga Nacional de Baloncesto.

2.1.4 Población hispana en crecimiento

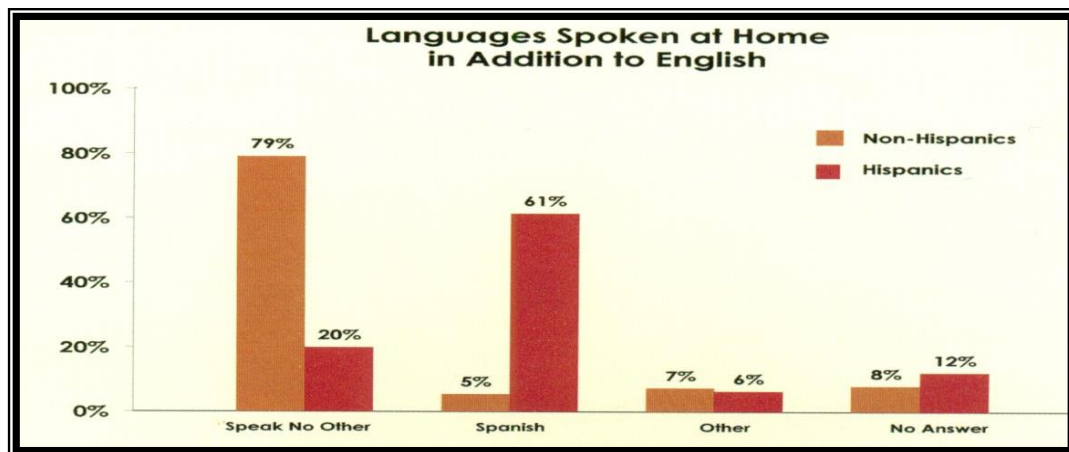
Cifras del Censo (2010), señalan que la población hispana en Estados Unidos aumentó 15.2 millones entre el 2000 y 2010, representando más de la mitad de los 27.3 millones de aumento de la población total de los Estados Unidos (ver numeralia pags. 42-43).

Este crecimiento incidirá en la economía y la política como se verá en los siguientes capítulos. En 2011, como vemos en la siguiente gráfica, la población hispana que habita en Phoenix creció más que la población no hispana. Entre 2000 y 2010, los hispanos conforman el 55% de con 16.9 millones de habitantes, mientras que los no hispanos son el 45% con 13.8 millones de habitantes. Esto refleja un avance significativo en el proceso de latinización del Estado de Arizona (AZHCC, 2012).



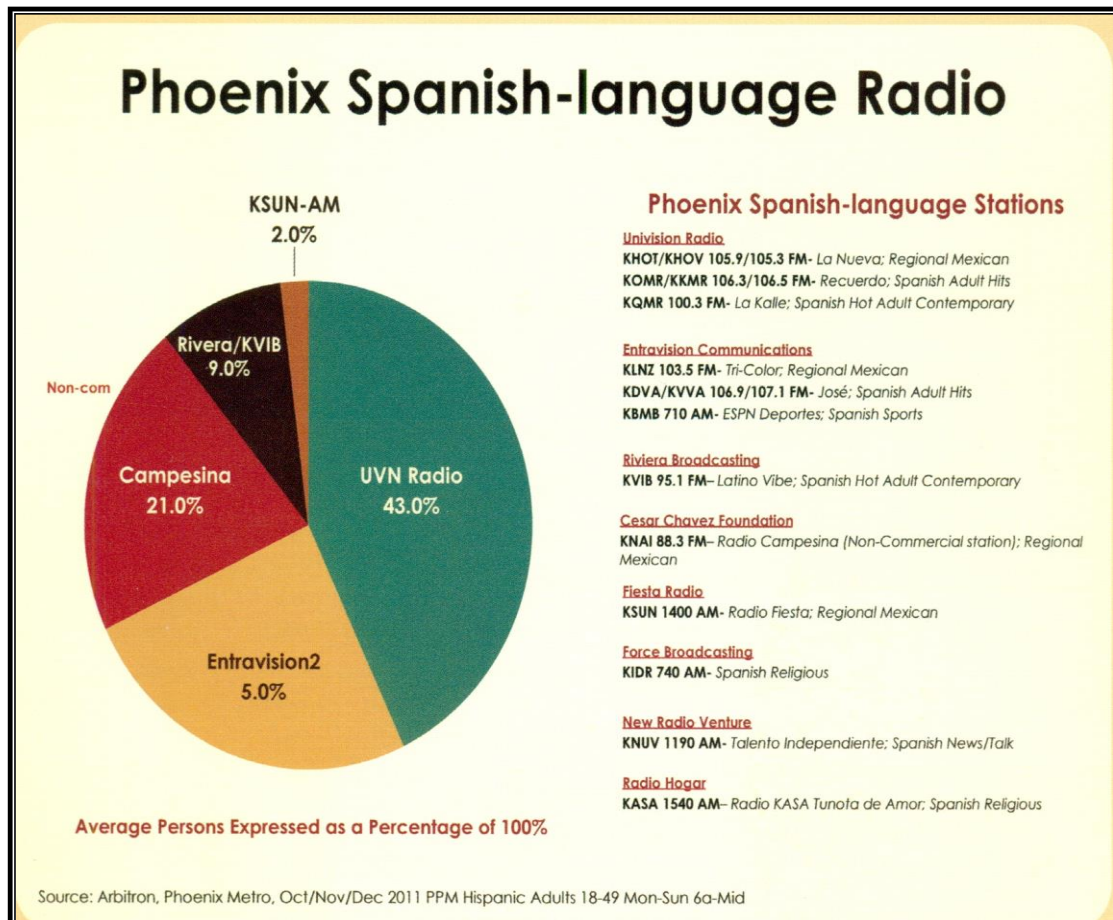
Gráfica 4.- Contribución de los hispanos al crecimiento de la población latina.
 Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce, *Transforming Arizona's Economy 2012*.

El lenguaje que se habla en los hogares de los hispanos es el español.



Gráfica 5.- Idiomas que hablan los hispanos además del inglés.
 Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: *Transforming Arizona's Economy 2012*.

Los hispanos prefieren escuchar la radio en español. La siguiente gráfica muestra el posicionamiento de cinco estaciones radiofónicas en Phoenix, lo que significa la gran competencia de los medios tradicionales por atrapar población inmigrante.



Gráfica 6.- En la radio de Phoenix predomina el español.
 Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

Pese a lo anterior, el nivel escolar de los hispanos se mantiene estancado. El organismo estima que más del 30% de los niños no termina el bachillerato y solamente la mitad de los estudiantes de primer año universitario completa sus estudios. “Entre los retos de Arizona está ofrecer mejor educación para todos los inmigrantes”, sostuvo De la Melena.

2.1.5 Afectación de la crisis hipotecaria de alto riesgo (*Subprime*) sobre Arizona

Después del estallido de la burbuja de las nuevas tecnologías en 2001, creció la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos. Alan Greenspan, al frente de la Reserva Federal había relajado las tasas de interés bajo la estrategia de prestar dinero barato –porque la inflación lo permitía tras la crisis financiera de 1998-, sin darse cuenta de los riesgos asociados a algunas prácticas financieras que se estaban empleando en el negocio hipotecario, en especial con las hipotecas de alto riesgo o *Subprime* (Pozzi 2007). Las instituciones financieras tomaron el riesgo de otorgar préstamos a cualquier ciudadano norteamericano que se acreditara como tal, aunque no cumpliera con los requisitos de solvencia económica. Muchos de los préstamos se originaron sin la documentación apropiada y estuvieron pactados a tasas de interés ajustables o con programas de pagos muy bajos. En 3 años, las tasas de interés habían pasado de 2% a 5.75% y a mediados de 2006 comenzaron las revisiones de los créditos y los impagos (*BBVA Research 2010*). Esta crisis hipotecaria de alto riesgo estalló en agosto de 2007 con la quiebra de *Lehman Brothers* y provocó un desequilibrio en la economía de Estados Unidos. Mientras en 2002, el volumen de créditos *Subprime* de las entidades financieras en Estados Unidos representaba el 7% del mercado hipotecario, para 2007 había alcanzado el 12.5%. (*BBVA Research 2010*). En Arizona, la economía se desaceleró significativamente desde 2006, “y a la fecha sigue presente... ha sido la más profunda desde la Gran Depresión de 1929 y cambió la percepción de que cualquiera puede realizar el sueño americano”, comentó en entrevista de trabajo de campo el Presidente de la Cámara Hispana de Comercio de Arizona (AZHCC por sus siglas en inglés) Gonzalo De la Melena.

A continuación se presentan cifras de la desaceleración económica en Arizona:

Variación anual de los ingresos fiscales	-13.6%
Ingresos fiscales (enero - marzo 2008)	1.852 millones de dólares
Variación anual del valor de la vivienda	-5.5%

Fuente: The Nelson A. Rockefeller Institute of Government, the public policy research arm of the State University of New York, (citado por Businessweek 30-06-08).

Esta crisis exacerbó los sentimientos antiinmigrantes y como veremos en el Capítulo 3, los legisladores buscaron compensar el déficit cortando el presupuesto a las universidades estatales y los servicios de salud; las constructoras dejaron de lado nuevos proyectos y se redujeron las oportunidades de empleo (*Bloomerg Businessweek*, consultado el 02-04-13).

A su vez, los republicanos aprovecharon la coyuntura para impulsar la legislación de nuevos preceptos en contra de la población inmigrante.

2.1.6 Potencial Económico de la población hispana en Arizona

Pese a la debacle financiera que sacudió Arizona, el espíritu emprendedor de sus habitantes incide en la recuperación de la economía estatal. De acuerdo con el *Pew Hispanic Center*, citado por BBVA Bancomer en su publicación ‘Situación Migratoria’ (Julio 2012), señala que los inmigrantes de origen mexicano que habitan en Arizona generan entre 9 y 12% del Producto Interno Bruto (PIB) de la entidad. Sin embargo, a partir de que entró en operación la Ley SB1070 en enero de 2011, la población inmigrante sin documentos fue deportada a sus ciudades de origen en la República Mexicana con fuerte impacto en la economía de Arizona. La AZHCC-P estima que entre 2008 y 2010 Arizona perdió cerca de 200,000 trabajadores del sector de la construcción, de un total de 560,000 por falta de documentos oficiales.

Top 10 Largest U.S. Hispanic Markets in 2010, Arizona Ranks 7th

Rank		Buying Power
1	California	\$265 B
2	Texas	\$176 B
3	Florida	\$107 B
4	New York	\$81 B
5	Illinois	\$44 B
6	New Jersey	\$39 B
7	Arizona	\$34 B
8	Colorado	\$22 B
9	New Mexico	\$20 B
10	Georgia	\$17 B

Total U.S. Hispanic buying power was \$1.04 Trillion in 2010. (Now estimated at \$1.2 Trillion)

Source: Selig Center for Economic Growth, Terry College of Business, The University of Georgia, August 2010

Gráfica 7.- Ranking de los 10 mercados hispanos más grandes de Estados Unidos.
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: *Transforming Arizona's Economy 2012*.

2.2 Phoenix, ciudad de *dreamers* y emprendedores

Phoenix, conocida como el Valle del Sol, es la ciudad número 7 dentro de las más grandes de los Estados Unidos (ver numeralia p.38). Es la capital de Arizona, localizada a 180 km norte de Tucson y alberga oficinas corporativas trasnacionales además de las del gobierno estatal. El el documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, señala que el 87% de todos los niños en Arizona de padres inmigrantes son ciudadanos estadounidenses. Agrega que los inmigrantes indocumentados tienen un promedio de dos hijos y suelen contraer matrimonio con un residente hispano o un ciudadano estadounidense. Destaca que las nuevas generaciones de hispanos, en su mayoría de

origen mexicano, tienen presencia en todos los ámbitos de la economía y forman parte del sistema educativo y las comunidades de negocios de Arizona. De acuerdo con la Encuesta de Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona (EHMPA), la población hispana que habita en los Estados Unidos es comparativamente joven. Cifras del Censo 2010 señalan que la edad promedio de los hispanos en 2010 era de 27.3 años y la media de los no hispanos blancos era de 40.7 años. Este organismo prevé que para 2050, el 60% de los residentes –blancos- en los Estados Unidos tendrá 65 años y únicamente el 20% de los hispanos tendrá esta edad.

Uno de los grandes temas que preocupa a los jóvenes hispanos es qué pasara con su futuro. Se conoce como '*dreamers*' a los jóvenes inmigrantes que fueron traídos a Estados Unidos en forma ilegal por sus padres y ahora tienen un futuro profesional incierto. En su primer mensaje en español por televisión, en el marco de su campaña presidencial para el segundo periodo, el presidente Barack Obama comparó a los *dreamers* con sus dos hijas. (Telemundo Arizona 09-10-12).

"En los jóvenes conocidos como los *dreamers*, veo las mismas cualidades que Michelle y yo tratamos de inculcar en nuestras hijas. Respetan a sus padres... Estudian para superarse... Como padre, me inspiran...Y como presidente su valentía me ha hecho recordar que ningún obstáculo es muy grande", dijo Obama en español.

Sin embargo, en Arizona, los jóvenes enfrentan a la gobernadora Jan Brewer que rechaza a los inmigrantes, como se verá en el Capítulo 3.

La siguiente imagen muestra a un grupo de jóvenes hispanos convocados en un foro estatal para discutir temas de interés general como salud, educación y oferta profesional.



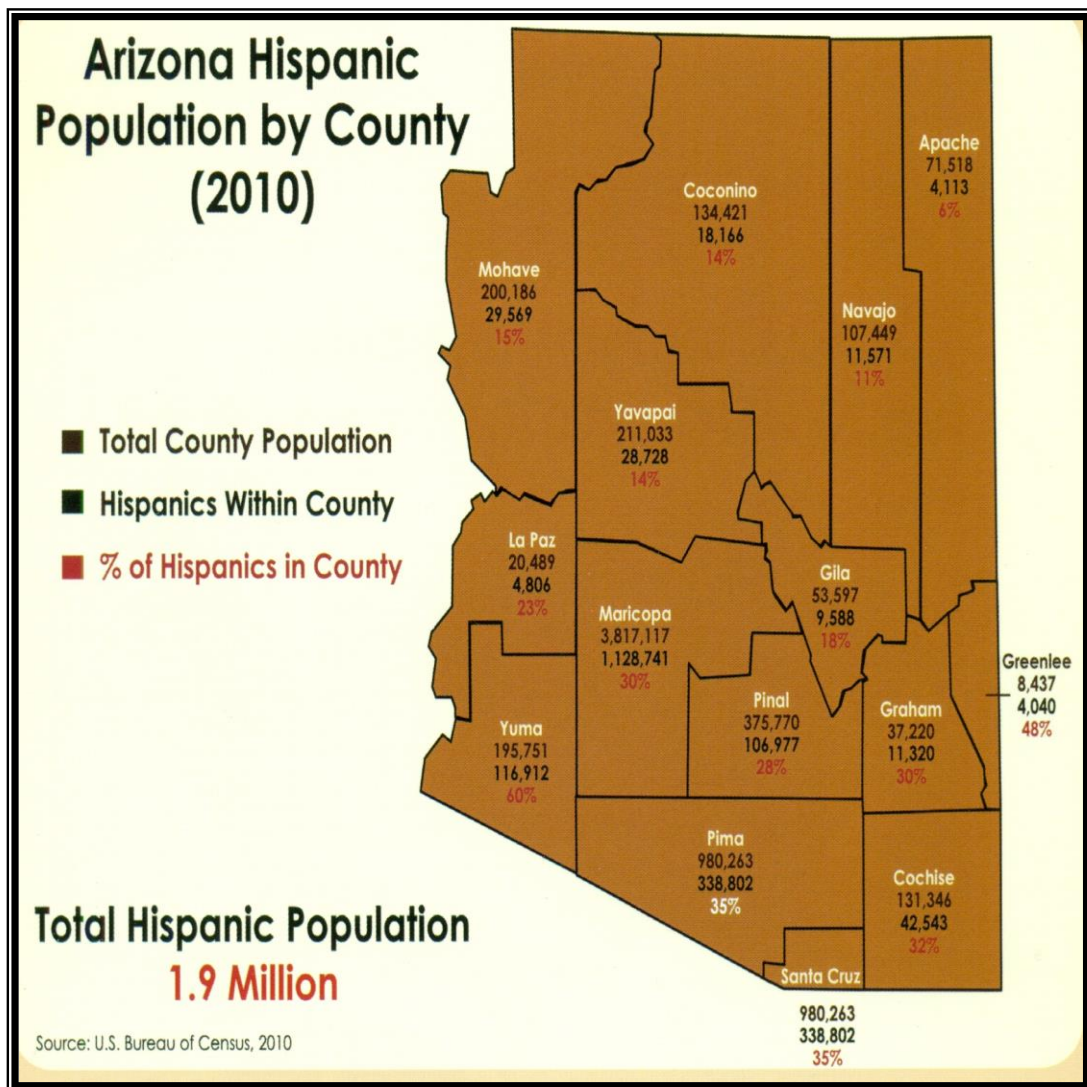
Imagen 6.- Foro de la Juventud Latina 2011.

Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

2.2.1 Tendencias del mercado hispano

Los negocios propiedad de hispanos están contribuyendo a la economía en la medida que ayudan a sus comunidades y crean empleos. Según cifras de la Oficina del Censo, en Estados Unidos hay más 1.5 millones de negocios propiedad de hispanos que emplean a más de 1.5 millones de personas y producen más de 200 mil millones de dólares en ingresos brutos. En Phoenix, por ejemplo, el condado de Yuma presentó el mayor crecimiento de población hispana entre 2000 y 2010. En este último año, el 60% de su población menor de 18 años era hispana, lo que significa que para dentro de 20 años casi todos sus habitantes serán hispanos. Esto se traduce en un mayor consumo y nuevas

oportunidades de negocio para los emprendedores interesados en atender las necesidades de este mercado. La siguiente gráfica muestra que la ubicación geográfica de la población hispana de origen mexicano que habita en Arizona está dispersa por todo el Estado y se le denomina públicamente como –Nueva Latina-.



Gráfica 8.- Población hispana por condado en Phoenix.
 Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

2.2.2 *Small Business Administration (SBA), definición y alcances*

Una de las grandes oportunidades que tienen los negocios hispanos para crecer y posicionarse en el mercado de consumo nacional es acercarse al *Small Business Administration* (SBA por sus siglas en inglés) o Agencia Federal para el desarrollo de la Pequeña Empresa.

La SBA es una agencia independiente y pertenece a la rama ejecutiva del Gobierno Federal. Tiene la responsabilidad de proporcionar cuatro áreas principales de asistencia a los pequeños negocios: promoción, administración, apoyo para licitaciones y asistencia financiera.

A continuación se detallan aspectos que la agencia pone a disposición de los inmigrantes a través de su página oficial en línea.

La asistencia financiera se hace llegar principalmente mediante los Programas de Inversión de la SBA, Programas de Préstamos a Negocios, Programas de Préstamo en Casos de Desastre y Fianzas para Contratistas. El gobierno federal de los Estados Unidos tiene un especial interés en promover el crecimiento de pequeños negocios. Por esta razón, algunos préstamos de la SBA tienen requisitos menos estrictos para el capital y la garantía del propietario que aquellos de los prestamistas comerciales y esto convierte a la agencia en una excelente fuente de financiamiento para nuevos emprendedores. Muchos préstamos de la SBA son por sumas menores que las que prestan la mayoría de los bancos. Eso no significa que la SBA otorgue préstamos directos, sino que en vez de ello, provee garantías a los emprendedores, ofreciendo al banco que ella pagará un cierto porcentaje de su préstamo si el solicitante no lo puede pagar. La SBA define a la pequeña empresa como aquella que opera de manera independiente, creada para ser rentable y no es dominante en su campo de

operación. Dependiendo de la industria, la norma del tamaño oficial está basada en el número promedio de empleados en los últimos doce meses o en el volumen de ventas promedio de los últimos tres años.

Algunos ejemplos de los estándares de tamaño que maneja la SBA son los siguientes:

- **Manufactura:** el rango de empleados está entre 500 y 1,500, dependiendo del tipo de producto que se fabrique.
- **Ventas al mayoreo:** el rango de empleados puede variar entre 100 y 500 dependiendo de la particularidad del producto que se supla.
- **Servicios:** los ingresos totales no deben exceder los 21 millones de dólares anuales dependiendo del servicio que se ofrezca.
- **Ventas al menudeo:** los ingresos totales no deben exceder los 21 millones de dólares anuales, dependiendo del servicio que se ofrezca.
- **Construcción pesada y general:** ingresos anuales en construcción general no deberán exceder los 17 millones de dólares, dependiendo del tipo de construcción.
- **Construcción comercial especial:** las ventas anuales no deberán exceder los 7 millones de dólares, y
- **Agricultura:** los ingresos anuales no deberán exceder de 9 millones de dólares, dependiendo del producto agrícola.

Para que una empresa sea admitida en la SBA

- debe ser una empresa pequeña;
- debe ser propiedad y administrada incondicionalmente por uno o más individuos social y económicamente en desventaja, quienes deben tener buena reputación y ser ciudadanos de los Estados Unidos, y

- debe mostrar posibilidades de éxito.

¿Quiénes son los individuos socialmente en desventaja?

Son aquellos que han estado sujetos a perjuicio racial, étnico o cultural por identificarse como miembro de un grupo. La desventaja social tiene que ser el resultado de circunstancias fuera de su control. Los individuos que son miembros de los siguientes grupos específicos están socialmente en desventaja:

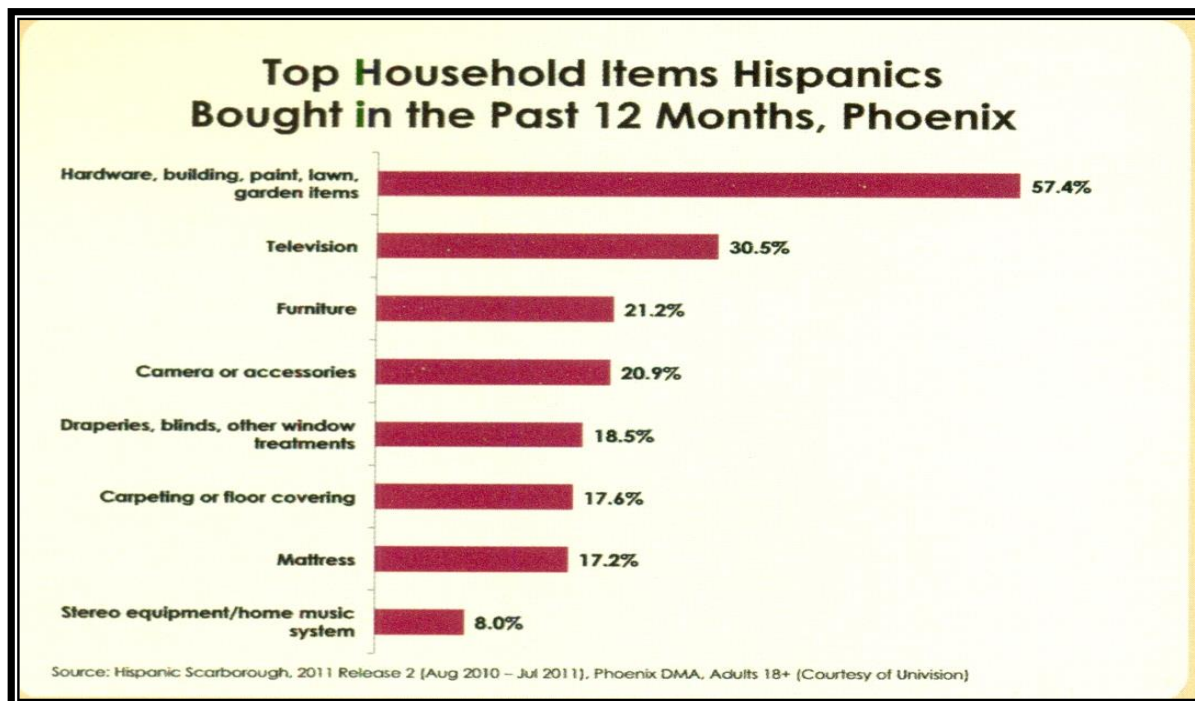
- ✓ Negros-Americanos
- ✓ Hispano-Americanos
- ✓ Nativo-Americanos (indio americano, esquimal, aleutiano y nativo de Hawai)
- ✓ Americanos de ascendencia asiática del Pacífico

La SBA reconoce la productividad de las pequeñas empresas hispanas y premia a las mejores cada año, pues su participación ha crecido en los últimos 20 años en sintonía con la participación de inmigrantes en la fuerza laboral. De acuerdo al documento *State of Latino Arizona*, capítulo *Economic and Financial Issues (2009)*, existe una fuerte correlación entre el crecimiento demográfico y el crecimiento de la pequeña empresa. A partir de esto, podemos predecir que esto va a generar negocios cada vez más especializados que cubrirán las necesidades de la población hispana de Arizona.

El programa de micro préstamos de la SBA ayuda a los emprendedores a obtener pequeños préstamos, que van de 100 a 35 mil dólares. Los términos y las tasas de interés varían según el monto prestado. La respuesta a la solicitud lleva menos de una semana. Otros programas de la SBA apoyan a mujeres y minorías a contratos del gobierno y ofrece dirección y ayuda técnica para desarrollar sus empresas.

En las siguientes gráficas se muestran diferentes productos que los hispanos compran para sus hogares cuando comienzan a ganar dinero. Muchos de estos productos de primera necesidad no son fáciles de adquirir en México por la diferencia salarial.

La AZHCC-P muestra esta información a emprendedores e inversionistas como una oportunidad de negocio. El objetivo que persigue es fortalecer el mercado de consumo hispano con productos atractivos para latinos, que en ocasiones podrían ser alusivos al mercado de la nostalgia. La gráfica a continuación muestra en qué rubros gastaron los hispanos que habitan en Phoenix entre 2010 y 2011. Estas compras podrían formar parte del sueño americano y que en su lugar de origen difícilmente podrían tener, tanto por falta de recursos económicos, facilidad de comprar a crédito o espacio propio para tenerlos.



Gráfica 9.- Productos más recurrentes por hispanos en los últimos 12 meses.
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

2.2.3 Empresas mexicanas en Arizona

Al margen de las condiciones estructurales y coyunturales que han hecho posible que inmigrantes mexicanos de bajos recursos formen parte del empresariado mexicano en Estados Unidos, existen factores emocionales y de identidad que caracterizan este proceso. Valenzuela-Varela (1993) señala que los empresarios hispanos, en particular los mexicanos, aprovechan su conocimiento previo, valores culturales y otros recursos asociados a su identidad grupal para crear y mantener funcionando sus negocios. Estos recursos que influyen en su 'espíritu empresarial' son por ejemplo la solidaridad de grupo, las ayudas mutuas y el rechazo al proceso de aculturación. Estos pequeños empresarios se reúnen y forman grupos cuya actividad es crucial para la consolidación de la comunidad. Con sus recursos fortalecen la existencia de redes migratorias, facilitan la incorporación de los mexicanos en puestos de trabajo y fomentan el surgimiento de nuevos empresarios. Además, influyen en la formación de barrios de mexicanos y alientan formas de organización comunitaria que contribuyen a que los recién llegados mantengan relaciones intergrupales que son la base de la comunidad. Valenzuela-Camacho (2007) afirma que la existencia de estrechos lazos entre paisanos fue lo que contribuyó a la conformación de empresas sinaloenses. Los empresarios entrevistados para su proyecto señalaron que se sirvieron de lazos de amistad y solidaridad tanto para conseguir empleo y alojamiento al inicio de su experiencia migratoria como para la formación y mantenimiento de sus negocios. Cota (2010) considera la escolaridad de las personas como la base de su capital humano. Señala que los niveles de escolaridad y las trayectorias ocupacionales de los mexicanos en Phoenix no pueden compararse con otros grupos de inmigrantes. "Nuestros connacionales (que habitan en esta ciudad) cuentan con niveles de escolaridad altos en relación con la media nacional en México", expone Cota, mismos que se traducen en preparatoria

terminada y en algunos casos estudios profesionales completos mientras que otros migrantes abandonan sus estudios a la mitad, como es el caso de los coreanos que prefieren los negocios y dejan de lado la educación. Una vez que obtienen la residencia autorizada, ésta les permite sentirse parte de un nuevo grupo social, al menos entre los mismos mexicanos. Incluso, acceden a mejores empleos, con salarios más altos y en algunos casos, buscan la oportunidad de volverse propietarios de negocios que les permitan gozar de autonomía económica. Los inmigrantes mexicanos entrevistados por Cota en Phoenix tienen similitudes con otros grupos de hispanos que también crean negocios en otras ciudades de Estados Unidos. Tal es el caso de los mexicanos en Chicago estudiados por Rajman y Tienda (2000) y Valenzuela-Varela (1993), así como los mexicanos en Los Ángeles estudiados por Valenzuela-Camacho (2007). En todos los casos se trata de inmigrantes que llegaron a Estados Unidos bajo situaciones muy similares en cuanto a su estatus migratorio y que crearon negocios cuyas características son también muy parecidas. La mayoría son pequeños negocios familiares enfocados a satisfacer la demanda de productos étnicos, situación que permite a los inmigrantes, aun con problemas de idioma o desventajas educacionales, realizar una actividad por cuenta propia. Esta última particularidad marca la diferencia con inmigrantes cubanos, coreanos e iraníes, cuyos recursos de capital humano fueron indispensables en el establecimiento de sus empresas, a diferencia de los mexicanos que se sustentan en recursos de capital social y estructuras de oportunidad que favorecieron la creación de negocios.

Cifras recientes publicadas en el documento *Transforming Arizona's Economy 2012* muestra los siguientes datos:

- Los inmigrantes propietarios de negocios reciben en promedio 63 millones de dólares en ingresos anuales, equivalente al 15% de los 419,000 millones de

dólares que recibe el propietario de un negocio promedio.

- El 57% son pequeñas empresas con al menos un empleado. Los empresarios inmigrantes contratan al menos 11 empleados, mientras que los empresarios nacidos en Estados Unidos contratan en promedio 14 personas.

2.2.3.1 Capital humano y capital social

Cota destaca que los inmigrantes nunca están desprotegidos, pues llevan consigo capital humano y capital social. Todo comienza con el tipo de ayuda que recibe cuando llega a trabajar a una ciudad que no conoce. Al llegar recibirá todo tipo de ayuda, desde recursos tangibles como: dinero, ropa, lugar temporal para vivir y contactos personales, e intangibles como: información estratégica para conseguir empleo, contactos de Organismos No Gubernamentales (ONG's) consejos y la orientación de persona a persona. La motivación resultante de la relación establecida y la ayuda proporcionada, abrirán el camino al inmigrante, no sólo aquel de bajos recursos sino también al que llega como emprendedor. A su vez, el recién llegado detectará oportunidades potenciales para la apertura de negocios que cubran las expectativas del mercado o necesidades no cubiertas, competirá por obtener un lugar en el mercado, se informará sobre las políticas gubernamentales de apoyo a la formación de pequeños negocios o se asociará con inversionistas para importar productos de México y satisfacer la demanda de productos étnicos y no étnicos.

2.2.3.2 Capital Social y redes sociales

El capital social se desarrolla en términos de redes sociales, que se componen de las relaciones que establecen los inmigrantes mexicanos entre sí. Cota (2010) distingue varias categorías:

- tipo de relación entre la persona que proporciona la ayuda y el inmigrante que la recibe: familiar, de amistad y/o de paisanaje (*bonding, linking & bridging*);
- tipo de ayuda recibida al llegar a los Estados Unidos, la oportunidad de conseguir empleo, abrir o ampliar un negocio.
- tipo de relación establecida entre propietario y trabajador, que puede ser una relación familiar, de amistad o de paisanaje;
- aprovechamiento de recursos asociados a identidades grupales. Por ejemplo, técnicas artesanales que se heredan de generación en generación.
- fortalecimiento de redes migratorias. Por ejemplo, ayuda para simplificar la obtención de documentos oficiales en Estados Unidos y,
- las oportunidades de entrenamiento y adquisición de habilidades acerca de cómo iniciar un negocio, que ofrecen los propietarios a sus empleados coétnicos.

La mayor parte de los negocios de origen mexicano en Phoenix son familiares y los manejan inmigrantes, muchos de ellos indocumentados. Estos negocios operan de manera muy similar a como lo hacen en México, en un ambiente de comunidad de barrio que hace sentir a los clientes como en su tierra natal. Se podían ver desde cafés y lotes de compra-venta de autos, hasta tiendas de piñatas y salones de belleza ubicados en los suburbios del sur de Phoenix. A partir de la puesta en operación de la SB1070 y la campaña de persecución resultante, el destino de muchos negocios mexicanos fue desolador. La siguiente imagen tomada en un Suburbio de Glendale, al norte de Phoenix en agosto de

2011, muestra un local semivacío donde hubo una tintorería que dejó de operar a finales de 2010, según transeúntes entrevistados. Nadie supo decir con veracidad la razón del cierre ni el origen de su dueño. Se infiere que el negocio cerró por falta de ventas, resultado de la crisis económica que se vivía en Phoenix o porque su propietario fue deportado.

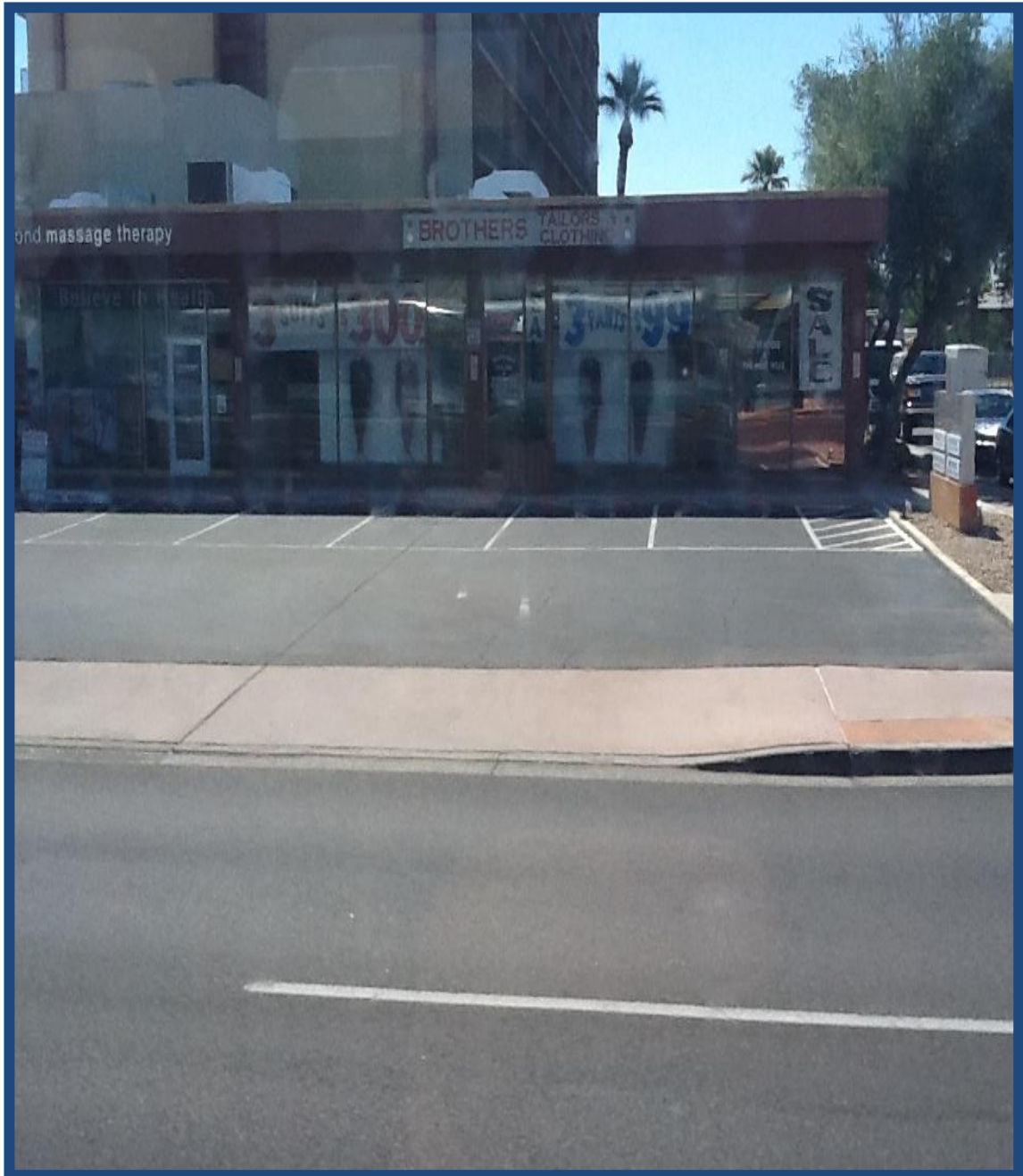


Imagen 7.- Tintorería de propietario de origen mexicano en venta.
Fotografía tomada en trabajo de campo, agosto de 2011, Phoenix, Arizona.

2.2.4 El poder de compra de los hispanos

Hacia mediados de 2011, aún permeaba una complicada situación económica en Arizona, resultado del embate financiero mundial y de la crisis hipotecaria (*Subprime*). Sin embargo, el potencial de crecimiento económico de la minoría hispana estaba a la vista de los investigadores. El documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, elaborado por la Universidad de Arizona y la Cámara Hispana de Arizona (AZHCC por sus siglas en inglés), señala que los hispanos tienen un potencial adquisitivo cercano a los 40 mil millones de dólares anuales y de continuar la tendencia para 2015 podría alcanzar los 50 mil millones de dólares anuales. Si bien este potencial ya había sido materia de varios estudios, en esta ocasión la información se llevó a los medios masivos justo cuando la población inmigrante de Arizona padecía mayor hostigamiento y acoso por las leyes antiinmigrantes. Para los demócratas y en particular para la comunidad hispana, era necesario rescatar la importancia económica que representan los inmigrantes para Estados Unidos y en este caso para Arizona.

Según el documento '*Transforming Arizona's Economy 2012*', en 2010, Arizona ocupaba el 5° lugar, entre los estados con mayor número de negocios de origen hispano, de los cuales el 11% son propiedad de mujeres.

James García, portavoz de la AZHCC en la Ciudad de Phoenix señaló en entrevista de trabajo de campo, que pese a las deportaciones masivas de indocumentados, la población hispana de origen mexicano sigue creciendo y gasta más que cualquier otra minoría. Entre 1990 y 2012, este poder de compra creció 127% resultado de consumo de ropa, calzado y comida rápida. Ante este incremento, legisladores republicanos aprobaron la Ley HB2815 en agosto de 2012, que ayudó a pequeños negocios y corporaciones a disminuir su carga fiscal. Sin embargo, a la par redujo el presupuesto destinado a programas de beneficio social como trabajo, salud y educación. A partir del

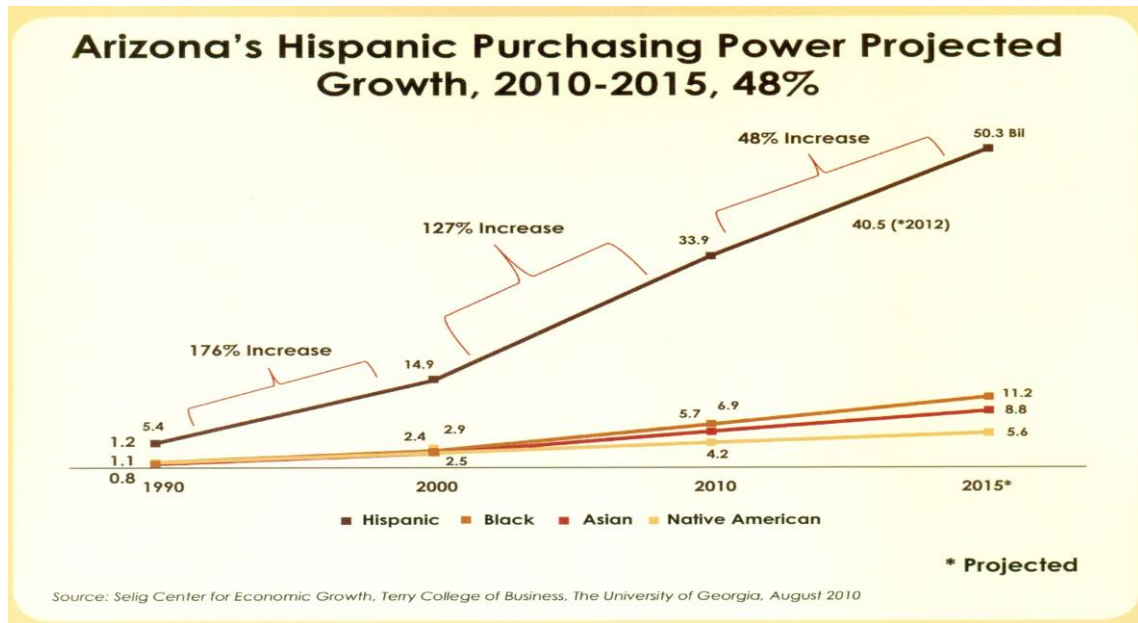
año 2000, el número de negocios en Arizona propiedad de hispanos creció de manera significativa, registrando cerca de 50,000 unidades en todo el Estado. Con la crisis económica 2008-2010 muchos negocios desaparecieron o pasaron a ser propiedad de hispanos con residencia estadounidense; no obstante, esto no afectó el poder de compra. Al respecto, García señala que con o sin crisis la población hispana seguirá comprando pues no tiene cultura de prevención ni ahorro. “El consumo crece a la par del crecimiento de la población”, asentó García.

El documento mencionado detalla que en 2010, los consumidores de origen hispano que viven en el condado de Maricopa gastaron alrededor de 2 mil millones de dólares anuales, mientras que en el Condado de Pima la suma fue de 2.5 veces más y en Phoenix casi 4 veces más. Si se considera que Phoenix alberga la mayor cantidad de hispanos de todo el Estado, la AZHCC prevé que para 2015, la suma el consumo rebase los 11 mil millones de dólares, lo que representa un crecimiento de 47% y de 119% para 2020.

Esta cifra resulta desproporcionada frente al consumo de otras minorías, según señala el documento *‘Research Alert* (volumen XXVIII, No. 121, noviembre 5. 2010).

La siguiente gráfica muestra una proyección del crecimiento del poder de compra de los hispanos que residen en Arizona. La primera parte de la gráfica señala los 10 años que transcurrieron entre 1990 y 2000, en los que se dio un crecimiento de 176%. En los siguientes 10 años, de 2000 a 2010, el crecimiento alcanzó 127%, mientras que en los últimos 2 años, es decir hasta 2012, obtuvo 40.5% mayor alcance. Para el 2015, la AZHCC-P prevé que este alcance sea de 48%. Como se puede observar, los porcentajes disminuyen con el tiempo, pero la brecha entre hispanos y otros grupos minoritarios como los negros, nativos americanos y asiáticos es cada vez mayor. Estos grupos mantienen un consumo sostenido y conservador, mientras que los hispanos, que son en

su mayoría de origen mexicano, suelen gastar más de lo que reciben de ingreso.



Gráfica 10.- Proyección del crecimiento del poder de compra de los hispanos en Arizona
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

La presencia de los hispanos de origen mexicano se hace más notoria día con día en todo Arizona, en particular en Phoenix. Se pueden ver carteleras y espectaculares en las principales calles con leyendas en español que anuncian servicios o productos dirigidos a los hispanos. Más aún, en suburbios de la zona metropolitana se leen refranes como mensajes publicitarios, por ejemplo: 'al que a buen árbol se arrima, buena sombra le cobija', que anunciaba sombrillas para mesas de jardín.

La siguiente imagen tomada en el *Central Rail* (equivalente al tren ligero en México) en el Centro de Phoenix en agosto de 2012, muestra un anuncio sobre servicios de guardería infantil, en los que el valor agregado es la atención en español. El mensaje deja ver tres cosas: la primera, es que los inmigrantes de habla hispana participan cada vez más en servicios que favorecen a su comunidad. Anteriormente, este servicio no se ofrecía con personal calificado que hablara en español, lo que causaba molestias entre la población latina. En segundo lugar, (según comentarios de los usuarios del transporte)

este tipo de anuncios dirigidos a la comunidad latina no existían dado que las minorías eran de poco interés para los dueños de los negocios.



Imagen 8.- ¡Al fin alguien que sí habla mi idioma!

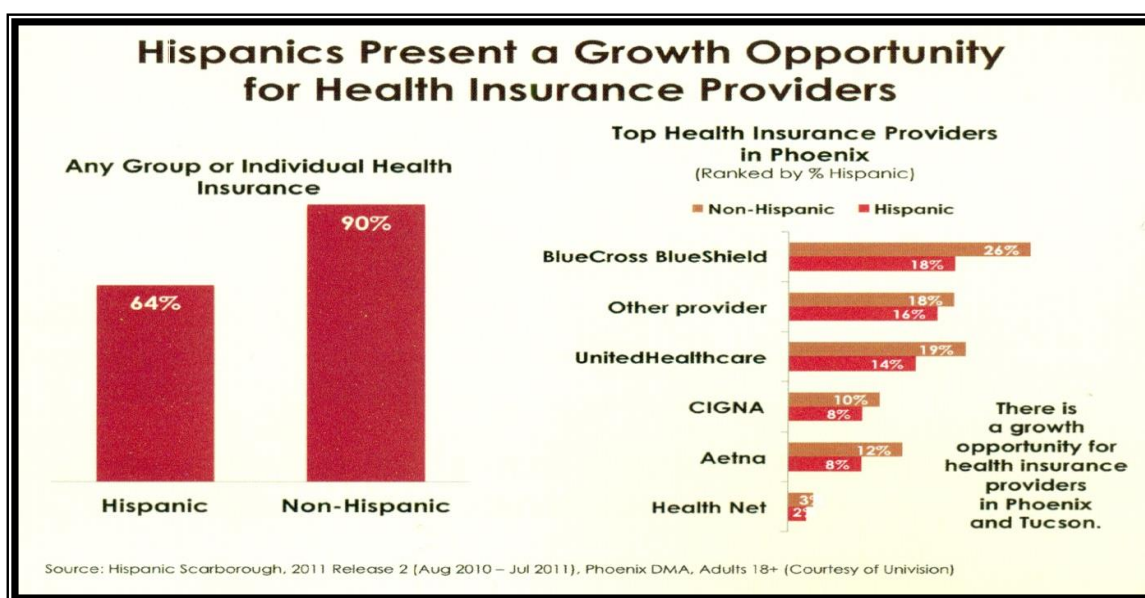
Fotografía tomada en el Central Rail, Ciudad de Phoenix, agosto 20, 2012/ Trabajo de campo.

2.2.5 El peso de la economía hispana en el PIB de Arizona

El documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, destaca el incremento en gasto y consumo de los hispanos. Mientras en 2010 fue de 7,800 millones de dólares, para el 2015 el mismo gasto por consumo podría alcanzar más de 11 mil millones de dólares. “El futuro de la economía de Arizona y de todo Estados Unidos dependerá de la vitalidad económica de la comunidad hispana... y en una década, Phoenix será la ciudad con mayoría hispana de todo Estados Unidos”, comentó De la Melena.

La siguiente imagen muestra que los hispanos que radican en Phoenix se preocupan por estar asegurados. Esto no es común en México, pero los connacionales adoptan muchos aspectos de la cultura estadounidense y entre sus

gastos, la prevención cobra importancia, sobretodo porque en Estados Unidos el seguro es una obligación. Este segmento económico está bajo la lupa de grandes compañías aseguradoras que ven en los hispanos un mercado muy joven, candidato ideal para venderle todo tipo de seguros. Por lo pronto, hay 6 marcas de seguros que se pelean por conquistar la población hispana que vive en Phoenix y Tucson. La gráfica siguiente muestra que los no hispanos aventajan a los hispanos en cuanto a cultura de prevención.



Gráfica 11.- Crecimiento de la población hispana que adquiere seguros. *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.*

La participación de los hispanos en sectores que antes eran exclusivos de los blancos es cada vez mayor, lo cual se observa en particular por el uso de mensajes en español.

En la siguiente gráfica se puede observar el crecimiento de los anuncios publicitarios en idioma español con el fin de conquistar al mercado de mayor y más rápido crecimiento.

Son marcas locales y otras con presencia a nivel global, tales como: *AT&T, News America, Wells Fargo o Home Depot*. Por su parte, las marcas locales, de menor

tamaño, como: Tío Rico, DC Dental Group o La Clínica Dental están ganando imagen frente a los inmigrantes hispanos y posicionamiento ante a su competencia.



Gráfica 12.- Los 20 anunciantes en español más importantes de Phoenix.
Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012

Estos anunciantes tienen presencia continua en medios impresos como La Voz, Prensa Hispana y en televisoras como TV y Más (ver gráfica 13). Son medios en los que los hispanos encuentran información clara y concisa en su idioma así como productos que cubren sus necesidades. Por esta razón, los anunciantes insertan información en español y han adecuado sus productos a una población bicultural que cada día crece más y al igual que en algunas ciudades de California tiende a ser mayoría en el corto plazo.

Phoenix Primary Spanish Print Publications

Publication	Type	Published
La Voz	Newspaper	Weekly
TV y Mas	Newspaper	Weekly
Prensa Hispana	Newspaper	Weekly
Latino Perspectives	Magazine	Monthly

Gráfica 13.- Las 4 publicaciones en español más importantes de Phoenix.

Fuente: *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.*

Los contenidos de los medios hispanos son similares a los que hay en México. Se ven historias de artistas mexicanos, información sobre sus giras y conciertos, incluso entrevistas en las que opinan sobre la situación que viven los inmigrantes indocumentados. Es común ver la figura del charro mexicano, los mariachis, la quinceañera que celebra su onomástico, el ganadero que abre un negocio de tacos o el ensayo de un dirigente de alguna Organización No Gubernamental (ONG) señalando los derechos civiles de los inmigrantes. La revista *Latino Perspectives*, por ejemplo, se enfoca en los negocios. Presenta reportajes sobre emprendedores que empiezan con un pequeño negocio y con el tiempo triunfan en el mercado de consumo. Las historias cobran fuerza cuando se trata de productos de origen mexicano, como la cajeta o la leche quemada, que apelan a la nostalgia con recetas de la abuela. También son muy

recurrentes las historias en las que estudiantes de bajos recursos logran obtener un título profesional, gracias a una beca que obtuvieron por su alto rendimiento. En estos medios no falta la presencia de las ONG's, notas sobre legisladores hispanos que ganan escaños en la política o legisladores severamente criticados por sus acciones antiinmigrantes. Estos medios se venden al público en los grandes autoservicios, tiendas de conveniencia de los condados donde la población hispana es muy grande, o se encuentran en salas de espera de consultorios médicos o agencias inmobiliarias.

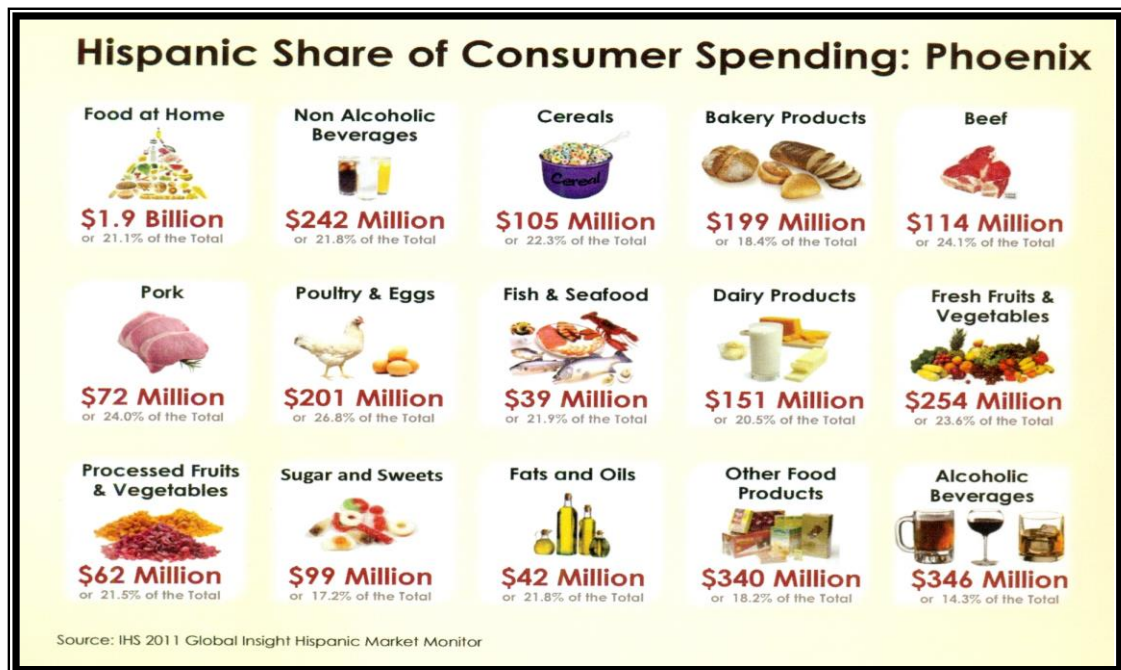
2.2.6 Potencial de los negocios hispanos de origen mexicano

A partir del año 2000, el número de negocios en Arizona propiedad de hispanos aumentó de manera significativa a cerca de 50,000 establecimientos formales en todo el estado, consolidando un mercado heterogéneo. Esta dinámica es resultado de la incursión de los hispanos en sectores que antes les eran ajenos, por ejemplo, en desarrollo de tecnología. Sin embargo en 2009, como resultado de la crisis económica la bonanza de los negocios se congeló y muchos quebraron. Luego con la SB1070, los sobrevivientes a la crisis tuvieron que legalizar sus papeles o cambiar el negocio a nombre de un residente estadounidense. Si bien muchos negocios cerraron sus puertas, es previsible que el *know how* o saber cómo haya quedado en parientes y/o descendientes. Las nuevas generaciones de hispanos, que pertenecen a la tercera o cuarta generación, quizá ciudadanos estadounidenses, han progresado debido a un pequeño negocio que nació siendo familiar y después se convirtió en una empresa. La expansión se vuelve más notoria en los Estados con mayor proporción de población inmigrante, como son: Nuevo México, Florida, Texas, California y Arizona, donde alrededor del 20% de los negocios son propiedad de hispanos de distintos orígenes. De este total, la AZHCC-P señala que al menos 46% son de mexicanos. Se trata de negocios innovadores que guardan el sabor latino pero que funcionan con alta

tecnología y utilizan las mejores técnicas de mercadotecnia para llegar a su público objetivo. Fairlie y Krashinsky (2007), señalan que los inmigrantes están más dispuestos a poner un negocio que a contratarse como empleados, donde tendrían que vencer barreras como el idioma o tener las acreditaciones educativas que no se transfieren. Instalar un negocio es una manera de contrarrestar discriminación y malos tratos. "Los inmigrantes tienden a ser muy emprendedores... y han demostrado tener propensión a tomar riesgos", expuso Fairlie, por esta razón los departamentos municipales de varios Estados con servicios en apoyo a los inmigrantes hispanos, están ampliando su interés en aquellos con empuje empresarial.

En 2011, la oficina de Chicago prevé ampliar su alcance hacia otros asuntos como el idioma y la ciudadanía estadounidense, mientras que la de Nueva York anunció algunas iniciativas para ayudar a los inmigrantes propietarios de negocios. Los Ángeles tiene programas para empresarios de grupos minoritarios y Filadelfia posee un contrato con un grupo sin fines de lucro que apoya a los inmigrantes empresarios. En Arizona, pese a la SB1070, los emprendedores hispanos con proyectos viables tienen mucha posibilidad de obtener préstamos provenientes de las ONG's hasta de 50 mil dólares.

En la siguiente lámina, se observa el tipo de alimentos que consume la población hispano-mexicana. Aunque, algunas observaciones de trabajo de campo me llevaron a inferir que en los hogares de esta población, se recurre a las fritangas o la comida con exceso de grasa. Esto se observó en los cuerpos robustos de hombres y mujeres mayores que salen del supermercado con los carritos llenos de productos con niveles altos de calorías. Así mismo, la gráfica destaca el alto consumo de bebidas alcohólicas y su preferencia por la comida casera en lugar de consumir en los *'fastfood'* o comida rápida.



Gráfica 14.- Productos de consumo más recurrentes por las familias hispanas de Phoenix.

Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy. 2012.

2.3 Economía digital, negocios en red

La promesa de la Era de la Información es la liberación de una capacidad productiva sin precedentes por el poder de la mente. “Pienso luego produzco”, asienta Castells (1998).

La sociedad estadounidense fue pionera en experimentar transformaciones estructurales y organizativas características de la Sociedad Red en los albores de la Era de la

‘Información. Empresarios norteamericanos que atienden el mercado de consumo fueron los primeros en visualizar una nueva forma de hacer negocio a través de la red.

Las grandes empresas tecnológicas desarrollaron nuevas plataformas para facilitar el acceso a redes de negocios. Intel fue una de las empresas que protagonizó el enfoque de las redes sociales encaminado a fortalecer los negocios existentes y crear nuevas oportunidades. Walters (2011), Estratega de Redes Sociales en esta empresa, fue pionera en exponer el futuro de los negocios a través de las redes sociales. Era un tema

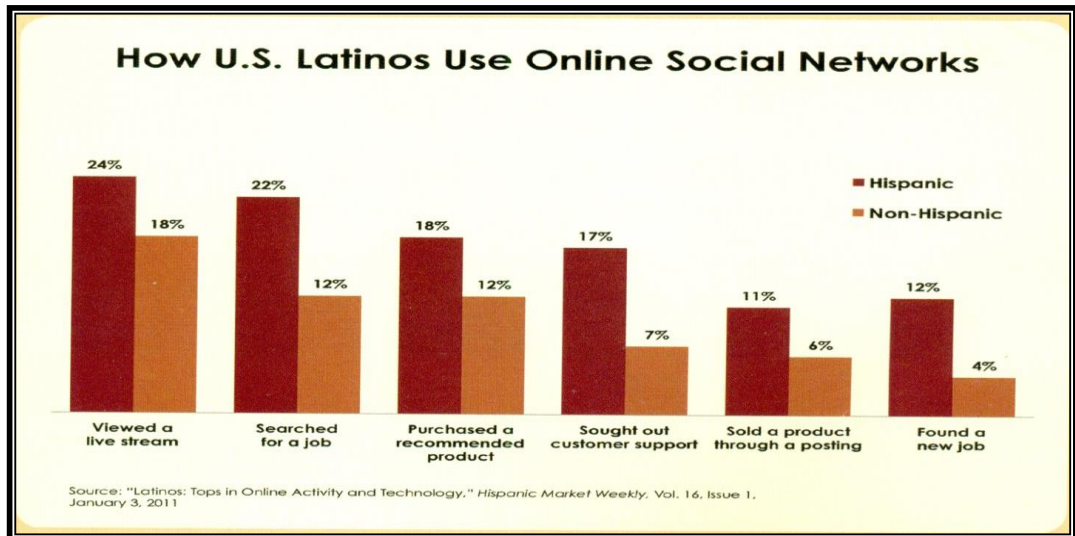
incipiente y las personas no tenían la cultura para entender ni siquiera el manejo de la comercialización virtual; había mucha incredulidad sobre la efectividad de la herramienta. Algunos pretendían encontrar la panacea en las redes sociales para solventar sus problemas financieros, pues eran los tiempos duros de la crisis económica mundial 2008-2011. La experta aseguraba que en este marco de incertidumbre financiera, cambiaría la perspectiva de desarrollo económico y las redes sociales en WEB serían la clave. “No estamos viendo un cambio en la forma de hacer negocios sino en la manera de comunicarnos”, dijo Walters en entrevista, en el marco del Congreso Mundial de Cámaras de Comercio (2012), Ciudad de México. “Para las generaciones venideras estar conectado sería algo natural y muchos pasarán horas en línea”, dijo la experta. Si se considera que el 40% de la población mundial tiene menos de 30 años de edad, los llamados -nativos digitales- y que los clientes actuales o futuros de cualquier negocio son atraídos a la red por razones emocionales, de confianza o curiosidad, queda claro que la red será su vitrina de compra por impulso, con un mejor servicio, para todo tipo de productos y con mayor alcance.

Según Walters, las redes sociales podrían elevar la productividad de una empresa por las siguientes razones:

- permiten que el vendedor se involucre con los clientes
- es el lugar perfecto para encontrar estudios de caso
- son la herramienta ideal para quejas y sugerencias, recibir y dar consejos.
- no son mágicas, constituyen un tipo diferente de relación entre las personas cuya construcción tomará tiempo y esfuerzo.

La siguiente gráfica muestra cómo los hispanos comienzan a ver en las redes sociales la herramienta ideal para comprar y vender productos. A través de ellas, pueden ver la transmisión de videos desde la Internet, buscar trabajo, comprar o recomendar algún

producto, publicar la venta de productos unitarios o encontrar una mejor oportunidad de empleo. En este aspecto, los no hispanos están más atrasados.



Gráfica15.- Consumo de redes sociales por los hispanos y no hispanos
Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

2.3.1 Recursos de los negocios digitales

Los negocios a través de la red son incipientes. Si bien las herramientas ya están en el mercado, no existe cultura y menos aún credibilidad en su efectividad. Sin embargo, aquellos con la capacidad de mantener conexión en red la mayor parte del día, han descubierto que hay muchas personas con intereses comunes y que conforman comunidades virtuales. Walters encontró varias ventajas de las redes sociales computacionales, que para la gran mayoría pudieran resultar exageradas pero que al final venden. Éstas son:

- difusión del contenido de productos,
- conocimiento de nuevas audiencias,
- trabajo en red con personas de ideas afines,
- creación de comunidades diferentes que aún no estén en línea, por ejemplo, gente que profesa la religión Evangelista,

- participación a clientes y prospectos de la co-creación de productos,
- automatización y reutilización de contenidos,
- conquista de nuevos consumidores mediante una manera diferente de comunicarse,
- aparecer como un líder de pensamiento en su industria,
- agregar o quitar contenido en tiempo real,
- conocer todo lo que se dice en línea sobre una marca, productos o la industria en tiempo real,
- ser visto como una fuente confiable de información.

2.3.2 Medios electrónicos y consumo en redes sociales

De acuerdo al documento *Transforming Arizona's Economy 2012*, los medios electrónicos atraen a los jóvenes hispanos por la facilidad de estar en contacto con sus comunidades de origen. Esto les permite conocer los elementos que integran su cultura familiar y entablan las relaciones necesarias para no perder identidad. Un 70% de hispanos en los Estados Unidos, agrega el documento, son usuarios de *Facebook* o *Twitter* y acostumbran leer y escribir en blogs en inglés y español. Entre los temas más recurrentes está la crianza y cuidado de bebés, protección del patrimonio, cultura, recetas de cocina, moda, belleza y arte.

Además participan activamente en sitios donde se comparten videos. El 64% de los hispanos visitan sitios que comparten videos; 9 de cada 10 utilizan *Youtube* y 41% hacen compras en línea.

La siguiente gráfica muestra los sitios en red más visitados por los habitantes en la Ciudad de Phoenix en 2011.

Social Networking Sites Visited by Phoenix Hispanics				
Hispanic Rank	Internet sites visited past 30 days	Hispanic %	Non-Hispanic %	Non-Hispanic Rank
#1	Facebook	40.2%	47.9%	#1
#2	YouTube	31.6%	33.6%	#2
#3	MySpace	13.9%	4.2%	#5
#4	Twitter	4.0%	4.3%	#4
#5	LinkedIn	3.4%	6.7%	#3
#6	Google Buzz	1.3%	0.8%	#6

Source: Hispanic Scarborough, 2011 Release 2 (Aug 2010 – Jul 2011), Phoenix DMA, Adults 18+ (Courtesy of Univision)

Gráfica 16.- Las redes sociales más visitadas por los hispanos
Fuente: *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.*

2.3.3 Comunidad digital

De Ugarte (2010), extiende el alcance de las redes sociales y crea el concepto *Filé*, que significa comunidad, y se define como el eje que rige la economía en el ciberespacio y las redes sociales. La *Filé*, explica De Ugarte, es una comunidad que se integra a diferentes empresas; nace de las comunidades conversacionales virtuales que se identifican y se entienden entre sí. La clave es que la comunidad pre existe y se impone sobre la lógica de –empresa-. La comunidad conversa en red y es libre de decir cualquier cosa. Walters coincide con De Ugarte y agrega que en materia de negocios en red, las personas pueden encontrar o conseguir –fanáticos- que podrían promover su marca a través de la Web sin ningún costo. Por ello es necesario que cuando la empresa está haciendo negocios, tenga claro que se está construyendo una relación con una persona, y ser conscientes de que

cualquier mala experiencia del cliente podría destruir la imagen de la empresa en la Web. Walters señaló la necesidad de establecer en cada sitio Web una opción para que los clientes puedan compartir contenido, ya que es más confiable la opinión de otro cliente que la publicidad. Para la experta, toda red social necesita que su creador le invierta tiempo y recursos humanos para obtener respuestas efectivas. Es decisión de cada persona invertir en estos rubros pues nunca se sabe quién puede surgir como comprador de nuestro producto. Esto se explica porque en países con menor desarrollo no tienen conocimientos de la existencia de ciertos productos y que sólo a través de las redes sociales pueden conocerlos. Las redes sociales como herramienta de negocios ofrecen ventajas específicas que contribuyen a elevar la productividad de una empresa, por ejemplo, permite que el vendedor se involucre con los clientes. es el lugar perfecto para encontrar estudios de caso. son la herramienta ideal para quejas y sugerencias, recibir y dar consejos. Las redes sociales, sin embargo no son mágicas, constituyen un tipo diferente de relación entre las personas cuya construcción tomará tiempo y esfuerzo.

2.3.3.1 Facebook

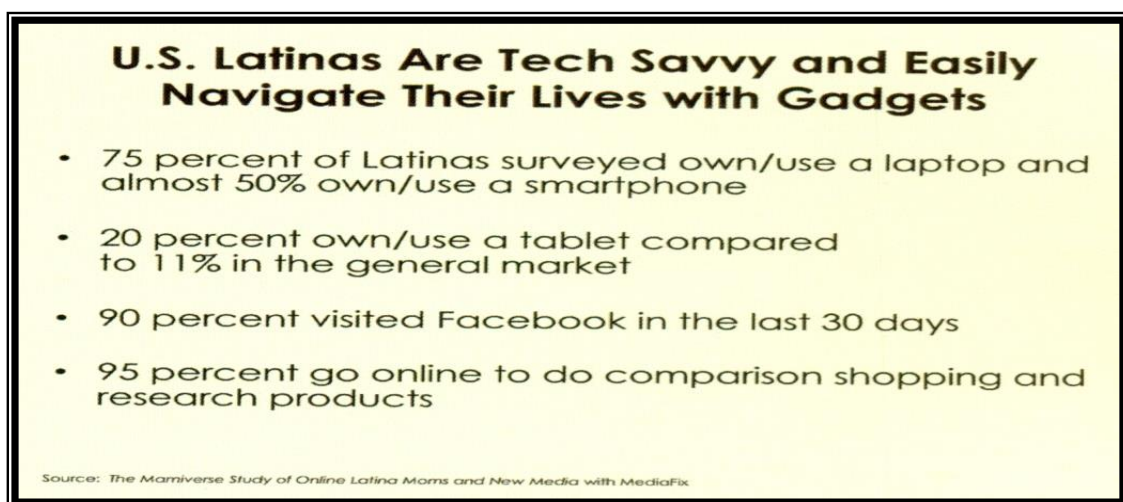
Walters (2011) prevé que en el futuro cercano *Facebook* será uno de los mayores sitios de redes sociales en la WEB, con potencial para la creación de negocios. Para sustentarlo señaló las siguientes estadísticas de usuarios en la red, vigentes a junio de 2011:

- más de 300 millones de usuarios activos en *Facebook*
- más de 100 millones de usuarios inician sesión en *Facebook*, por lo menos una vez al día
- más de dos tercios de los usuarios de *Facebook* se encuentran fuera de las

universidades

- el grupo demográfico de más rápido crecimiento en *Facebook* tiene en promedio 35 años y se conforma como un mercado potencial de compra.
 - ✓ el usuario promedio de *Facebook* tiene al menos 120 amigos en el sitio,
 - ✓ más de 4 millones de minutos se gastan en *Facebook* cada día,
 - ✓ más de 30 millones de usuarios actualizan su estatus de mensajes al día,

La siguiente gráfica muestra la importancia que tiene para las mujeres hispanas el uso de laptops, teléfonos inteligentes o tabletas para estar siempre comunicadas. A la vez, se observa su necesidad de estar en línea a través de los blogs, incluso haciendo negocios. Las revistas de negocios que encontramos en Arizona, retratan a la mujer hispana como una persona preparada y con aspiraciones, que disfruta de compartir sus éxitos en línea acentuando su origen latino. Pese a la crisis económica que permea en Arizona, muchas personas consideran una prioridad la comunicación en tiempo real con familiares y amigos.



Gráfica 17.- Consumo de tecnología por las mujeres hispanas

Fuente: *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012*

Las mujeres hispanas, acostumbran entrar a la red virtual al menos dos veces por semana. El 57% maneja al menos un blog. El 72% prefiere buscarlo en inglés, 69% en español y un 9% en *spanglish* (uso simultáneo de inglés y español), lo que significa que dejaron de existir las barreras del idioma.

Hispanic Heritage Is an Important Reason Latinas Blog

- Latina women bloggers, or “*blogueras*,” are active, with 57% posting twice or more per week.
- The majority of these Latinas (57%) manage only one blog.
- “*Blogueras*” are nearly as likely to blog in English (72%) as in Spanish (69%). Some 9% blog in “*Spanglish*.”
- 24% do so to market their personal business or a product they’ve created. About one in 10 (11%) do so for fun.
- 40% mostly blog about being Latina.

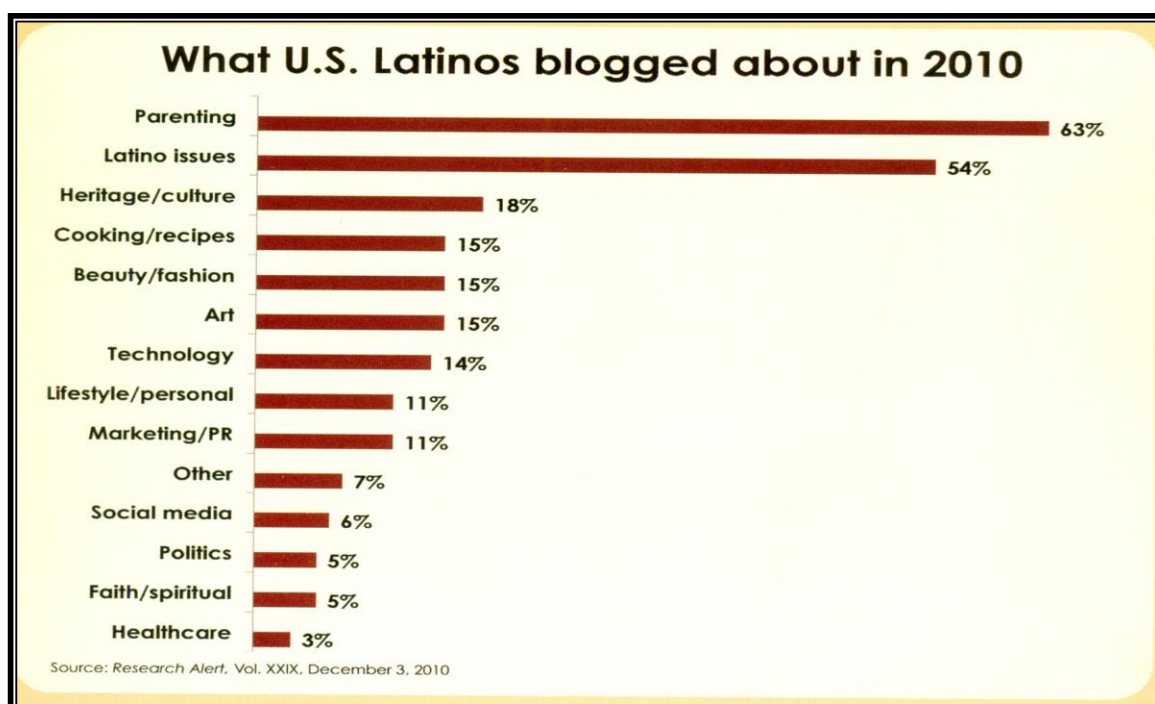
Source: LATISM Latina Blogger Survey 2010

Gráfica 21.- La herencia cultural presente en los blogs

Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: *Transforming Arizona’s Economy 2012*.

Para D’Ugarte (2010), los blogs son sistemas personales, automáticos y sencillos de publicación que, al extenderse, han permitido el nacimiento del primer gran medio de comunicación distribuido de la historia: la *blogsfera*, un entorno informativo donde todos participan y no hay una dirección a seguir. Los *bloggers* representan lo contrario del periodista, al igual que un hacker, rara vez se especializan, escriben por igual sobre los avatares de su vida personal que sobre temas de actualidad internacional o local. El autor es a veces fuente directa, muchas veces analista de otros *bloggers* y fuentes y casi siempre seleccionador de terceras fuentes para sus lectores. En los blogs, la vida personal del autor no está separada de la información general y la opinión. El incentivo del *blogger*, además, es el prestigio, el número de lectores, el de enlaces y citas publicadas por otros *bloggers* como él. En conjunto, la *blogsfera* tiende a eliminar la

separación emisor/receptor, es una red distribuida donde todos pueden publicar. Los medios de comunicación tradicionales a nivel global consideran a los blogs como «intruso» o aficionado sin credibilidad, sin embargo para la comunidad hispana en Phoenix, los blogs son centros obligados de consulta, donde se reafirman identidades y se comparten experiencias de interés sólo entre ellos. Si un estadounidense quisiera compartir sus ideas en estos blogs estaría fuera de lugar, pues aunque algunos están en inglés los hispanos comentan en spanglish, doble sentido, con albures, refranes o dichos populares complicados de entender por una persona que no nació en México. En los blogs se acuerdan, mas no se imponen, tendencias de moda, maquillaje y belleza, cocina, entretenimiento, herencia cultural, arte, tecnología, estilo de vida, marketing y relaciones públicas. Entre los temas menos recurrentes a tratar por esta vía es la religión, porque para los hispanos es un tema de respeto y se debe tratar en privado, sin embargo poco a poco han encontrado seguidores.



Gráfica 22.- Temas recurrentes en los blogs de los hispanos
 Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

Conclusiones

En el Capítulo 2 se explicó por qué se eligió Arizona como caso de estudio para esta tesis y se detalló sobre la vida de los inmigrantes que habitan en Phoenix, la capital del Estado. Para sustentar las cifras y tendencias de crecimiento poblacional y de consumo se recurrió al Bureau del Censo, al *Pew Hispanic Center* y al documento *Transforming Arizona's Economy*, elaborado por la Cámara Hispana de Comercio de Arizona con sede en Phoenix (AZHCC-P) y la Universidad de Arizona. Sin embargo se dejó en claro que las cifras representan tendencias, pues en el momento actual la población en general comienza a reponerse del embate que ocasionó la crisis económica provocada por las hipotecarias y la consecuente crisis financiera mundial que afectó a todo Estados Unidos. Los documentos arriba citados coinciden al señalar el rápido crecimiento que ha tenido la población hispana en los últimos 10 años, así como su potencial de consumo. Los hispanos inmigrantes, en particular los recién llegados, gastan mucho dinero en electrónicos y línea blanca, así como en todo lo que no pudieron alcanzar en sus ciudades de origen; pero sobretodo en tecnología, lo que les facilita estar en contacto con sus paisanos en México. La compra de computadoras, teléfonos celulares y todo tipo de *gadgets* o accesorios electrónicos, han incidido en la conexión casi permanente a las redes sociales, lo que a su vez les permite estar informados en tiempo real. Como veremos más adelante, la población inmigrante, en particular en Arizona, vive en estado de alerta por cuestiones de persecución y xenofobia. Casi la mayoría de hispano-mexicanos tienen un pariente o conocido indocumentado, por lo que las redes sociales han sido una herramienta de avisos frecuentes sobre redadas y vigilancia en las calles, de ahí que inviertan fuertes cantidades en equipos de última tecnología. En particular las mujeres jóvenes son protagonistas en las redes sociales y los blogs. Por estos medios, los hispanos reclaman sus derechos a la educación y la salud; se

comunican, reciben ayuda, orientación y ofertas de consumo, incluso, las redes sociales han servido de ayuda emergente en casos de deportación. La nueva generación de hispanos no acepta la ilegalidad, pero reconocen que es el resultado de la falta de oportunidades y calidad de vida en México y por ello denuncian el maltrato y el racismo. La AZHCC-P ha sido gran defensora de los derechos de los hispanos y ha fortalecido el espíritu emprendedor de los inmigrantes, poniendo al alcance de los empresarios de menor tamaño capacitación e incubación necesaria para que puedan crecer en un mercado de consumo que no conocen. Al cierre de la presente tesis en noviembre de 2012, no existen cifras de cuantos negocios hay en la red de Internet y mucho menos se sabe si son propiedad de hispano- mexicanos. Lo que ya se observa es oferta en español de las grandes marcas globales comerciales, dirigida a satisfacer necesidades de esta minoría mayoritaria. En el Capítulo 3 se analizarán los alcances de la Ley antiinmigrante SB1070 en Arizona, cuyos efectos podrían limitar el crecimiento de la población hispan-mexicana. Cuando se aprobó en abril de 2010, esta ley fue recibida por los conservadores como una salida a la deficitaria situación fiscal que estaba dañando la economía del Estado. Sin embargo, no sólo no mejoraron las cosas sino que provocó incertidumbre entre la población en general y afectó incluso los negocios de la población no hispana.

Capítulo 3

Leyes antiinmigrantes y su incidencia sobre la población hispana de Arizona

En el Capítulo 2 se describió Arizona como el cuarto Estado con mayor población hispana en Estados Unidos y se justificó como caso de estudio para el presente proyecto. Se analizó el perfil emprendedor de la nueva generación de hispanos en Phoenix y se detalló el potencial de su poder de compra. Las redes sociales, se han convertido en un modo de vida para los hispanos, ya que de ellas ha dependido incluso su propia supervivencia. Además, como herramienta de comunicación están empujando el consumo de bienes y servicios que antes no estaban al alcance de los hispanos. Se mostraron tendencias de mercado así como las oportunidades de crecimiento que tienen las empresas hispanas, siempre y cuando estén capacitadas y preparadas de acuerdo a los señalamientos de la *Small Business Administration*. Cabe señalar que dichas tendencias son para mediano y largo plazo pues la economía de la población de Arizona, no solamente la hispana, sigue sufriendo los embates de la crisis económica hipotecaria, que provocó el cierre de empresas y en consecuencia aumentó el desempleo. El crecimiento económico del país en general se acabó en el 2009 y los estadounidenses de todas las clases sociales lo resintieron al ver disminuidos sus ingresos. Esta crisis exacerbó los sentimientos antiinmigrantes que pugnaban por cerrar completamente la frontera con México para impedir que siguieran llegando personas indocumentadas a vivir en Arizona. En este marco, la republicana Jan Brewer obtuvo la gubernatura del Estado en enero de 2009. En sus promesas de campaña Brewer supo ganarse la simpatía de miles de residentes blancos, al señalar que los inmigrantes cuestan mucho dinero a Arizona en materia de educación, salud y cárceles y que no hay dinero para mantenerlos. Por esta razón focalizó sus esfuerzos a consolidar la ley

antiinmigrante SB1070.

En el Capítulo 3 se analizarán los antecedentes y consecuencias de la Ley SB1070 en Arizona, considerada una de las legislaciones de mayor carga de racismo e intolerancia en la historia de Estados Unidos. Este modo de pensar no es nuevo, por eso para entenderlo se construye una cronología de sucesos antiinmigrantes cuya justificación es la defensa de los intereses de la población blanca. Una vez que la SB1070 entró en operación, preceptos similares se implementaron en seis Estados de la Unión Americana y en otros, hasta finales de 2012, se quedó en análisis. La SB1070 fue un golpe económico y emocional muy fuerte para la población hispana en todo el país vecino, que utilizó las redes sociales computacionales para lograr cohesión entre los latinos y convocar a marchas de protesta. En Phoenix, tuvieron lugar un sin número de manifestaciones de indignación en las calles, periódicos, revistas, radio, pero en particular a través de las redes sociales, que de manera acelerada aparecen al alcance de la mayor parte de la población hispano-mexicana. Las redes sociales transmitieron mensajes en tiempo real y convocaron a la población a reunirse en las calles y formar marchas, muchas veces con un par de horas de anticipación, cuando los medios informaban sobre la presencia de un funcionario republicano en la localidad.

La nueva legislación provocó huelgas de consumo en los establecimientos propiedad de estadounidenses, factor que incidió en la economía local. La persecución de personas por su apariencia física, fue uno de los factores que motivó la cancelación de Congresos y Convenciones y alejó al turismo latino. En esta situación de incertidumbre, la comunidad hispana, conformada en su mayoría por mexicanos, espera que en el corto plazo se revoque esta legislación. Mientras tanto y pese a las deportaciones masivas, la población inmigrante se aferra a su hogar en Phoenix.

Índice

- 3.1 Antecedentes
 - 3.1.1 Intolerancia y discriminación
 - 3.1.2 Recuento histórico sobre sucesos antinmigrantes (cuadro sinóptico)
 - 3.1.3 George W. Bush y el control de migrantes indocumentados
- 3.2 Preceptos de la Ley SB1070
 - 3.2.1 Nativismo
 - 3.2.2 Neonativismo
 - 3.2.3 Choque de civilizaciones: Huntington
 - 3.2.4 SB1070 contra los derechos humanos: Buchanan
 - 3.2.5 Ley (anti-in) migración y la (in)seguridad: Doty
 - 3.2.6 Regímenes post sociales de responsabilidad individual: Inda
- 3.3 Arizona, el emblema anti migratorio de los Estados Unidos
 - 3.3.1 Puntos críticos de la SB1070
 - 3.3.1.1 *Attrition through enforcement*
 - 3.3.1.2 *Deportability & illegality*
 - 3.3.1.3 *Policibility*
 - 3.3.1.4 Migrante criminal
- 3.4 Incidencia de la SB1070 en otros Estados americanos
 - 3.4.1 Enmiendas a la SB1070
 - 3.4.2 Destitución del creador de la SB1070, Rusell Pearce
 - 3.4.3 Expansionismo antiinmigrante
 - 3.4.4 Nuevos Estados anti inmigrantes
 - 3.4.4.1 Ley HB56 Alabama
 - 3.4.4.2 Ley HB497 Utha

3.4.4.3 Ley SB20 Carolina del Sur

3.4.5 Intentos por desincentivar las leyes anti inmigrantes, juicio a Joe Arpaio

3.4.6 Organismos a favor de las leyes anti inmigrantes

3.5 Mapa de Estados con leyes antinmigrantes

Conclusiones

3.1 Antecedentes

La aprobación de la Ley SB1070 de Arizona en 2007 y su entrada en operación el primero de enero de 2011, debilitó aún más la relación bilateral México-Estados Unidos. El documento *Highlights from the Database of 2007 State Immigration, Legislation and Methodology (2007)*, señala que previo a la SB1070 había 1,059 artículos antiinmigrantes propuestos como iniciativas al Congreso, de los cuales solamente 201 (19%) fueron aprobados, 349 (33%) quedaron sin resolución o fueron rechazados y el resto, poco más del 45% expiraron. Los 52 Estados americanos sin excepción participaron con iniciativas de corte discriminatorio, incluso aquellos como California, Texas y Nueva York que albergan al mayor número de inmigrantes mexicanos. El contenido de las iniciativas se extiende a 38 categorías y subcategorías, con rubros que van desde minimizar los servicios de salud para los migrantes, penalización a empleadores de migrantes, hasta un trato criminalizado a las personas que no portaran consigo sus documentos de identificación legal. También hubo casos extremos, como la iniciativa para legislar el idioma inglés como lengua oficial. En Arizona, el partido Republicano conformado por legisladores conservadores de derecha y ultra derecha, promovieron la SB1070 y aunque fue disminuida en algunos de sus artículos con mayor carga discriminatoria, sigue vigente. Incluso contagió a otros Estados como: Utah, Indiana, Georgia, Alabama y Carolina de Sur. Aunque la mayor parte de legisladores republicanos dejaron de lado la Reforma Migratoria y se convirtieron en promotores de leyes contra personas indocumentadas, entre los miembros del partido hubo discrepancias. El reporte ‘La Estrategia Equivocada: Leyes Estatales Anti inmigrantes en el 2011’, publicado por el Consejo Nacional de la Raza (NCLR), señala que los Estados que rechazaron ese tipo de leyes incluyen a algunos republicanos con mayoría legislativa. Estos Estados fueron: Florida,

Kansas, Oklahoma, New Hampshire, Dakota del Sur, Texas y Wyoming, así como Estados con mayoría simple republicana como: Maine, Carolina del Norte y Tennessee. Otros Estados que rechazaron estas leyes tuvieron mayoría demócrata como: California, Nevada y Washington. Los Estados donde había control compartido por ambos partidos también las rechazaron, como: Colorado, Iowa, Kentucky, Luisiana, Misisipi y Virginia. En el caso de Ohio y Wisconsin, a finales del 2011 mantuvieron las leyes en mesa de análisis. Illinois, Michigan y Pennsylvania rechazaron las leyes antiinmigrantes desde 2010.

La expansión de este tipo de leyes adoptó nuevos enfoques en cada Estado, pero para la gran mayoría el eje central fue la deportación de indocumentados. En Arizona, por ejemplo, el indocumentado es considerado como criminal, mientras que en el resto de los Estados Unidos el hecho de no contar documentos oficiales es una falta de carácter civil y no penal. De ahí que religiosos, profesionistas, empresarios y sindicatos exigieran al presidente Obama poner freno a la política de deportaciones masivas en Arizona hasta que la Reforma Migratoria estuviera aprobada.

3.1.1 Intolerancia y discriminación

El rechazo a los inmigrantes en los Estados Unidos, sin importar su lugar de procedencia, se remonta a los orígenes mismos de esta nación. Se podrían citar innumerables hechos, pero en este trabajo solamente tomaremos aquellos hechos relacionados con intolerancia y discriminación hacia los inmigrantes de origen mexicano.

Cuando México se convirtió en República en 1821, el sur de Arizona era parte de Sonora. Sin embargo, al término de la guerra entre México y Estados Unidos, en 1948, más del 55% de nuestro territorio (2.400.000 km²) pasó a ser de ellos. A lo largo de los siguientes 31 años, México hizo entrega de concesiones de

tierras y muchas familias cambiaron de nacionalidad de la noche a la mañana. Estas personas no tuvieron que cruzar la frontera, la frontera los cruzó a ellas. En la primera década del siglo XX, la población mexicana constituía el 13% de un total de 200,000 habitantes en el Estado de Arizona (*State of Latino Arizona 2010*). Sin embargo, su economía se fue para abajo porque no se respetaron los derechos de los mexicanos a poseer tierra, según se garantizaba en el Tratado Guadalupe Hidalgo. Incluso, cuando aumenta la población anglosajona en Arizona, constructores y granjeros comenzaron a quitarle tierra a la población mexicana. En 1929 durante la Gran Depresión, miles de mexicanos fueron deportados, la medida incluyó a México-americanos que ya tenían la nacionalidad estadounidense. En 1930, la población hispana que habitaba en Arizona (la mitad ya había nacido en Estados Unidos) sumaba 60,000 personas de un total de 400,000 habitantes, es decir 15%. En 1968, estudiantes de la Universidad de Arizona fundaron la *Mexican - American Student Organization* (MASO por sus siglas en inglés), como parte de la creciente tendencia a escala nacional para presionar a los más altos funcionarios del sistema educativo a conocer las necesidades de las comunidades latinas. Para esta minoría, la promesa del sueño americano se vio amenazada por el creciente sentimiento anti-inmigrante y el temor infundado de que la comunidad latina no estaba -suficientemente americanizada-.

A continuación se presenta un cuadro sinóptico de sucesos y leyes antiinmigrantes más relevantes a lo largo de la historia México-Estados Unidos y sus consecuencias sobre nuestros connacionales.

3.1.2 RECUENTO HISTÓRICO SOBRE PROPUESTAS ANTIINMIGRANTES				
SUCESO	DOCUMENTO	FECHA	CARACTERÍSTICAS	CONSECUENCIAS
	Doctrina Monroe	1823	Es el fundamento de la política exterior norteamericana bajo la premisa: " América es para los americanos ". De esta manera, los estadounidenses defenderían el continente de toda amenaza de colonización europea.	La Doctrina Monroe fue una manera de darle la espalda a Europa y a su vez otorgarse a sí mismos la libertad de expandirse por el continente. Estados Unidos hizo valer su fuerza y se impuso sobre los indios, sobre México o cualquier país, con la conciencia limpia.
	Excepcionalismo Americano	1831	Noción que hace referencia a la diferencia cualitativa que existe entre los Estados Unidos y las demás naciones. Por mérito divino o por obligación moral, tiene la capacidad de brindar civilización, democracia o libertad al resto del mundo y a la fecha sigue vigente. Incluso, si fuera necesario está permitido el uso de la fuerza. La excepcionalidad fue sostenida por Alexis de Tocqueville y explica que desde su creación, los EU han creído firmemente en la idea de que son una nación única y singular. Y no es solo la forma de cómo la sociedad americana se ve a sí misma, sino cómo la perciben los extranjeros que la visitan.	Invocar a Dios se volvió hábito de los presidentes estadounidenses a lo largo de la historia. G.W. Bush lo hizo una especialidad y dijo: "Dios me dijo que atacara Al Qaeda y atqué". Y luego me dijo que atacara a Saddam y lo hice". Así, el gobierno se considera exento de cumplir con las sanciones morales y criterios legales que rigen al resto de las naciones.
	Destino Manifiesto	1845	América es una nación destinada a expandirse desde las costas del Atlántico hasta el Pacífico. Esta expansión es parte de su destino y en el se sustentan las bases de su política exterior. Así, Estados Unidos se convertiría en una super potencia política y social reconocida, con la capacidad para extender la democracia por todo el continente.	Bajo estas premisas, Estados Unidos no sintió la mayor culpabilidad de anexarse la mitad del territorio mexicano. El Destino Manifiesto sigue vigente y es la andera ideológica para seguir expandiendo su poder por todo el mundo.
	Tratado Guadalupe - Hidalgo	1848	En 1848, al final de la guerra entre México y EUA, ambos países firmaron el Tratado Guadalupe - Hidalgo, en el que se estipuló que los vencedores respetarían a los nuevos ciudadanos con la protección de los derechos civiles, así como las propiedades de mexicanos que ocupaban tierras estadounidenses.	La construcción de una imagen deshumanizada e incivilizada del mexicano en ambos lados de la frontera, ha sido uno de los discursos más arraigados en el imaginario nativista estadounidense durante casi dos siglos: Durán (2011).
	Chinese Exclusion Act (vigente hasta 1902)	1882	Un antecedente en la historia del inmigrante ilegal es el <i>Chinese Exclusion Act</i> , promulgado en respuesta al temor al desempleo y la disminución del salario que los nativos estadounidenses atribuían a los chinos, a quienes consideraban como racialmente inferiores.	Durante el "Temor Rojo" de 1920, extranjeros sospechosos de radicalismo político fueron arrestados y tratados con brutalidad; incluso muchos fueron deportados sin audiencia.
	Patrulla fronteriza	1924-1940	Niños angloamericanos en la frontera con México sentían el deber de marcar las diferencias entre 'blancos' y mexicanos. Años después, al convertirse en adultos, apoyaron las operaciones de la Patrulla Fronteriza y cambiaron piedras por armas de fuego.	La Patrulla fronteriza se convirtió en herramienta poderosa para definir jerarquía, de modo que un indocumentado no solo comentaría un delito al cruzar la frontera, sino que su propia existencia era ilegítima.
	Segunda Guerra Mundial	1942	En el marco de la Segunda Guerra, americanos de descendencia japonesa fueron saqueados e internados en campos de concentración hasta que terminó el conflicto. A su vez se excluyó a muchos judíos y se expulsó a muchos mexicanos como deportados.	Surgió un movimiento antiinmigrante mordaz que recortó los derechos a los inmigrantes que habitaban en los Estados Unidos.
	Propuesta 187	1994	En 1994, los votantes de California adoptaron la 'Propuesta 187' que negaba los servicios más básicos a cualquier sospechado de no ser un ciudadano o residente legal en Estados Unidos, incluyendo educación, salud y asistencia social.	Comenzó la deportación masiva a México. Muchos pudieron regresar pero reincidieron en la ilegalidad.

Muro fronterizo		1994	La construcción de una muralla como frontera física entre Estados Unidos y México tenía el objetivo de impedir la entrada de inmigrantes ilegales, procedentes de la frontera sur. Su construcción responde al programa de lucha contra la inmigración ilegal conocido como 'Operación Guardián'. Incluye varios kilómetros de extensión entre Tijuana y San Diego (California). Está formada por bardas de contención e iluminación de muy alta intensidad.	Los inmigrantes simplemente cambiaron de lugar para llegar a territorio estadounidense. Entre éstos, el desierto de Arizona, donde moría una de cada 10 personas que intentaba cruzar.
	Nueva Ley de Bienestar Social	1996	Durante el mandato del Presidente Clinton las cosas mejoraron luego de que mantuvo la inflación y la tasa de desempleo más baja de los últimos 30 años. Los beneficios básicos y el Ingreso de Seguridad Suplementario (SSI), fueron reestablecidos sólo para inmigrantes que entraron a los Estados Unidos antes de agosto 22 de 1996, día en que la Ley entró en vigor.	La Constitución estadounidense ampara a los extranjeros contra la discriminación de raza y origen y los defiende contra el trato arbitrario por parte del gobierno. La Nueva Ley se ha convertido en una herramienta líder en favor de los derechos de inmigrantes y refugiados.
Minuteman Project		2005	Un grupo privado comenzó a monitorear la frontera con México y a controlar el flujo de inmigrantes. Además, se unen en protesta política contra las expresiones cívicas de los hispanos estadounidenses en las calles.	Se cometieron muchas injusticias y se y se agredió a personas inocentes que habitan en la zonafronteriza.
	Ley Sensenbrenner	2006	Criminaliza el estatus ilegal en los Estados Unidos, con propuestas extremistas de construir cárceles para inmigrantes. Castiga a quienes den trabajo, servicio o presten ayuda a los indocumentados.	Causó que los migrantes mexicanos que trabajan en EU se quedaran más tiempo o de manera definitiva en aquel país. Creó un círculo vicioso de bandas de polleros que extorcionan inmigrantes bajo la premisa de transportar criminales.
	Leyes antiinmigrantes	2007	A medida que la situación económica de los Estados Unidos comenzó a empeorar, 1059 artículos antiinmigrantes fueron enviados al Congreso para su aprobación. Participaron los 51 Estados de la Unión Americana, incluso aquellos con mayor presencia de inmigrantes de origen mexicano. Sin embargo, sólo 167 artículos fueron aprobados.	Preceptos más relevantes: <i>Attrition through enforcement</i> o desgaste forzado de la población. <i>Deportability and illegality</i> o derecho de la autoridad para deportar migrantes. <i>Policibility</i> o persecución policiaca sólo por la apariencia.
	Ley SB1070 en Arizona	2011	Todo inmigrante se caracteriza por: su inherente naturaleza criminal y antisocial, por ser ladrón de trabajos del país anfitrión y por ser una carga económica para el erario nacional; si además no tiene papeles debe ser deportado.	La Reforma Migratoria fue una de las promesas de campaña que motivó a los hispanos a votar por Obama en su primer periodo presidencial. Sin embargo, no pudo lograrse. Con la SB1070, miles de mexicanos fueron deportados dejando familias divididas, negocios abandonados y proyectos sin concluir. Con las leyes en Alabama, Utha y Carolina del Sur,
	Ley HB56 en Alabama	2012	Criminaliza la estadia indocumentada, otorga poderes extraordinarios a las policías, obliga a los empleadores a inscribirse al programa federal E-Verify que checa el estado migratorio de los trabajadores de nuevo ingreso.	vinieron disposiciones más severas en contra de los indocumentados y esta intolerancia afectó aún más la relación bilateral entre México y Estados Unidos. Existía el temor de que en las elecciones
	Ley HB49 en Utha	2012	Facilita la colaboración de la policía local con los agentes federales en el cumplimiento de las normas migratorias. Permite a las autoridades arrestar pasajeros de un vehículo cuyo conductor sea detenido por cualquier infracción de tránsito.	presidenciales de 2012 ganara el candidato del partido conservador, Mitt Romney, y empeorara la situación de los inmigrantes con leyes más duras.
	Ley SB20 en Carolina del Sur	2012	Convierte en delito fabricar tarjetas de identidad con fotografía para los migrantes indocumentados y permite que los ciudadanos demanden a los condados y municipalidades que no estén cumpliendo con los preceptos antiinmigrantes.	
	Leyes en espera de aprobación	Hasta abril de 2012	Ohio, Pensilvania, Michigan, Wisconsin e Illinois están en espera de que el Congreso apruebe sus artículos antiinmigrantes enviados.	Al menos otro millón de inmigrantes comenzaba a vivir una situación de incertidumbre legal.

Fuente: elaboración propia marzo de 2012.

3.1.3 George W. Bush y el control de migrantes indocumentados

En el segundo periodo presidencial de George W. Bush (2005-2009) se planteó al legislativo aprobar una Reforma Migratoria para controlar los flujos de migrantes indocumentados. La discusión surgió en un momento político en el que los republicanos dominaban ambas cámaras del Congreso. Por esta razón, los proyectos con propuestas antiinmigrantes más radicales obtuvieron ventaja desde las primeras negociaciones. Una de las más xenóforas fue la ‘*Sensenbrenner Bill*’ o proyecto de ley Sensenbrenner que logró la aprobación de la Cámara de Representantes en diciembre de 2005. Esta legislación a nivel federal quedó registrada como Ley sobre Protección Fronteriza, Antiterrorismo y Control de la Migración Ilegal (HR 4437), mejor conocida como ‘Proyecto Sensenbrenner’.

Entre las propuestas de dicho proyecto están las siguientes:

- La construcción de una doble barda de 700 millas, principalmente en la frontera que separa a Arizona de Sonora, donde el flujo es mayor, ya que habían sido cerrados los puntos tradicionales de cruces fronterizos.
- Los indocumentados serán considerados infractores ante la ley y quedarán descalificados para obtener una visa para trabajar temporalmente o imposibilitados de clasificar para inmigrante.
- Los policías se convertirán en agentes de inmigración y cualquier extranjero puede ser detenido para solicitarle comprobar su estatus legal y, de no demostrarlo, puede ser arrestado.
- Obliga a los empleadores a verificar la autenticidad de los documentos mostrados por los empleados en el proceso de su contratación.
- Aumenta las sanciones a los empleadores con multas de hasta 25 mil

dólares.

Sin embargo, pronto hubo divisiones internas en el Congreso. En contraste a las propuestas xenofóbicas hubo iniciativas más amigables como las de los legisladores demócratas Edward Kennedy y John McCain, que pugnaron por:

- una mayor inversión en seguridad y tecnología fronteriza
- contratación de trabajadores foráneos mediante un programa de visas
- autorización para que los trabajadores contratados pudieran cambiar de empleo, solicitar residencia permanente y regularizar su estatus migratorio tras cumplir condiciones tales como permanecer empleado y pagar impuestos.

Entre 2005 y 2007, las principales avenidas de los Estados con mayor cantidad de población hispana fueron sede de marchas multitudinarias de protesta. Esta coyuntura de inconformidad fue aprovechada por los demócratas que lograron el triunfo de Barak Obama a la presidencia de los Estados Unidos.

Bustamante (2010), señala que el gobierno mexicano vio con reservas el triunfo de Obama, pues nunca dio señales de que abandonará la orientación unilateral de la política migratoria estadounidense. “Las migraciones laborales son factores de interacción que conciernen tanto en los países de origen como en los países de destino”, advierte Bustamante, ya que para lograr una administración y control adecuados son necesarias políticas bilaterales.

3.2 Preceptos de la Ley SB1070

La SB1070, es considerada una de las leyes más estrictas aprobadas hasta ahora (dic. 2012) en Estados Unidos. Para su operación correcta, la gobernadora de Arizona, Jan Brewer , ordenó que se distribuyera un material de capacitación a cerca de 15 mil agentes de la policía local en junio de 2012 (el arsenal.net, 2012). Los preceptos de la legislación pretendían legalizar el perfil racial. Se explican a continuación:

3.2.1 Nativismo

Nativismo es un movimiento que busca la liberación de distintas formas de aculturación extranjerizante y que proclama el retorno de la cultura madre. En el siglo XIX había una fuerte conexión entre este sentir y la problemática de la inmigración europea y asiática en Estados Unidos, donde los conflictos regionales eran resultado de discrepancias religiosas o lingüísticas. El nativismo como ideología es parte de un proceso de formación de nación autóctona y una conexión histórico-simbólica con un espacio o territorio particular. Anderson (2008), sostiene que el nacionalismo como instrumento de construcción nacional fue una invención americana. En su noción de la nación como comunidad imaginada, el nativismo relaciona la exclusión y la distancia con el espacio y los valores simbólicos. La relación entre un americanismo esencialista y un sentimiento anti-inmigrante ha sido parte fundamental de la concepción nativista. La ampliación de este sentimiento y su tensión con los conceptos de aculturación y asimilación han sido características históricas de esta ideología.

3.2.2 Neonativismo

Durán refiere sobre el auge de la corriente neonativista en el contexto actual, en la que el discurso político anti-inmigrante manifiesta una identidad nacional en crisis, incapaz de articular una posición coherente a nivel interno ante los retos de la globalización. El incremento en el número de –OTM–, es decir, de migrantes no-mexicanos, *other than mexicans*, encendió la retórica de la (in)seguridad nacional y puso en evidencia la porosidad del tejido fronterizo. En este marco, la perspectiva de inmigración indocumentada mexicana es compartida por varios grupos que operan en Arizona y que han sido catalogados como antiinmigrantes por organizaciones y observatorios ciudadanos como el

Southern Poverty Law Center. La lista incluye a los siguientes organismos: *American Border Patrol, Ranch Rescue, Border Guardians, Americans for Immigration Control, Civilian Homeland Defense*, así como el ya citado *Center for Immigration Studies*, entre otras instituciones. La organización *Mothers Against Illegal Aliens (MAIA por sus siglas en inglés)*, fundada en Phoenix en 2006, por ejemplo, centra su credo en un discurso extremista en el que acusa al inmigrante ilegal de arribar en Estados Unidos con enfermedades como tuberculosis y lepra. Las secuelas ideológicas y políticas del nativismo incidieron en la formación del imaginario cultural y la idea de *frontier*, término político que refiere a una región al borde de un área colonizada, así como en los territorios que actualmente conocemos como el -lejano oeste-.

3.2.3 Choque de civilizaciones: Huntington

Huntington (2004), señala la peligrosidad y riesgos de la migración mexicana para la cultura y el futuro estadounidenses. Defiende la postura de la derecha que asegura que gran parte de esta migración es ilegal:

“muchacha gente está viniendo aquí sólo para trabajar. Hay inmigrantes que no se integran a la sociedad estadounidense. No quieren convertirse en norteamericanos. Están concentrados en Estados que colindan con México, que es su país y es una nación con resentimientos históricos en contra de nosotros. Se aferran a su idioma y a su cultura, creando una nación hispánica dentro nuestra nación. Para el 2050 habrá muchos millones de personas viviendo aquí, pero cuya lealtad será para otro país”.

3.2.4 SB1070 vs. derechos humanos: Buchanan

Buchanan (2006), otro neo-nativista destacado e interlocutor histórico de Huntington, comparte su nostalgia y esencialismo en su obra *State of Emergency: The Third World Invasion and Conquest of America*:

“En 1960, cuando John Fitzgerald Kennedy derrotó a Nixon, los Estados Unidos eran una nación de 160 millones de habitantes, 90% blancos y 10% negros, con unos millones de hispanos y asiáticos esparcidos entre nosotros. Éramos una nación, un pueblo. Venerábamos al mismo Dios, hablábamos el mismo idioma inglés, estudiábamos la historia norteamericana y la literatura inglesa, rendíamos honores a los mismos héroes, leíamos los mismos libros, veíamos los mismos programas en la televisión y nos considerábamos como defensores de la civilización occidental en contra del comunismo ateo del Imperio Soviético”.

En desacuerdo con Buchanan, Durán señala:

“seguramente ese diez o quince por ciento de la población no adoraba a ese mismo Dios en los mismos templos, ni estudiaba historia y literatura estadounidenses en las mismas aulas, ni veía los programas de televisión, ni las películas en los mismos lugares que sus compatriotas de piel blanca”.

3.2.5 Ley (anti-in) migración e (in)seguridad: Doty

Otras estrategias anti ciudadanas que inciden en la formación del discurso antiinmigrante es el surgimiento de grupos paramilitares que comienzan a participar de manera directa en la vigilancia de la zona fronteriza. Doty (2007), señala que la proliferación de estos grupos coincide con la organización de campañas e iniciativas de ley anti-inmigrantes en varios Estados, resaltando el caso de California a mediados de la década de los ochenta y hasta los noventa. En el mismo tenor, el efecto post-11 de septiembre ha agudizado la visión del inmigrante como amenaza a la seguridad nacional y ha puesto en evidencia la diversidad de los sujetos migrantes.

3.2.6 Regímenes post sociales de responsabilidad individual: García Inda

Actualmente, los llamados gobiernos de la globalización, incluido Estados Unidos, instituyen nuevas tácticas de incorporación y desincorporación

ciudadana. El periodista Eduardo Inda plantea la existencia de un sistema de regímenes postsociales de responsabilidad individual, dentro del cual surge una oposición binaria en un nuevo modelo de ciudadanía, la confrontación entre una ciudadanía prudencial y una imprudencial. “Es evidente su conformación racista y su condición poco ética opuesta a la actitud de responsabilidad personal que se requiere en un sistema prudencial”, señaló Durán.

Así, la relación del individuo con el Estado distinta y distante, pues se espera que el individuo sea autosuficiente y menos dependiente en materia de seguridad social y económica. Bajo este esquema, el individuo negocia sus condiciones de existencia material directamente con el mercado, mientras que el Estado pasa a ser una especie de intermediario que vigila el buen funcionamiento de dichas negociaciones. En otras palabras, Inda sugiere que aquellos individuos incapaces de integrarse a un sistema que requiere de más autorresponsabilidad financiera y social, acaban por ser excluidos y terminan criminalizados. La construcción del inmigrante ilegal es resultado de procesos de control y manipulación del gobierno para consumo interno.

3.3 Arizona, el emblema anti migratorio de los Estados Unidos

En 2009, los legisladores republicanos de Arizona aprovecharon el ascenso a la gubernatura del Estado de Arizona de la senadora Jan Brewer, (republicana que sustituyó a la demócrata Janet Napolitano) para promover nuevos preceptos antiinmigrantes. En 2010, el Senador republicano Rusell Pearce presidente del Senado de Arizona, redactó la Ley antiinmigrante SB1070, que meses después inspiró copias en varios Estados. En sus discursos sustentaba que era una legislación necesaria en Arizona:

“Me di cuenta de los enormes costos fiscales y sociales que la inmigración ilegal impuso a mi estado. Vi a norteamericanos sin

trabajo, hospitales y escuelas rebosando de gente, y tensiones en los presupuestos. Lo más inquietante fue ver a mis conciudadanos convertidos en víctimas de criminales ilegales extranjeros. El asesinato de Robert Krenz, Consultor prestigiado del sector automotriz [...] representó la última gota para muchos ciudadanos de Arizona”.

Durán (2011) lamenta que estos argumentos sin ningún tipo de respaldo se hubieran convertido en parte de una narrativa fundacional sobre la inmigración indocumentada en Estados Unidos. Pearce, sentencia Durán, es un personaje imprudente, irresponsable y costoso para la sociedad, y la imagen de un criminal, específicamente conectado con el tráfico de drogas. Esta última es secundada por la hiperbólica, y no corroborada afirmación de que el rancharo Krenz murió a manos de un traficante de drogas indocumentado. Incluso, negó la validez de cualquier intento de reforma migratoria que pudiera legalizar y normalizar el flujo de mexicanos hacia los EU reiterando su argumento en los costos:

“[...] la solución no es una reforma integral de la migración, que es un eufemismo para decir amnistía. Eso sólo fomentará más inmigración ilegal. Legalizar a los extranjeros ilegales no contribuye para nada a cambiar los costos fiscales y sociales que ellos imponen sobre Arizona o sobre el país entero [...]. El gobierno federal necesita: simplemente aplicar la ley, asegurar las fronteras y deportar a los criminales extranjeros ilegales sin importar que tenga que haber desgaste forzado de la población”.

Al respecto, Durán cuestiona a la derecha anti inmigrante sobre si las propuestas de Pearce son la mejor opción a una Reforma Migratoria, pues de aplicarse la ley los indocumentados abandonarían por su propia cuenta el Estado de Arizona por temor a ser

aprehendidos y deportados, ya que esta idea contempla medidas legislativas encaminadas a dificultar la interacción social de los inmigrantes. Se incluyen sanciones económicas, exclusión de elegibilidad en programas de servicios sociales y médicos, así como medidas judiciales que criminalizan a los inmigrantes más allá de lo que determina la Ley Federal de Inmigración. La Ley SB1070 tuvo efecto el 29 de julio de 2010 después de ser proclamada por la gobernadora de Arizona, Jan Brewer; sin embargo entró en operación el 1° de enero de 2011. A partir de ese momento, Arizona se convirtió en el emblema más importante del movimiento anti-inmigrante en Estados Unidos. En realidad, la ley fue anunciada desde abril, pero la jueza federal Susan Bolton frenó varias partes, tales como considerar que una persona sin papeles cometía un delito federal. De acuerdo al periódico La Opinión (06-20-2012), dicha ley fue anunciada para apuntalar las aspiraciones de Brewer a la reelección y para impulsar un nuevo modelo de negocio empresarial que contempla la construcción de más cárceles para inmigrantes indocumentados en Arizona. Ante el hecho, Obama interpuso un recurso de inconstitucionalidad por considerar que en materia migratoria es el gobierno federal la máxima autoridad. “Es el resultado de políticas de excepción que surgen en tiempos de crisis e inestabilidad”, señala Durán (2011). Un ejemplo, fueron los eventos del 11 de septiembre de 2001 que marcaron un giro hacia este tipo de políticas y prácticas jurídicas que focalizan el poder soberano del Estado hacia grupos e individuos específicos. Esta diferenciación conlleva una exclusión de estos grupos de los ámbitos y jurisdicciones aceptados y de los derechos que éstos tienen bajo la protección de la Constitución. La suspensión de derechos se convierte entonces en una de las premisas del Excepcionalísimo, esto es que los seres humanos tienen un estatus especial en la naturaleza basado en sus capacidades únicas. En este marco, Durán concibe a la soberanía popular en una coyuntura de excepción, en la que los ciudadanos le exigen al

Estado que defienda su soberanía y mantenga controles estrictos sobre aquellos sujetos percibidos como ‘periféricos’, haciendo referencia a los inmigrantes. En este marco, organizaciones pro-migrantes se lavaron las manos. El Centro de Estudios Migratorios (CIS por sus siglas en inglés) se deslindó de opinar sobre los efectos nocivos de la SB1070, alegando que se trataba de una institución de investigación independiente sobre los impactos de la inmigración en Estados Unidos. Este organismo ha sido asociado con el pensamiento anti-inmigrante y se le considera un *think-tank* (generador de ideas) en ese rubro.

3.3.1 Puntos críticos de la SB1070

La puesta en operación de la Ley SB1070, el primero de enero de 2011, detonó la salida voluntaria e involuntaria de miles de migrantes hispanos que llevaban años viviendo en Arizona. La forma de vida en comunidad integrada por nativos de Phoenix y Tucson del lado norteamericano y nacidos de Agua Prieta y Nogales, Sonora del lado mexicano comenzó a deteriorarse. A la par la economía compartida quedó seriamente afectada tras el descenso de la actividad comercial. Durán fue de los primeros académicos mexicanos en describir los preceptos de la SB1070, mismos que fueron motivo de manifestaciones y protestas de la población fronteriza que se sintió brutalmente agredida en sus derechos humanos.

3.3.1.1 *Attrition throug enforcement* o desgaste forzado de la población. Este concepto fue la base angular para enfrentar lo que los ultraderechistas estadounidenses consideran como el problema de la inmigración indocumentada en los Estados Unidos. Según ellos, la SB1070 constituye mejor opción que una Reforma Migratoria y su efecto es de mayor alcance que las deportaciones masivas. La idea que

soporta este argumento es que si el gobierno federal aplica estrictamente las leyes migratorias establecidas, los inmigrantes indocumentados abandonarán por su propia cuenta el estado de Arizona por temor a ser aprehendidos y deportados. Lo que no se publica, detalla Durán, es que se suman estrategias de expulsión desde el Estado que hacen difícil la interacción social de los inmigrantes, tal y como recomendó Mark Krikorian, uno de los líderes intelectuales del movimiento anti-inmigrante. Estos procesos incluyen sanciones económicas, exclusión de elegibilidad en programas de servicios sociales y médicos, así como medidas judiciales que criminalizan a los inmigrantes más allá de lo que determina la Ley Federal de Inmigración.

3.3.1.2 *Deportability and illegality* o derecho de la autoridad para deportar migrantes. Deportabilidad e ilegalidad convergen en un nivel discursivo particular para apuntalar la visión negativa del migrante mexicano en la sociedad estadounidense. Esta convergencia responde a un proceso histórico y mediático en el cual tanto el tema de la seguridad fronteriza como el de la inmigración indocumentada han sido colapsados en el imaginario estadounidense, dejando de ser aspectos meramente locales y regionales para convertirse en aspectos relevantes en el escenario político nacional. Durán coincide con el antropólogo Nicholas De Genova cuando afirma que el elemento más importante en el valor de uso y de cambio del migrante es su grado de deportabilidad, condición sociopolítica que lo transforma en mano de obra barata y desechable. La construcción del sujeto *illegal alien* surge de encuentros y desencuentros entre procesos simultáneos de xenofobia y de xenofilia, es decir, de las

tensiones entre una americanidad extrema y el miedo al otro y al mismo tiempo, un reconocimiento de la figura del inmigrante asimilado como elemento forjador de la nación. De ahí que la expresión: ‘*We are a nation of immigrants*’ sea una frase recurrente en el discurso cultural y social estadounidense.

3.3.1.3 *Policibility* o persecución policiaca sólo por la apariencia.

La Ley SB7010 permite a los cuerpos policíacos detener y poner a disposición de la autoridad migratoria a toda persona sospechosa de ser indocumentado. Bajo su aplicación, cualquier persona puede ser sujeto de detención y penalización hasta llegar a la deportación, ya que ser indocumentado dejó de ser una sanción administrativa para convertirse en un criminal por falta de documentación migratoria. Durán considera que el concepto pone en práctica una distinción menos clara entre documentados e indocumentados en las tierras fronterizas, en un contexto en el que a los inmigrantes se les deja morir. Peor aún, la policibilidad denigra a la población hasta el punto de considerarla desechable.

3.3.1.4 Migrante criminal

Durán señala que la SB1070 se auto justifica con 3 falsos problemas que se le atribuyen al inmigrante:

- Inherente naturaleza criminal y antisocial
- Condición de esquirol sempiterno, es decir, aquel que le quita el trabajo a los ciudadanos del país anfitrión y,
- Condición de carga para el erario público

Con esta imagen de criminal, roba de empleos y explotador regular del sistema de seguridad social o *welfare*, el migrante aparece como un ser

irresponsable, incapaz de auto controlarse y de manejarse con propiedad dentro del marco de la ley. Es por tanto, visto como una amenaza al bienestar colectivo y a la seguridad social. Esta imagen de imprudente, enfatiza Durán, lo convierte ante la opinión pública en una fuerza que rompe los tejidos económico y cultural de Estados Unidos.

3.4 Incidencia de la S1070 en otros Estados americanos

Las elecciones de 2010 para gobernador en Arizona favorecieron al partido republicano que copió los preceptos antinmigrantes impuestos en California, a pesar de que la propuesta 187 nunca entró en operación por considerarse anticonstitucional. Dicha iniciativa de ley conocida como *Save Our State* fue presentada para las elecciones de gobernador en 1994 y proponía negarle a los inmigrantes indocumentados servicios sociales, atención médica y educación pública. Sin embargo fue revocada por una Corte Federal. Además de los preceptos de la SB1070, la ley californiana incluía dos categorías con mayor carga de intolerancia:

- Agentes de la policía que sospecharan que una persona arrestada estuviera violando alguna ley de inmigración, deben investigar el estatus del detenido y si se encuentra alguna evidencia de ilegalidad, reportarlo al Ministerio Público de California y al *Immigration and Naturalization Service (INS)*. Mantener registro de todos estos casos y hacerlos disponibles a cualquier otra agencia del gobierno que quiera revisarlos.
- Nadie puede utilizar los servicios públicos hasta que hayan probado su derecho legal a residir en el país. Si alguna persona presenta una solicitud para alguno de estos servicios y los agentes gubernamentales sospechan que se trata de un indocumentado, entonces los agentes deben reportarlo por escrito a las autoridades correspondientes. Los servicios médicos de emergencia están exentos por ley federal, pero cualquier otro servicio médico

aplica. La educación primaria y secundaria quedarían incluidas en la proposición.

Cabe recordar que en 1994 se estableció en el área fronteriza Tijuana-San Diego la Operación Guardián o *Gatekeeper* que consistía en levantar una barda triple, instalar sofisticados equipos de vigilancia con capacidad para visión nocturna e incrementar el número de agentes de la Patrulla Fronteriza, sin embargo, no hubo resultados positivos. Los grupos de indocumentados que ingresaban por aquella zona vinieron a unirse a los que ya entraban por la extensa frontera desértica de Sonora con Arizona, convirtiendo a ésta en una región conflictiva. No sólo aumentó la población de residentes indocumentados sino que también florecieron otras actividades ilegales como coyotaje, narcotráfico o secuestro. El 4 de febrero de 2003, en el momento en que el entonces presidente Vicente Fox descendía del avión presidencial en el aeropuerto de Phoenix, cerca de allí, en la transitada carretera Interestatal rumbo a Tucson hubo heridos y muertos. La versión oficial fue de un encuentro entre coyotes tratantes de ilegales, pero la realidad es que grupos paramilitares locales y grupos racistas organizaron la operación afuera del recinto donde Fox daría su discurso ante miles de mexicanos residentes en Arizona. El objetivo era llamar la atención hacia el fenómeno de la inmigración indocumentada y obligar al entonces presidente Bush a justificar la creación de leyes estatales antiinmigrantes...

3.4.1 Enmiendas a la SB1070

El 6 de julio de 2010, el gobierno federal presentó una demanda ante la Corte Federal para declarar improcedente la Ley SB 1070. A la demanda se unieron grupos indistintos y organizaciones en contra de la constitucionalidad de la ley. El 29 de julio de 2010, la juez federal Susan Bolton emitió un dictamen en el que suspendía algunas de las secciones, entre éstas, que la Policía de Arizona no podría comprobar el estatus migratorio de una persona detenida por otras

razones. Se canceló además, la obligatoriedad de llevar encima siempre la documentación que demuestre que se encuentren de manera legal en el país; así como la sección que convertía en delito el que los inmigrantes indocumentados pudieran pedir empleo en lugares públicos. El gobierno del estado de Arizona de inmediato acudió a un recurso de apelación.

3.4.2 Destitución del creador de la SB1070, Russell Pearce

Russell Pearce, presidente del Senado de Arizona y autor de la SB1070, fue destituido por el voto de los hispanos el 9 de noviembre de 2011 tras una campaña comunitaria que terminó con su expulsión frente a su contrincante, el también republicano, Jerry Lewis. Los republicanos señalaron que la derrota de Pearce enviaría un mensaje a los candidatos presidenciales republicanos de que no están de acuerdo con una agenda extremista antiinmigrante sino que prefieren soluciones reales.

3.4.3 Expansionismo anti inmigrante

La Reforma Migratoria fue una de las promesas de campaña que llevaron a Obama a la presidencia en 2010. Sin embargo, dicha reforma quedó rezagada a lo largo de su mandato y se registraron las cifras de deportaciones más altas de la historia. Ante la ausencia de una reforma federal en materia de migración, otros Estados como Alabama impulsaron sus propias leyes antiinmigrantes, forzando en algunos casos a padres a mostrar el estatus migratorio de sus hijos cuando los inscriben en la escuela, o promoviendo que policías interrogaran a las personas en caso de haber 'sospechas razonables' de que no contaban con documentos para permanecer en el país.

En 2012, treinta Estados presentaron al Congreso iniciativas antiinmigrantes, pero solamente fueron aprobadas en 5 Estados que son: Alabama, Utah, Indiana,

Georgia y Carolina del Sur. En 20 Estados fueron rechazadas y en 5 se mantienen en la mesa de análisis, éstos son: Ohio, Pensilvania, Michigan, Wisconsin e Illinois.

Datos del *Hispanic Pew Center* (2011) señalan que cerca de 820.000 inmigrantes sin documentos residen en Estados donde sí se aprobaron estas leyes y al menos otro millón de inmigrantes, también indocumentados, viven en los 5 Estados donde este tipo de legislación está en observación.

3.4.3.1 Ley HB56 en Alabama

El 1° de enero de 2012 entró en vigor la ley HB56 de Alabama, que además de criminalizar la estadía indocumentada y otorgar poderes extraordinarios a las policías, obliga a los empleadores a inscribirse y utilizar el programa federal *E-Verify* para verificar el estado migratorio de los trabajadores de nuevo ingreso. También prohíbe a los estudiantes indocumentados asistir a la Universidad tras graduarse de la enseñanza secundaria, prohíbe a los propietarios de viviendas o negocios alquilar propiedades a inmigrantes indocumentados y prohíbe la creación de ciudades santuarios. Datos de la oficina del Censo, en Alabama viven poco más de 187 mil latinos, aunque se calcula que la cifra es apenas el 30% del número real. En este marco, el Consejo Nacional de la Raza y la *Hispanic Interest Coalition of Alabama* puso en marcha la campaña - Una familia. Una Alabama-. Otros activistas aprovecharon la coyuntura para fortalecer la participación electoral de hispanos a nivel local. Entre las acciones positivas destaca la propuesta del *Dream Act*, iniciativa que permite a estudiantes indocumentados acceder a la Universidad. Sin embargo, según la Agencia de Inmigración y Control de Aduanas (ICE,

por sus siglas en inglés). miles de personas se convirtieron en fugitivas de la ley tras negarse a abandonar el país cuando se les solicitaba, aunque quedaron excluidos estudiantes, miembros del ejército, ancianos o inmigrantes con parientes cercanos que son ciudadanos estadounidenses.

3.4.3.2 Ley HB497 en Utah

Inspirada en la Ley SB1070 de Arizona, la HB497 de Utah facilita la colaboración de la policía local con los agentes federales en el cumplimiento de las normas migratorias. Concede poderes extraordinarios a las policías para arrestar a indocumentados, pedir papeles de estadia legal a individuos y entregar al servicio de inmigración a extranjeros indocumentados. Permite a las autoridades arrestar a pasajeros de un vehículo cuyo conductor sea detenido por cualquier infracción de tránsito; incluso, a los acompañantes también se les puede cuestionar su estado migratorio. Sin embargo, no obligará a que la gente porte una identificación todo el tiempo ni se detendrá a personas de las que se sospeche están en el país de manera indocumentada. A raíz de una demanda presentada por la Unión Americana de Libertades Civiles (ACLU), el legislador federal Clark Waddoups postergó la iniciativa. En este marco, un bloque de 16 países latinoamericanos presentó una moción legal ante tribunales a través de un recurso conocido como Amigo de la Corte (*Amicus Curiae*), que México ha logrado impulsar con otros países de la región ante tribunales de otros Estados de la Unión Americana para exponer los argumentos jurídicos de oposición contra este tipo de normas que criminalizan la migración. Los países integrantes son: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador,

Guatemala, Honduras, Nicaragua, Uruguay, República Dominicana, Perú, Colombia y Paraguay.

3.4.3.3 Ley SB20 en Carolina del Sur

A diferencia de la ley aprobada en Arizona en 2011, la propuesta de Carolina del Sur señala que la gente no puede ser arrestada por sospecha de ser indocumentada. Sin embargo prevé convertir en delito fabricar tarjetas de identidad con fotografía para los inmigrantes indocumentados y crea una nueva unidad policial dentro del Departamento de Seguridad Pública local con objeto de aplicar la ley de inmigración. Permite que los ciudadanos demanden a los condados y municipalidades que no estén haciendo cumplir la ley con el fin de erradicar las -ciudades santuario-. Añade penalidades de hasta 50 mil dólares a los negocios que en repetidas ocasiones no hayan cumplido con la revisión de los documentos migratorios de sus nuevos empleados y continúen contratando a indocumentados. Convertiría en un crimen que los adultos -extranjeros, residentes y ciudadanos americanos- que no lleven consigo sus documentos de identificación o migratorios como licencia de conducir y tarjeta de residencia. De acuerdo a datos del Censo de Arizona, en 2010, más de 235,000 personas se identificaron como hispanas, un incremento del 148% en comparación con el 2000. Los condados de mayor crecimiento de población hispana son: Beaufort, Dorchester, Horry y York con más del 30%. Legisladores republicanos, que controlan tanto la Cámara como el Senado, han calificado el proyecto como una ley de máxima prioridad en 2012.

3.4.4 Intentos por desincentivar las leyes anti inmigrantes.

Ante las presiones de los demócratas y la población hispana, Obama presentó una demanda contra la ley SB 1070 de Arizona en julio de 2010; otra contra la ley HB 56 de Alabama en agosto de 2011 y una más contra la ley S 20 de Carolina del Sur en octubre de 2011. Otros legisladores buscaron la conveniencia económica de las leyes antiinmigrantes. Elena Lacayo, coordinadora de Inmigración para el Consejo Nacional de la Raza, destacó que en Alabama los agricultores ya no quieren sembrar porque no saben quién podrá recoger después la cosecha. Para realizar esa labor suelen contratar a extranjeros que muchas veces residen ilegalmente en aquel país. Al tiempo, el Consejo de Negocios Agrarios de Georgia calculó que la falta de mano de obra en las granjas del estado había provocado pérdidas de 300 millones de dólares y podrían ascender hasta mil millones de dólares de no revertirse la escasez de trabajadores ocasionada por el éxodo anti inmigrante. La seguridad pública también sería afectada a raíz de que los inmigrantes no se atreverán a reportar crímenes a pesar de saberse víctimas o testigos de dichos crímenes.

3.4.5 Organismos a favor de las leyes anti inmigrantes

La Federación Americana para una Reforma Migratoria (*FAIR*, por sus siglas en inglés) fue el organismo que asesoró a los Estados que consideraron la necesidad de impulsar medidas para frenar la llegada de nuevos indocumentados. Los defensores de la SB1070 argumentaban que el gobierno federal no estaba haciendo lo suficiente para enfrentar a la inmigración ilegal y que los Estados fronterizos sufrirían las consecuencias. La jueza Elena Kagan, de formación demócrata se lavó las manos del caso y decidió retomar su cargo previo en el gobierno como Fiscal General. A finales de 2011, la Suprema Corte informó que se intentaría zanjar la disputa entre el gobierno de Obama y la gobernadora de

Arizona, Jan Brewer, quien lideró a los gobiernos estatales empeñados en regular la inmigración indocumentada mediante leyes generadoras de un ambiente de persecución.

3.5.1 Mapa de leyes antinmigrantes

El siguiente mapa muestra en color morado los Estados que han aceptado leyes antinmigrantes, aunque al cierre del presente trabajo únicamente habían entrado en operación en Arizona. Si bien el eje rector es el rechazo al inmigrante indocumentado, en cada entidad varía el rigor de las leyes a la hora de operar los preceptos. En Arizona, la Suprema Corte revocó algunos preceptos por considerarlos fuera de lugar. Por ejemplo, la SB1070 consideraba como delito el hecho de que un jornalero rondara las esquinas o los alrededores de las ferreteras en espera de ofertas de trabajo. La jueza Susan Bolton determinó que ‘ser jornalero no es delito’ y por tanto revocó el precepto (NTR Periodismo Crítico, 04-03-13).

El color verde indica los Estados que están en vías de aceptarlas acorde los tiempos de sus Congresos locales y el amarillo señala los Estados que no consideran como prioridad atender el tema de los inmigrantes. Ejemplo de esto son los Estados de Vermont y Alaska, considerados como –antítesis- de Arizona pues dan la bienvenida a los inmigrantes ante la falta de personas que quieran realizar trabajos que los –blancos- no quieren hacer. Conforme pasa el tiempo, las leyes antinmigrantes avanzan a otros Estados apoyadas por grandes presupuestos procedentes del partido republicano.



Imagen 9 - Mapa de localización de Estados con Leyes Antinmigrantes. Elaboración propia, mayo de 2012.

La siguiente imagen muestra a Joe Arpaio, considerado por los ciudadanos de Phoenix como el peor enemigo de los inmigrantes. Ganó las elecciones para el puesto de alguacil del condado de Maricopa en 1992. Desde entonces, ha ganado su re-elección en 1996, 2000, 2004 y 2008 con un apoyo considerable de los votantes del condado. Un artículo de la revista Harper's escrito por Barry Graham en Abril del 2001 se refiere a él como "un amante esposo, padre orgulloso, idealista, megalómano, mentiroso y matón". Se le acusa de múltiples y reiteradas violaciones a los derechos humanos. Desde 22 de julio de 2011, mantiene en una improvisada prisión montada con carpas en pleno desierto a unos 1400 detenidos. La mayoría de los internos son inmigrantes acusados de cruzar la frontera sin papeles o si los tienen son personas que han cometido infracciones, tales como conducir alcoholizados.



Imagen 10.- Joe Arpaio, Sheriff de Maricopa.
 Fuente: La Voz de Arizona. Agosto de 2012/ Investigación de campo.

La siguiente imagen muestra una de tantas marchas de protesta que se suscitaron en las grandes capitales de los Estados Unidos como protesta en contra de las leyes antiinmigrantes que agredieron como nunca antes los derechos humanos de los inmigrantes.

“Vale la pena detenerse un momento para preguntarse: ¿Cómo puede ARIZONA salir de la parte más profunda con respecto a la inmigración?”, destaca la imagen.

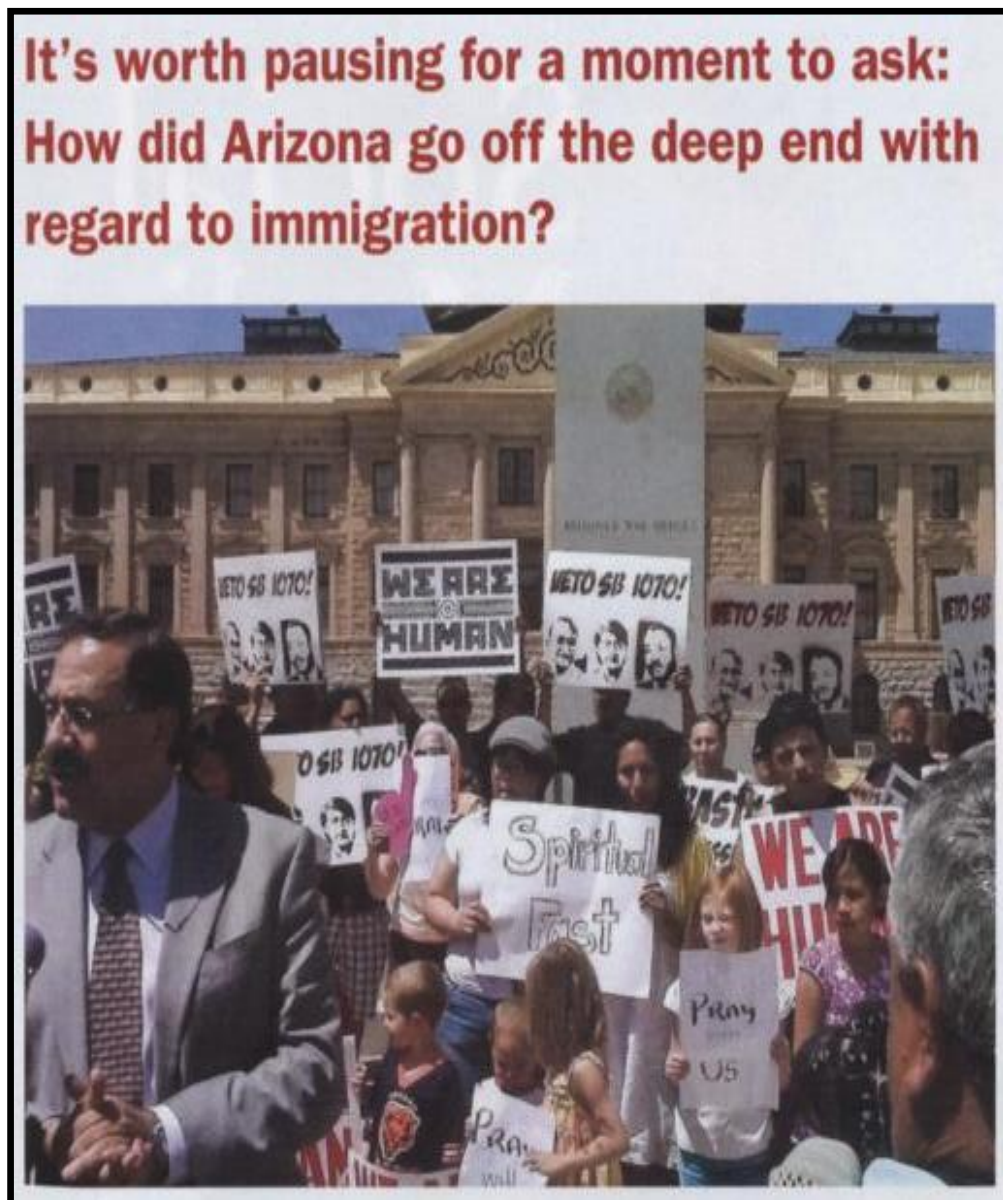


Imagen 11.- Marcha antiinmigrante en el centro de Arizona.

Fuente: *La Voz de Arizona*. Agosto de 2012/ Investigación de campo propia.

El siguiente recorte de periódico denuncia una más de las acciones de los legisladores republicanos en contra de los inmigrantes. Los proyectos educativos constituyen el 1% del PIB, “ingresos que bien pueden utilizarse para más proyectos educativos o financiar infraestructura pública”, dice Ken Bennett, Secretario de Estado de Arizona.

COMUNIDAD VIERNES 27 DE JULIO DE 2012 **LA VOZ** A5

Republicanos contra proyecto educativo

Por Eduardo Bernal
edward.bernal@lavozarizona.com

Una iniciativa que busca mantener el incremento del uno por ciento a impuestos de venta para financiar programas educativos en Arizona, ha recibido una fuerte oposición de republicanos, quienes buscan métodos jurídicos para frenarla pese a que más de 290 mil constituyentes firmaron una petición para poder incluirla en las elecciones de noviembre.

Prop 204 Quality Education and Jobs, prolongaría este impuesto aprobado en el 2010 para amortiguar los recortes presupuestales al sistema educativo y asistiría primordialmente al financiamiento de programas escolares cruciales para el desarrollo de los estudiantes, así como programas de infraestructura y edificios públicos.

Pese a que este incremento fue apoyado por republicanos en el estado (incluyendo la gobernadora Brewer) y asistió al balance del presupuesto estatal, ahora los mismos, apoyados por grupos del sector privado, se oponen al proyecto.

Brewer se ha pronunciado en contra a esta iniciativa y ha



Ken Bennett, secretario de estado de Arizona. THE ARIZONA REPUBLIC

indicado que la misma busca limitar el poder de la legislatura.

Al hacer permanente el incremento de uno por ciento, alrededor de 900 millones de dólares estarían designados a programas específicos y se encontrarían protegidos de recortes presupuestales por la legislatura.

Ken Bennett, secretario de estado de Arizona, frenó la iniciativa ya que su oficina alega que las firmas son inválidas por no cumplir un requisito basándose en un tecnicismo.

La pasada semana apeló la

decisión de la Corte Superior del estado sobre un fallo que permitiría que la iniciativa sea incluida en la boleta de votación.

Anteriormente Bennett había declarado en un editorial publicado en el Arizona Daily Star que acataría la decisión del Juez Robert Oberbillig y que su oficina trabajaría para incluir la iniciativa.

“Si el juez decide que la iniciativa debe ser incluida en la boleta, nuestra oficina completará su trabajo y la incluirá”, dijo Bennett en el editorial.

Imagen 12.- Republicanos rechazan proyecto educativo

Fuente: Periódico La Voz de Arizona. Agosto de 2012/ Investigación de campo en Phoenix.

Conclusiones

La entrada en operación de la Ley SB1070 en enero de 2011, cambió la vida de la comunidad hispana de Phoenix, conformada en su mayoría por mexicanos y sus descendientes. Arizona quedó sumergida en una situación vergonzosa e indefendible, donde se propició xenofobia y racismo, en ocasiones fuera de control. Quizá lo peor, fue el denominado *profiling*, que hace referencia al juicio sobre un individuo de acuerdo a su presencia física, lo que dio lugar a innumerables violaciones a los derechos humanos, que en Estados Unidos refieren como -derechos civiles-. En este capítulo se habló de sus protagonistas, entre ellos Huntington, que se convirtió en el portavoz académico de una corriente neo-nativista y anti-inmigrante que desde hace años había sido columna vertebral del proselitismo ideológico y político entre los grupos conservadores.

Huntington se identificaba a sí mismo como nativista y se convierte en aliado discursivo de un grupo selecto de conservadores que aportaron grandes cantidades de dinero para mantener la persecución ilegal. Sin embargo, con la destitución del principal promotor de la SB1070, Russell Pearce en noviembre de 2011, quedó el precedente de que los ideólogos anti inmigrantes estaban equivocados. Este equilibrio en las fuerzas políticas no hubiera sido posible sin la participación de las redes sociales. Como vimos en el Capítulo 2, esta herramienta virtual ganó terreno entre la población hispana, porque a través de ella se dio una cohesión de voluntades ante los ataques de intolerancia y racismo provocados por la SB1070. Las redes sociales incluso, salvaron la vida de muchos indocumentados al proporcionar alternativas de seguridad ante las redadas de persecución y acoso contra inmigrantes en las calles de Phoenix. Los alcances de esta ley fueron diseminados a través de la WEB con reacciones inmediatas de las comunidades de hispanos en todo el mundo. Surgieron ideólogos demócratas espontáneos que difundieron sus ideas a través de las redes y presionaron a Obama a

tomar cartas en el asunto. Estar conectados a la Internet en todo momento, permitió a muchos indocumentados salvar sus vidas. Cabe aclarar que en Phoenix, hay muchas personas que llevaban más de 15 años en condición de indocumentados y que pese a su solvencia económica serían deportados, por lo que las redes sociales fueron de gran ayuda para prevenirse en momentos de redada, o incluso recibían avisos preventivos de no salir de su casa. El uso de mensajes cortos (SMS) se volvió cada vez más frecuente con evidencias de su efectividad al enviar alertas a los indocumentados del riesgo de ser deportados. La expansión de legislaciones anti-inmigrantes hacia otros Estados incidirá en el ambiente político, sin embargo no tomará a los indocumentados por sorpresa, tal y como sucedió en algunos condados de Arizona donde las personas se confiaron y no creyeron en los alcances extremos de la nueva embestida antiinmigrante. Es posible que la población perseguida en otros Estados se informe a través de las redes sociales y los indocumentados estén mejor preparados para recibir a la nueva legislación.

Capítulo 4

Perspectiva de los negocios hispanos entre la persecución antiinmigrante y el cambio electoral a través de las redes sociales.

En este último capítulo convergen los conceptos abordados en los 3 capítulos anteriores: las redes sociales, el progreso económico de los inmigrantes de origen mexicano y la incidencia de la Ley SB1070 sobre la población de Arizona. Como se ha visto, las redes sociales han logrado cohesionar a los inmigrantes hispanos y se han formado comunidades virtuales con el objetivo de luchar por sus derechos; a su vez, han impulsado el consumo y gasto de la comunidad. Esta población hispana se conforma en su mayoría por personas emprendedoras que viven preocupadas por su futuro profesional incierto. Algunos están en espera de la ciudadanía estadounidense y otros, pese a que pagan impuestos, crean empleos y contribuyen con la economía local, carecen de documentos y son el flanco de la intolerancia y el racismo de las leyes antiinmigrantes. En el Capítulo 4, se abordará la incidencia de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) en las comunidades hispanas a través de las redes sociales. A unos meses de las elecciones presidenciales, estas organizaciones generan campañas para atraer el voto latino con incipiente respuesta por temor a ser deportados.

La investigación de campo de la presente tesis tenía prevista la aplicación de encuestas a empresarios de origen mexicano, sobre la situación de sus negocios en el marco de la crisis económica y las leyes antiinmigrantes. Sin embargo, ningún empresario aceptó responder la encuesta sin dar razones. Se infieren las causas: en primer término, la situación migratoria de algunos miembros estaba fuera de la ley; en otros casos que se trataba de personas que provenían de una familia con miembros indocumentados; que en su carácter de empleadores habían contratado personas sin estatus migratorio

aprobado o que sus negocios tenían irregularidades fiscales. Ninguna de estas razones pudo comprobarse. En lugar de encuestas, se realizaron entrevistas a profundidad a dirigentes de organismos estratégicas relacionados con inmigrantes emprendedores: la Cámara Hispana de Comercio en Phoenix (AZHCC-P) por sus siglas en inglés), la ONG ‘Chicanos por la Causa’ y el Consulado Mexicano. Éste último solicitó no revelar los nombres de los entrevistados. A finales de 2012, académicos de la Universidad de Arizona en Phoenix y la AZHCC-P llevan a cabo nuevas investigaciones sobre el potencial económico de la población femenina hispana y confían en que Barak Obama repetirá su cargo en la presidencia, lo que facilitaría la construcción de una Nueva Arizona.

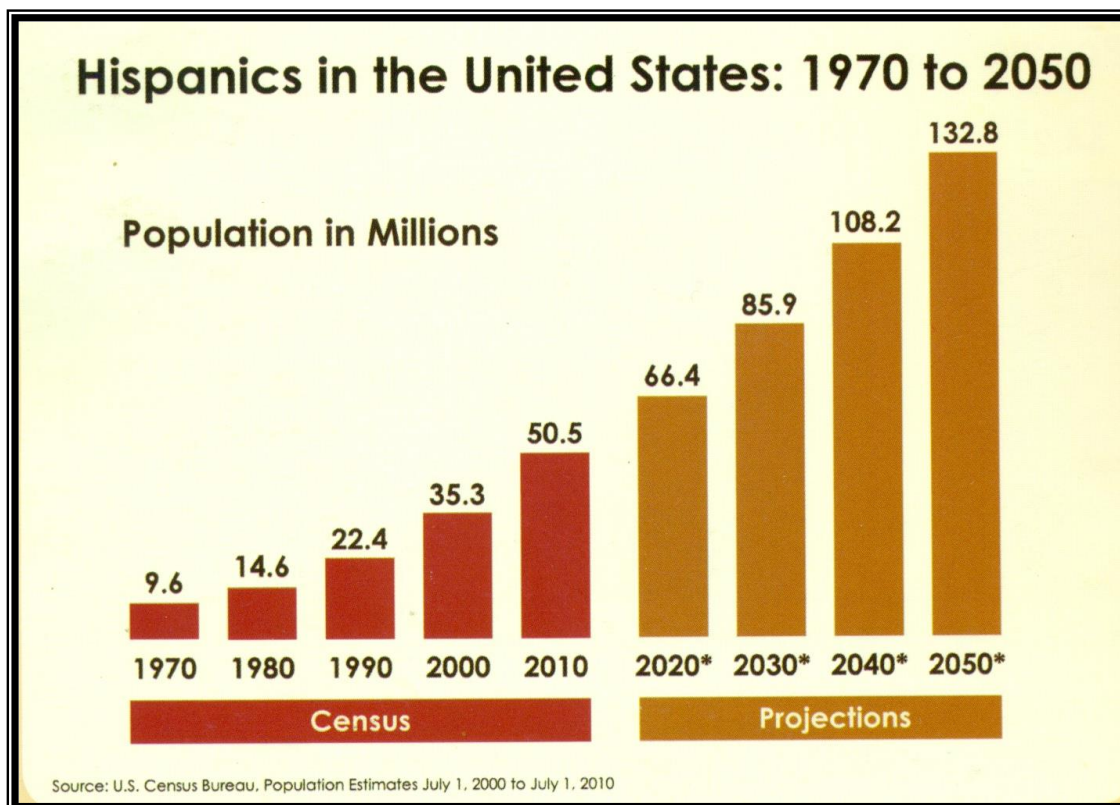
Índice

- 4.1 La economía de Phoenix después de la SB1070
 - 4.1.1 Negocios afectados por la SB1070
 - 4.1.2 Acciones en contra de la SB1070
 - 4.1.3 Repercusiones para México
 - 4.2 Redes Sociales, herramienta de las ONG's en favor de los inmigrantes
 - 4.2.1 Coalición *One Arizona*
 - 4.2.1.1 *Arizona Advocacy Network Foundation*
 - 4.2.1.2 *Arizona Center for Empowerment*
 - 4.2.1.3 *Border Action Network*
 - 4.2.1.4 Democracia USA
 - 4.2.1.5 Mi Familia Vota
 - 4.2.1.6 *Promise Arizona*
 - 4.2.1.7 Ya es hora ciudadanía!
 - 4.2.1.8 *Central Arizonans for a Sustainable Economy (CASE)*
 - 4.2.1.9 *Tonatierra Community Development Institute*
 - 4.2.1.10 *Boicot Intolerance*
 - 4.2.1.11 *Southwest Conference of the United Church of Christ*
 - 4.3 Hispanos, la fuerza económica de Arizona
 - 4.3.1 Potencial de los negocios hispanos en Arizona
 - 4.3.2 Financiamiento a inmigrantes a través de 'Chicanos por la Causa'
 - 4.4 Hispanos, la fuerza política de Arizona
 - 4.4.1 Las redes sociales dan el triunfo a Obama para un segundo período presidencial
 - 4.5 Hacia una Nueva Arizona
 - 4.5.1 Entrevista con Gonzalo de la Melena, Presidente de la AZHCC-P
- Conclusiones

4.1 La economía de Phoenix después de la SB1070

A mediados de 2012, Arizona sufrió una paradoja que comenzó a dañar su economía: la escasez de migrantes para realizar los trabajos que los –blancos- no estaban dispuestos a realizar. La población flotante, es decir indocumentados sin permanencia ni situación estable, disminuyó drásticamente como resultado de las deportaciones masivas mientras que la población indocumentada residente dejó de salir a la calle para no exponerse a las autoridades migratorias. Como resultado, ciudades como Phoenix, Tucson, Yuma, Douglas, Glendale, Gilbert, Peoria y Tempe, donde se ubican comunidades de migrantes mexicanos padecieron el cierre de muchos negocios y sus propietarios lo resintieron en sus ingresos. En mayo de 2010, el Consejo Nacional de la Raza (NCLR) y otros grupos a favor de la defensa de los derechos de los inmigrantes llamaron a un boicot contra el estado de Arizona en protesta por la puesta en marcha de la SB1070. El boicot consistió en solicitar a organizaciones y empresas a no llevar a cabo conferencias, convenciones o eventos especiales en el estado de Arizona. Se estima el costo del boicot en aproximadamente 140 mil millones de dólares en convenciones canceladas y una extensión de pérdidas económicas de hasta 750 millones de dólares. Sin embargo, en septiembre de 2011 el mismo consejo levantó la sanción aduciendo que dicho boicot ha cumplido con su cometido (García, Magaña y Montiel, 2011). Según el documento *‘Transforming Arizona’s Economy 2012’*, existen 50,000 negocios propiedad de hispanos en Arizona, de los cuales el 76% son empresas familiares pequeñas localizadas en la ciudad de Phoenix. García (2012), señaló en entrevista que las leyes antiinmigrantes no sólo provocaron el cierre de negocios hispanos, sino que cambiaron el sistema de educación bilingüe en el Estado, negaron servicios públicos a los inmigrantes indocumentados y sancionaron empleadores que contrataran personas sin estatus migratorio en regla. ”Estas leyes han hecho la vida miserable a los inmigrantes

indocumentados”, enfatizó García. Se dio además el cierre masivo de negocios pequeños ubicados en vecindarios con altas concentraciones de población hispana, que fueron establecidos con el propósito de atender las necesidades de la comunidad inmigrante. Sin embargo, al margen de la SB1070, los hispanos seguirán creciendo de manera sostenida, tal y como se aprecia en la siguiente gráfica:



Gráfica 20.- Proyección de crecimiento de la población hispana

Fuente: *Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.*

Esta gráfica fue elaborada antes de que entrara en operación la ley antiinmigrante SB1070, sin embargo, García señala que preceptos antiinmigrantes siempre han existido y que pese al desequilibrio que ha causado esta ley, las proyecciones de incremento poblacional seguirán vigentes. A partir de 2020, se muestra un incremento sostenido hasta el 2050, año en que podrían sumar 132.8 millones de hispanos de origen mexicano, equivalentes a la población total que habita actualmente en la República Mexicana.

4.1.1 Negocios afectados por la SB1070

En junio de 2011, más de 5 mil niños fueron trasladados a los albergues infantiles porque sus padres habían sido deportados, según el Centro de Investigaciones Aplicadas (ARC, por sus siglas en inglés). En el informe ‘Familias Destrozadas’, el organismo denunció además, el cierre masivo de negocios de personas deportadas. Uno de los casos más comentados fue el cierre del restaurante llamado ‘Campeones’, ubicado en el condado de Mesa, co-propiedad del boxeador mexicano Julio Cesar Chávez, que dejó de operar tras un año de operaciones. Con una inversión aproximada de 4.5 millones de dólares, el restaurante contaba con un centro de eventos para 700 personas (Agencia EFE, abril 2010). La larga lista de negocios hispanos que cerraron y el éxodo de éstos a otros Estados afectaron a negocios pequeños y grandes por igual. Muchas empresas quedaron en la incertidumbre, con amenazas constantes a los inmigrantes de perder sus empleos y a los empleadores por acogerlos. La AZHCC-P dijo no contar con cifras de cuantos negocios han cerrado, pero la situación saltaba a la vista al recorrer las calles de los barrios hispanos de Phoenix, Guadalupe y Mesa. Algunos empresarios quisieron hacer valer sus derechos con demandas en contra de la SB1070 para frenar su implementación, pero sin éxito. Ana Ochoa O’Leary, investigadora de la Universidad de Arizona en Tucson señaló en entrevista, que uno de los preceptos más dañinos de la SB1070 era la detención de personas con base en su apariencia física. “Esta situación que se convirtió objeto de –fastidio- por parte de las autoridades”, dijo. Los hogares donde convivían mexicanos residentes y mexicanos indocumentados la situación se volvió caótica. Aquellos que habían podido sobrevivir optaban por no salir a la calle y procuraban no exponerse en público

ante posibles arrestos. Para ir a su trabajo preferían gastar en un taxi o solicitaban a residentes el servicio de transporte. Obama aprovechó la coyuntura de protesta con fines electorales y abrió una oficina de registro en Phoenix para conquistar el voto latino, según el portal *OneArizona*.

4.1.2 Acciones en contra de la SB1070

A mediados de 2012, asociaciones empresariales, incluida la Cámara Hispana de Comercio, expresaron su desacuerdo contra la ley SB1070 mediante el documento ‘*Amicus Curiae*’ o Amigos de la Corte, que fue presentado al Tribunal Supremo. El documento estuvo por el grupo Empleadores de Arizona por una Reforma Migratoria (AZEIR por sus siglas en inglés), *American Subcontractors Association of Arizona* y *Hill & Usher*, en el que argumentaban los daños de la SB1070 sobre la economía local. ‘Amigos de la Corte’ es un recurso del sistema judicial de los Estados Unidos, en el que una parte no involucrada en el caso hace llegar en forma voluntaria información a la Corte que puede ayudar en la evaluación del mismo. "Nos oponemos a la implementación de la SB1070 porque daña los negocios de Arizona y su reputación, además de que no hace nada para cumplir con las necesidades reales de los empleadores del estado", comentó Sheridan Bailey, miembro de la asociación *Arizona Employers for Immigration Reform* (AZEIR), en una de tantas conferencias de prensa que hubo en Phoenix con el mismo tema, pero en ningún caso tuvieron éxito. Previo a la puesta en marcha de la SB1070, había costado a Arizona millones de dólares en pérdidas económicas como resultado de la cancelación de Congresos, Convenciones y baja del turismo. En este marco, la AZHCC-P responsabilizó al Gobierno Federal de los hechos y pidió regular la inmigración.

4.1.3 Repercusiones para México

Datos de la *Current Population Survey* (2012) confirman una disminución en el empleo de los inmigrantes mexicanos como de hispanos en general a partir de agosto de 2011, provenientes de los sectores de la construcción, esparcimiento y hostelería, comercio y manufacturas. Estos 4 sectores empleaban a 60% de la fuerza laboral inmigrante mexicana y el resultado inmediato fue la caída de remesas, es decir, las transferencias de recursos que hacen las personas que trabajan en Estados Unidos a sus familiares en México. Cabe aclarar que las remesas ya venían cayendo como consecuencia de la crisis económica (2008-2010). Según cifras del Banco de México, en enero de 2009 se registraba una baja de 11.49% respecto a 2008, lo que significa que la caída provocada por el desempleo masivo, deportaciones y cierre de negocios ahondó aún más el poder adquisitivo de muchas familias mexicanas sustentan su economía en ellas.

4.2 Redes Sociales, herramienta de las ONG's en favor de los inmigrantes

Arizona es considerado el estado -centro- del debate nacional (Estados Unidos) sobre la Reforma Migratoria. Sus residentes, documentados y no documentados que lograron sobrevivir insistieron en revertir la Ley SB1070 por considerarla una violación a los derechos humanos. Como resultado, proliferaron Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) apartidistas que luchaban para que la voz de los latinos fuera escuchada a través del voto. Estos grupos civiles lograron conformar una coalición que integra asociaciones independientes y autosostenibles, cada una con su propia red social que defiende la identidad de las minorías en general frente a los grupos conservadores y legisladores republicanos. Estas instituciones no están a favor de la inmigración ilegal, su función en orientar, capacitar y potencializar las fortalezas de los inmigrantes.

A continuación se presenta un recuadro con las ONG's que integran la Coalición

OneArizona:

4.2.1	<i>One Arizona</i>	<p>Es la coalición más representativa en Arizona cuyo lema es 'la unión hace la fuerza'. Su reto está en lograr que los ciudadanos, en particular los inmigrantes, participen en las elecciones y el partido demócrata retome el poder en el Estado. En este esfuerzo no se escatimó en recursos para motivar a los votantes, incluso se les enviaba por correo la boleta electoral para facilitar el Voto Temprano. -Al unirse con otros votantes, puedes hacer la diferencia-, versa el slogan de la Coalición. Entre los requisitos para poder votar está la identificación oficial o <i>ID Card</i>, o la Forma de Registro (esto no se especifica en los anuncios publicitarios).</p> <p><i>One Arizona</i> tiene como meta representar a todas las minorías, incluyendo comunidades sin derecho a votar como: latinos, africanos, asiáticos, comunidad gay, vecindarios de bajos recursos, ciudadanos nuevos, inmigrantes, indígenas y comunidades de todas las edades, habilidades y formación educativa.</p> <p><i>One Arizona</i> está integrada por 10 organismos que han conquistado seguidores a través de las redes sociales:</p>
4.2.1.1	<i>Arizona Advocacy Network Foundation</i>	<p>Atiende grupos minoritarios de personas que han sido marginadas y olvidadas y se sostiene mediante fondos públicos recibidos como donaciones en línea. El objetivo es educar a estos ciudadanos para que sepan ejercer sus derechos civiles.</p> <p>http://www.azadvocacy.org</p>
4.2.1.2	<i>Arizona Center for Empowerment</i>	<p>Rescata jóvenes latinos, preferentemente mexicanos que carecen de recursos para asistir a la escuela y por ende están desinteresados de toda política pública a favor de los inmigrantes. Se realizan visitas casa por casa para invitar a los connacionales a votar y con ello ejerzan sus derechos como ciudadanos. Su modo de promoción más efectivo ha sido a través de <i>Facebook</i> y <i>Twitter</i>. http://www.youtube.com/watch?v=jRxawwCCeLM</p>
4.2.1.3	<i>Border Action Network</i>	<p>Difunde campañas antiinmigrantes denunciando crímenes en la frontera. Analiza historias de mexicanos asesinados sin justificación por vigilantes fronterizos y denuncia los hechos ante las Cortes Federales, con la esperanza de ser escuchados algún día. Su labor de defensa a inmigrantes mexicanos no ha tenido muchos triunfos pero siguen adelante. El organismo confía en que ganará Obama un segundo período presidencial, lo que podría influir para que las cosas cambien y sus propuestas sean escuchadas.</p> <p>http://borderaction.org/web/</p>

4.2.1.4	Democracia USA	Programa cívico para aumentar la participación de los hispanos en la política estadounidense. Cuenta con un grupo de voluntarios que informan a los votantes y público en general sobre temas de interés para las distintas comunidades. http://www.wellstone.org/our-partners/democracia-usa
4.2.1.5	Mi Familia Vota	Fortalece los lazos entre la comunidad latina, en favor de un mejor desarrollo económico a través de la participación cívica, esto es a través del voto. Para otorgar el registro a los interesados, los visitan en su domicilio o su lugar de trabajo. El reto es convencer a los indecisos, que suman el 52% de la población inmigrantes, a ejercer su voto. Para lograrlo el organismo se vale del alcance de la televisora Univisión y otras organizaciones no-partidistas con la campaña ‘Ya Es Hora: Libera a voz’, que motiva a hispanos entre 18 y 24 años de edad a registrarse para votar en las próximas elecciones. www.mifamiliavota.net/
4.2.1.6	<i>Promise Arizona</i>	Recluta, entrena y apoya a una nueva generación de líderes de todo el Estado para construir una Arizona ‘diferente’, en la que los residentes tengan la oportunidad de alcanzar su máximo potencial. Surge en 2010, el año más hostil contra los inmigrantes, en un ambiente de racismo y xenofobia y su objetivo es construir la infraestructura necesaria para ofrecer calidad de vida a las familias inmigrantes: buenos empleos, economía sólida, educación y comunidades seguras para criar niños. La meta es reunir en un plazo de 3 años a 5,000 miembros activos y movilizar 25.000 votantes en 2012. http://promiseaz.org/about/
4.2.1.7	Ya es hora ciudadanía!	Esta red, a la que sus seguidores llaman ‘Campaña’, nació de las marchas pro-inmigrantes surgidas en 2006. Para lograr que las masas estuvieran en acción, la estrategia consistió en informar, educar y motivar a millones de residentes permanentes legales a solicitar la ciudadanía. Más de 400 organizaciones en todo Estados Unidos lograron el registro de 1,4 millones de personas al término del año fiscal 2007. En la actualidad, ‘La Campaña’ sigue focalizando esfuerzos en convertir residentes permanentes legales en ciudadanos estadounidenses para que participen en las elecciones presidenciales de 2012. http://ciudadania.vaeshora.info/about?id=0002
4.2.1.8	<i>Central Arizonan’s for a Sustainable Economy (CASE)</i>	Comunidad integrada por líderes comprometidos a elevar el nivel de vida de las familias de Arizona a través de la educación, aumento de participación ciudadana, desarrollo de liderazgo, formación de coaliciones y fortalecimiento de organismos asociados. Parten de la premisa que la gente viene a Arizona para realizar el -sueño americano-: menores precios de vivienda, buen clima y oportunidades de trabajo. Tras la recesión, este sueño se hizo mucho más difícil ya que el presupuesto estatal y municipal se redujo y miles de personas perdieron empleo, vivienda y acceso a servicios de salud.

		http://www.centralarizonans.org/
4.2.1.9	<i>Tonatierra Community Development Institute</i>	Representa a los pueblos, organizaciones y comunidades indígenas de Arizona, Nuevo México, México Sonora, Australia y California. Esta organización surgió para defender a las comunidades indígenas luego de que sus derechos humanos han sido violados y se les ha negado el derecho a la tierra, los bienes naturales y se ha golpeado su dignidad. La meta es unirlos en defensa de todo lo que les pertenece. http://tonatierra.org/
4.2.1.10	<i>Boicot Intolerance</i>	Es la red del <i>National Council of Raza</i> (NCLR por sus siglas en inglés) que ofrece en línea las noticias sobre leyes antimigrantes que se gestan en nuevos Estados y presenta <i>pod casts</i> con escenas de intolerancia hacia las personas con base en su apariencia. Invita a los cibernautas inconformes con las nuevas disposiciones legales en Arizona a participar en la red manifestando su sentir acerca de los daños causados a la población y escriban propuestas. http://www.boycottintolerance.org/wrong
4.2.1.11	<i>Southwest Conference of the United Church of Christ</i>	Esta red sin fines de lucro, representa a la Iglesia Cristiana que atiende personas de Arizona, Nuevo México y El Paso, Texas. Los servicios que ofrece a la comunidad son abiertos a todo tipo de personas sin discriminación alguna y sobrevive de donaciones voluntarias, que se pueden enviar incluso con tarjeta de crédito. Son defensores de políticas de respeto a los derechos humanos con una intensa labor en las prisiones locales. http://www.uccswc.org

Recuadro 5.- ONG's que conforman *OneArizona*

Fuente: Investigación propia en trabajo de campo, agosto de 2012.

La siguiente imagen muestra una inserción pagada en la revista '*Latina Lifestyle*' que promueve el voto latino apelando a la mujer que defiende sus derechos civiles.

A continuación se reproduce un fragmento:

"Estamos creando aplicaciones sociales y móviles para entusiasmar a la gente sobre las elecciones presidenciales de 2012, y darles la posibilidad de votar sobre asuntos que les afectan. Estamos construyendo herramientas para una generación que sabemos se va a movilizar, ponerse de pie y tomar una decisión sobre las políticas que les afectan de una manera real. Sabemos que los latinos entre 18 y 34 años es la población dominante y fueron los primeros en adoptar

la tecnología y utilizan Internet en sus teléfonos, por lo que estamos revolucionando el proceso de votación para facilitar el registro a través de aplicaciones móviles. Buscamos jóvenes votantes que no sean adictos a la política, pero que se preocupan por sus comunidades...

The Latino Vote
Now We Really Have to Represent
 By Maria Teresa Kumar

If you've seen the *Time Magazine* cover, you know Latinos are the fastest growing demographic in the U.S. We have the power to decide who wins the presidential election. That is why our mission at Voto Latino has never been more important. We must fulfill that prophecy.

Latinos need to represent at the polls this year. We've been hit the hardest by the economy, cuts to education, home foreclosures, and anti-immigrant laws. But one thing never changes: our belief that this country is the best place to live. It's this optimism that makes our community strong, but we still have a long way to go to improve our social economic situation. This is the year to make our vote personal.

When Voto Latino began, the organization's efforts were primarily focused on voter registration and get-out-the-vote campaigns. We gained nationwide attention by registering more than 100,000 new voters. As we've grown, we've expanded our mission to promote civic empowerment as a whole. Our 2010 *Be Counted, Represent!* Census campaign is the perfect example of our growth where we secured \$150 million in federal money for our community.

When the Census results were released, it was clear our efforts paid off. An astounding 60 percent of the 50 million Latinos in America were born in the U.S. We are first-and-foremost American. But we also have a tendency to feel increasingly marginalized and alienated from mainstream America by hateful rhetoric and racial profiling laws that target our community. This is why we

aim to reach not only the politically conscious, but the underrepresented and disgruntled.

We're creating social and mobile apps that get people excited about the 2012 presidential election and empower them to vote on issues that affect them. We're building tools for a generation we know will mobilize, stand up and take action on real policies that affect them in a real way. We know 18-34-year-old English dominant Latinos are early adopters of technology and primarily use the Internet on their phones, which is why we're revolutionizing the voting process with mobile apps that make registering easier.

With all the voter ID challenges ahead, our app gives users up-to-date information on their polling places, what they need to bring, what their state's ID requirements are, who's on the ballot, and tools for voter protection. We're engaging young voters who may not be political junkies, but care about their communities enough to want to share important information with their friends and family via Twitter, Facebook,

email and text. Through blogs, videos, innovative maps, and other interactive tools, our goal this year is to bring young voters into the civic process and keep them engaged long term.

Our latest campaign is the Soundtrack to a Movement, which includes 35 free iTunes song downloads by artists like Pitbull, Los Lobos and Ana Tijoux, who joined our movement. Our goal is to motivate young voters through music that appeals to a diverse group of listeners. The artists featured on Voto Latino's Soundtrack to a Movement donated their songs to help us empower our community and move this country forward. This free 35-song compilation is just the first of a series of Voto Latino exclusives for our supporters this year. We'll be working on the ground in communities across the country, putting on concerts and rallies to make sure everyone is counted and has a voice. We need your help to make this election personal. We need each of us to persuade our friends and loved one to participate. We are 50 million strong. Let's stand up. We'll see you at the polls.

Maria Teresa Kumar (@MariaTeresa1) is the founding CEO/President of Voto Latino, and MSNBC contributor, where she grounded the organization in technology and developed the first ever voter registration via text message in 2006. She has grown the organization from a voter registration outlet to the leading social media online community with over 15 media partners, 120 bloggers, 20 national partners and a field operation in seven states, which have registered over 120,000 voters.

52 www.latinastyle.com LATINAStyle Vol. 18, No. 2, 2012

Imagen 13.- Voto latino
 Fuente: Latina LifeStyle, agosto 2011.

4.4.3 Hispanos, la fuerza económica de Arizona

De la Melena expuso en entrevista que las primeras inversiones hispanas formales (de origen mexicano) que se registraron en la AZHCC-P, datan de la década de los sesenta. Sus fundadores construyeron redes de apoyo con empresarios mexicanos a quienes ofrecieron condiciones económicas necesarias para que establecieran sus negocios en Arizona y con ello fortalecer el crecimiento de la minoría hispana. En esta aventura participaron muchos mexicanos con recursos que obtuvieron la *Green Card* (identificación oficial) a cambio de sus inversiones y lograron que sus empresas tuvieran el apoyo de la *Small Business Administration* (ver pag.49). Años después, estas empresas serían manejadas por sus descendientes nacidos en Estados Unidos. A diferencia de México, estas familias difícilmente venderían sus empresas por situaciones emergentes, lejos de ello las fortalecieron y con el tiempo le añadieron características mexicanas a sus productos para satisfacer la demanda del incipiente 'Mercado de la Nostalgia'. Esta nueva generación, autodenominada como México-americanos, impulsó el mercado latino de consumo al invitar comerciantes mexicanos a sus Expos y Ferias para que expusieran sus productos. Aquellos productos que con calidad de exportación y suficiente producción requerida pudieron ingresar al *Small Business*. En 2012, la mayoría de los empresarios afiliados a la AZHCC-P no son los fundadores de las compañías, pero sus orígenes provienen de México. Tras la puesta en marcha de la SB1070, estos afiliados, así como otros empresarios independientes prefieren no dar entrevistas ni responder encuestas ante la ola masiva de deportaciones a personas de origen mexicano. Aún los empresarios residentes en Phoenix de más de 10 años han sido objeto de persecución por autoridades intolerantes que acatan la

orden de juzgar a las personas tan sólo por su apariencia (tez morena o estatura corta). El representante del organismo, Gustavo De la Melena reconoció durante la entrevista realizada en el trabajo de campo, que la mayor parte de los afiliados a la Cámara tienen ascendencia mexicana, son emprendedores y están convencidos de la fortaleza del mercado hispano en la contribución del crecimiento de Arizona. “Aquí todos somos inmigrantes”, dijo, tras mostrar su nueva campaña social denominada: “¿Hablas el mismo idioma?”, a favor de construir una nueva Arizona más justa y equitativa con los grupos minoritarios. Esta campaña se difundió en 2012 por medios tradicionales y de manera incipiente mediante redes sociales. De la Melena señaló que en la actualidad viven en Arizona cinco generaciones de inmigrantes que se traducen en más de 500,000 personas, “esto es bonito porque aprenden a vivir en las dos culturas”, asentó. Aquellos hispanos que no heredaron negocios y aspiran incursionar en el mercado de consumo, tienen la opción de solicitar los servicios de financiamiento y capacitación en la *Small Business Administration* (ver pags. 53-55), o solicitar un préstamo con intereses bajos y menos requisitos en las ONG’s.

4.3.2 Financiamiento a inmigrantes a través de ‘Chicanos por la Causa’

Como parte del trabajo de campo, Miranda Oñate Fernández, Ejecutiva de Préstamos a Inmigrantes (originaria de México) de Chicanos por la causa, describió en entrevista el tipo de financiamiento que ofrecen a los inmigrantes. Esta organización sin fines de lucro atiende inmigrantes documentados e indocumentados. Éstos últimos asumen que si inician su propio negocio se les puede amparar contra los artículos antiinmigrantes de la SB1070, con sólo decir -soy empresario-. Esto no es posible y se les recomienda que busquen asistencia

legal. Es difícil para Chicanos por la Causa otorgar un préstamo a personas indocumentadas ya que su estatus puede cambiar de un día para otro en caso de una deportación. Se les aconseja tener cuidado a la hora de invertir su mucho o poco capital, pues si los detienen tendrían que dejarlo todo. Por eso es importante para los inmigrantes indocumentados que antes de que empiecen a invertir se asesoren legalmente sobre cuáles son sus derechos. Los atendemos a todos, pero solamente otorgamos el préstamo a personas residentes aquí en Phoenix. Los préstamos son revolventes, se aplica un programa identificado para micro empresarios y la cantidad máxima son 50 mil dólares. Se identifica y se evalúa el proyecto y se presta lo que pueda pagar el aplicante del crédito. Muchas veces solicitan cierta cantidad que después de la evaluación se detecta que no la necesitan o quizá no demuestran cómo la van pagar. En estos casos se dan recomendaciones para que puedan sacar provecho de una cantidad menor. También se cuenta con programas para personas que ya tiene dos años o más en el negocio o industria y la cantidad puede alcanzar los 250 mil dólares. Para obtenerlo, enviamos al candidato a los bancos con una recomendación para que puedan ser sujetos de crédito, previa comprobación de su capacidad de pago. Además debe comprobar su experiencia en el negocio que desea poner y mostrar cómo conseguiría el pago en caso de que el negocio no funcione. Esto es porque muchos no tienen ese récord crediticio que una persona que lleva años viviendo en Arizona sí tiene y tienen mayor probabilidad de desaparecer sin haber pagado. Las personas que radican aquí sabemos dónde encontrarlas en caso de que haya que cerrar el negocio. La mayoría de personas que vienen de otros países a invertir en Phoenix traen su propio capital. Sin embargo, mostrar el capital para conseguir un préstamo no es suficiente. El mexicano que llega con dinero y

piensa invertir tiene que dar una dirección de dónde va a radicar, cuánto capital trae, qué experiencia tiene en la industria o servicio que ofrece su negocio y no siempre cuenta con todos los datos. Chicanos por la Causa se maneja a través de Redes Sociales y mantiene contacto con las Cámaras Hispánicas de Comercio y diferentes grupos empresariales que promueven la inversión. A los clientes se les motiva a utilizar Redes Sociales para que den a conocer su negocio. A través de la Cámara Hispánica de Comercio de Phoenix pueden encontrar otros inversionistas similares y ponerse en contacto con ellos. El mercado hispano es muy grande y cuando la economía estuvo estable se levantaron muchos negocios. Ahora esperamos que pase para seguir ayudando empresarios a crecer. A través de las Redes Sociales se ha ganado clientes; sólo que ahora muchos prospectos fueron deportados. Los emprendedores mexicanos han contribuido – demasiado- a elevar el Producto Interno Bruto (PIB) de Phoenix. Sin embargo, después de la entrada en vigor de la ley SB1070 se perdieron negocios y comercios. Los legisladores nos hicieron mucho daño; antes se cuidaban mucho sus negocios y todos ganábamos.

4.3.1 Potencial de los negocios hispanos en Arizona

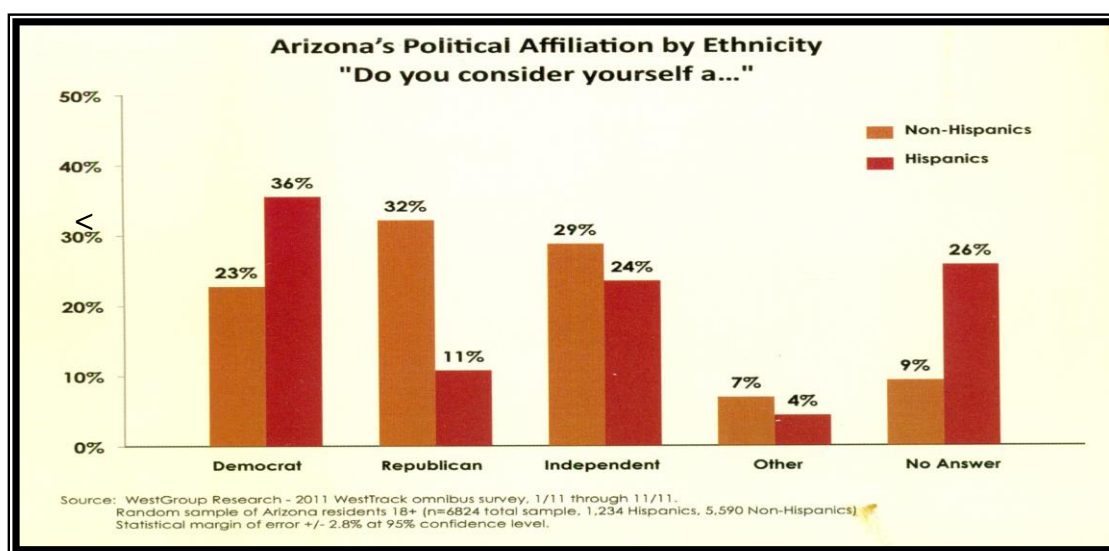
Oñate Fernández reconoció el potencial del mercado hispano en Phoenix, aunque también aceptó que ha sufrido mucho y tardará algún tiempo en levantarse. “Pero si alguien tiene fuerza son los latinos”, acotó tras señalar que cada día más crecen los organismos que ayudan con crédito a los empresarios latinos. Un ejemplo: Hace dos años (junio de 2010), la cafetería mexicana de Efraín Gaytán estaba repleta de obreros inmigrantes atraídos por un desayuno de huevos y burritos antes de ir a trabajar como paisajistas y jornaleros en Phoenix. Pero ahora, dan las 8 am en Phoenix y sólo hay tres mesas ocupadas debido a

que los clientes fueron ahuyentados por la endurecida nueva ley de Arizona. Antes había un montón de personas desayunando, pero ahora todos están preocupados de que los van a sacar. “Los hispanos están incursionando en sectores que antes les eran ajenos, como el desarrollo de tecnología... gracias a que las nuevas generaciones de hispanos se capacitan más en materia empresarial”, acotó por su parte De la Melena, titular de la AZHCC. La expansión se vuelve más notoria en los Estados con mayor proporción de población inmigrante como Nuevo México, Florida, Texas, California y Arizona donde alrededor de 20% de los negocios tienen dueños latinos. Del total, al menos 46% son de mexicanos. Incluso cada vez hay más negocios donde se habla español. Un estudio realizado por la Universidad de California en 2011, señala que los inmigrantes están más dispuestos a vencer barreras poniendo un negocio que en el mercado laboral, tales como el idioma, el nivel educativo o padecer discriminación. De modo que instalar un negocio es una manera de contrarrestar esos factores. Por esta razón, las instituciones dedicadas a atender inmigrantes están ampliando su interés en los migrantes empresarios. La oficina de la Cámara Hispana de Comercio en Chicago prevé ampliar sus productos de capacitación hacia los idiomas, mientras que la de Nueva York tiene iniciativas para ayudar a los inmigrantes propietarios de negocios. Los Ángeles ofrece programas para empresarios de grupos minoritarios y Filadelfia posee un contrato con un grupo sin fines de lucro que apoya a los inmigrantes emprendedores. De 2007 hacia atrás, los giros de negocio más recurrentes por los inmigrantes con espíritu emprendedor eran: comercio, construcción, taller mecánico, limpieza, jardinero, estética /peluquería, transporte, restaurantes, instalación de alarmas-estéreos autos, cuidado de niños, según lo señala Cota

(2010) en su tesis doctoral. A partir de 2011, las nuevas generaciones están incursionando en puestos corporativos y políticos. Según cifras de la AZHCC-P, en 2011 existían 100 mil pequeñas y medianas empresas propiedad de minorías étnicas, de las cuales el 60% era propiedad de empresarios hispanos. Sin embargo, al término de la presente tesis aún no se tienen cifras oficiales sobre el impacto que tuvo el sector tras la puesta en operación de la S1070.

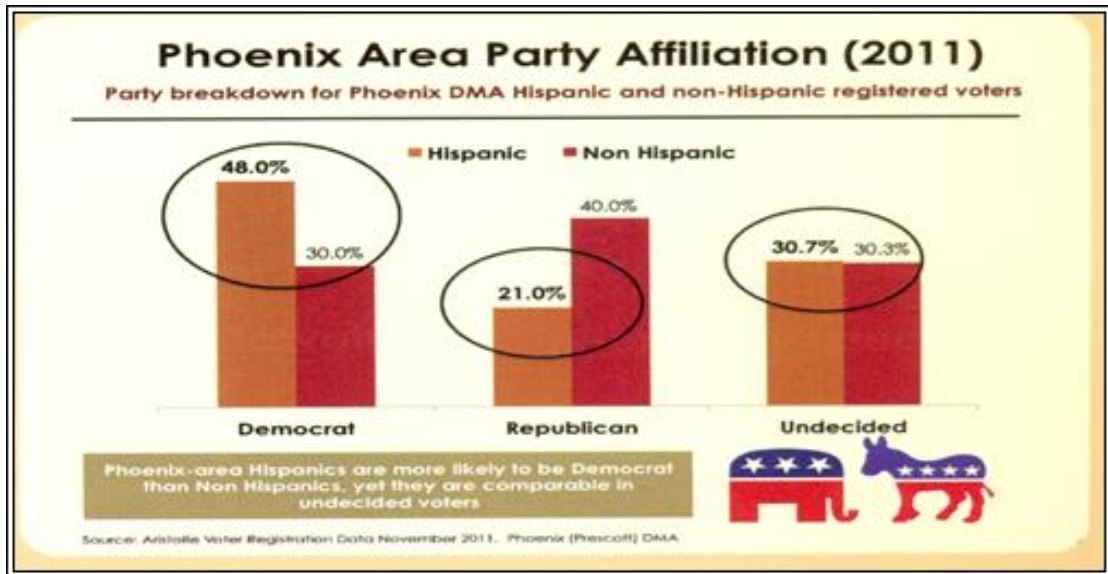
4.4 Hispanos, la fuerza política de Arizona

Los empresarios hispanos han encontrado que la única manera de mantener sus negocios en crecimiento es ganando escaños en el gobierno, tanto a nivel estatal como federal. En la siguiente gráfica se puede observar que el 36% del total de los hispanos simpatizan con el partido demócrata, mientras que sólo el 11% están con el partido republicano. El resto de los hispanos muestra indiferencia o es de afiliación independiente.



Gráfica 21.- Afiliación política en Arizona de hispanos y no hispanos
Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012

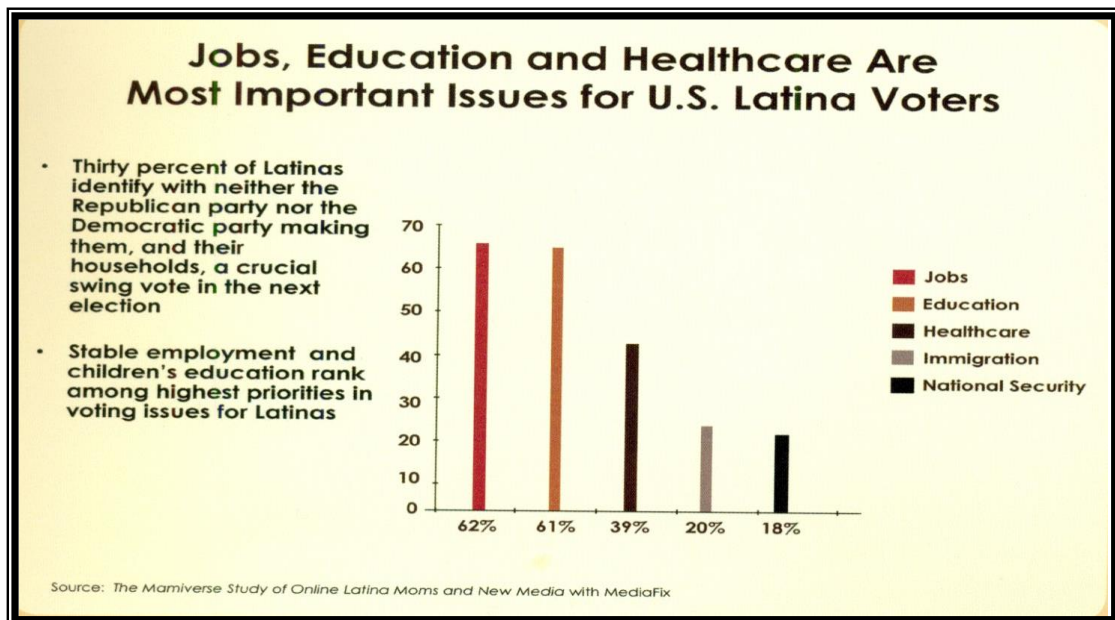
En Phoenix el número de afiliados al partido demócrata creció en 2011 y constituyen el 48% del total de los hispanos que habitan en esta ciudad.



Gráfica 22.- Afiliación política en la Ciudad de Phoenix

Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012

Trabajo, educación y salud son los rubros que conquistaron el voto de las mujeres latinas. En cuarto y quinto lugar están la inmigración y la seguridad nacional.



Gráfica 23.- Trabajo, educación y salud tópicos que inciden en la votación hispana.

Fuente: Arizona Hispanic Chamber of Commerce: Transforming Arizona's Economy 2012.

4.4.1 Las redes sociales dan el triunfo a Obama para un segundo período presidencial

Barack Hussein Obama fue reelegido en noviembre 6 de 2012 como Presidente de los Estados Unidos por segunda ocasión, tras enfrentar la peor crisis económica desde la Gran Depresión de 1929 y a un Congreso conformado por legisladores de mayoría republicana que bloqueó casi la totalidad de sus iniciativas a favor de los inmigrantes. Obama repitió su victoria en todos los Estados que había ganado en 2008, excepto Indiana y Carolina del Norte, pero sólo obtuvo tres millones de votos más que el candidato republicano Mitt Romney: 60 millones (un 50,3%) frente a 57 millones (un 48,7%).

Fueron muchas las causas o circunstancias que le dieron la victoria: las redes sociales, las estrategias de campaña, la rápida respuesta ante la catástrofe del huracán Sandy y el apoyo de los latinos, como las más destacadas. En Arizona el peso del voto hispano era tal, que Obama abrió una oficina de campaña en la Ciudad de Phoenix para conquistar seguidores en la Zona Metropolitana, con la promesa de lograr la Reforma Migratoria que podría derogar la SB1070. Obtuvo el respaldo de Virginia, Ohio, Florida, Wisconsin, New Hampshire, Colorado y Iowa, no así el de Arizona.

Su principal éxito de campaña fue el acercamiento emocional que logró tener con los ciudadanos a través de las redes sociales, haciendo sentir a la gente que su campaña era hecha por y para el pueblo brindándoles una sensación de empatía con cada una de las acciones que el candidato llevaba a cabo. Su campaña tuvo como eje central la esperanza de lograr mejores condiciones de vida para las mayorías y lo difundió a través de las armas tradicionales de cualquier campaña política: notas de prensa, anuncios en televisión, radio, carteles, folletos o pancartas espectaculares, pero al igual que en 2008, llevó una exitosa estrategia en Internet, basada en la interconexión entre candidato y

electores.

Datos del Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana (2012), señalan que en 2008 Obama fue considerado -el candidato de la Internet- y a lo largo de su primer período al frente de la Casa Blanca obtuvo el título de -Presidente de las Redes Sociales-. Sin embargo, en 2012, el Observatorio consideró que las redes sociales no han sido todo en estas elecciones. La desconfianza que se fue generando en contra del candidato republicano también fue de gran ayuda para Obama, quien lo supo manejar y utilizar a su favor; además, resultó muy efectiva la manera como Obama acusó a Romney de ser un multimillonario al que no le importa otra cosa que la situación de los ricos, luego de haber declarado en una reunión privada que no le interesaba el 47% de los estadounidenses que viven de la ayuda del Estado y que votan por los demócratas. En 2012, *Twitter*, *Facebook*, *Foursquare* y otras comunidades virtuales fueron parte activa de la elección, dado que los usuarios compartieron ahí su intención de voto, con la emisión hasta de 15 mil micromensajes por minuto. La campaña en las redes sociales alcanzó su momento más importante cuando el Presidente envió a *Twitter* y *Facebook* una fotografía abrazando a su esposa, unos minutos después del triunfo de su elección (*The Economic Times*, Nov.7, 2012). En una revisión hasta las 01:50 horas del miércoles 6 de noviembre, casi 500 mil personas retuitearon el envío y en Facebook casi 2 millones le dieron -me gusta- en Facebook, con lo cual sitúa entre los posts más vistos en la historia de las redes sociales. Diversos medios informaron que el día de la elección presidencial se utilizaron las redes sociales para documentar su voto o para dar su opinión. *Twitter* creó dos mapas interactivos para medir la popularidad y los temas que manejan Obama y Romney, mientras que *Foursquare* habilitó un mapa que muestra en tiempo real a las personas que hacen *check in* con la palabra clave #ivoted en los centros de votación.

Estados como Florida, Ohio, Virginia e Indiana fueron también temas populares en la red de microblogging. ‘Obama’, #IVoted y #HappyElectionDay. Bastaron tres palabras: *Four more years*, para que Obama rompiera un nuevo récord en esta red social. El mismo mensaje en Facebook también tuvo gran difusión luego de ser compartido más de 240 mil veces, con más de 3 millones de signos de -me gusta-.

4.5 Hacia una nueva Arizona

Gonzalo de la Melena, Presidente de la AZHCC señaló en entrevista de trabajo de campo la necesidad de reconstruir Arizona. Él como descendiente de inmigrantes mexicanos lamenta el desequilibrio que ha causado la SB1070 a la relación México-Estados Unidos, pero sobretodo la agresión sin precedentes hacia los inmigrantes. Está convencido del potencial desarrollo económico de la comunidad hispana y prevé en el corto plazo, el nacimiento de una nueva Arizona.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista:

ALVM	¿Qué es la AZHCC-P?
GDM	Es el organismo privado que agrupa a los empresarios latinos (hispanos) que tienen empresas o negocios en la Ciudad de Phoenix, Arizona.
ALVM	¿Cómo afectó la Ley SB1070 a la Ciudad de Phoenix?
GDM	La SB1070 ha tenido un efecto global en la comunidad hispana en general, lo cual ha afectado la imagen de Phoenix y del estado de Arizona. No ha sido favorable para nuestra comunidad pues ha tenido efectos económicos, emocionales y familiares que han sido difíciles.
ALVM	¿Cómo enfrenta la AZHCC-P esta situación de intolerancia y racismo?
GDM	Lo importante es que tenemos micro y medianos empresarios que luchan por salir de este problema. Vamos a salir adelante no tenemos otra opción, ha sido difícil para todo el mundo. Nuestra posición como Cámara de Comercio es liderar a los emprendedores y empresarios hispanos, tratar de dar ser servicio y motivarlos y lejos de las leyes antiinmigrantes estamos tratando de sacarlos adelante. No importa de qué lado te encuentres de la SB1070, lo que importa es que está afectando nuestra economía y nuestra imagen en el mercado. Esto no es bueno para la economía ni para los negocios.
ALVM	¿Qué necesita un emprendedor inmigrante para ser miembro de la AZHCC?
GDM	El costo para entrar al <i>Small Business</i> es de 300 dólares anuales y con ello se tiene acceso a capital, entrenamiento y servicios promocionales. La Cámara

	<p>cuenta con una Incubadora de Negocios que ha ofrecido capital superando los 25 millones de dólares y 350,000 empleos, pero con esto sólo estamos tocando la puerta pues hay mucho más que hacer.</p>
ALVM	<p>¿Cuántas empresas hispanas hay en Arizona?</p>
GDM	<p>En Arizona hay más de 400 mil empresas pequeñas de las cuales 65,000 son empresas hispanas y de esas entre 50 y 70% son mexicanas, aunque esta cifra será actualizada en noviembre de 2012. Los negocios más importantes de mexicanos tienen que ver con temas de construcción y producción de comidas enlatadas.</p>
ALVM	<p>¿Qué factores han contribuido al crecimiento de los hispanos en Arizona?</p>
GDM	<p>Arizona ha crecido en los últimos 20 años más que nada por el acceso a la casa, porque aquí los costos comparados con otros mercados grandes han sido más favorables y por eso ha ido creciendo la industria de la construcción. Aquí mucha gente viene a comprar casa y específicamente los hispanos han logrado tener negocios exitosos en esta industria. Nosotros (se refiere a su familia) siempre hemos trabajado en esta industria desde chiquitos y luego entramos formando parte de la fuerza laboral, compramos un equipo y luego una camioneta y luego buscamos ser el dueño del negocio entero, que con el tiempo se convirtió en una empresa. Hemos visto gente que ha subido desde abajo, prácticamente desde albañil. Este era un negocio (construcción) muy productivo en Phoenix hasta que reventó la burbuja inmobiliaria en 2008 cuando vino la recesión.</p>
ALVM	<p>¿Es fácil que los mexicanos compren una casa?</p>
GDM	<p>A pesar de esta crisis, los mexicanos que vienen a vivir a Arizona pueden encontrar casas a muy buen precio dependiendo la zona de la Ciudad. El precio de una casa de buen nivel a nivel nacional cuesta en promedio 200 mil dólares. En Arizona la puedes encontrar desde 130 mil dólares de una planta, para familias que tienen un ingreso promedio mensual de 4 mil dólares trabajando dos personas. Son casas en promedio de 2,500 pies cuadrados.</p>
ALVM	<p>Por las calles vemos muchos inmuebles con el letrero 'For Sale', ¿Significa que la situación económica en Phoenix sigue complicada?</p>
GDM	<p>Aún estamos en recuperación subiendo poco a poco. Esperamos que no sea una 'W', que significa que esperamos no volver a caer en otra recesión.</p>
ALVM	<p>¿Se han ido muchos mexicanos?</p>
GDM	<p>Sí, ha sido una tormenta perfecta provocada por el desempleo y la caída del mercado a nivel nacional. La burbuja del mercado de casas afectó a Arizona desproporcionadamente porque nosotros dependíamos en un alto porcentaje, 60-70% de esta industria, no estábamos lo suficientemente diversificados y encima de eso vino la Ley antiinmigrante SB1070. Esos tres efectos se convirtieron en uno solo que fue creciendo. Pero la gran diferencia entre nosotros y los países latinos es el acceso al capital y al financiamiento. Aquí en Estados Unidos la mayoría de la gente con esos 4 mil dólares de ingreso puede tener acceso a capital a un costo razonable entre 3% y 6%, que difícilmente se consigue en México. En la actualidad el costo del capital ha</p>

	bajado pero el acceso presenta mayor restricción. Hay que aportar más cada mes, no solo a intereses sino a capital.
ALVM	¿Cómo inciden los latinos (hispanos) en la política de Arizona?
GDM	Más de 40 años desde la aprobación de la Ley de Derecho al Voto la influencia política de los latinos (hispanos) en Arizona y en todo el país ha crecido de manera significativa. Sin embargo, la capacidad de la comunidad para influir en el resultado de las elecciones, la legislación y la opinión pública sobre los grandes temas de nuestro tiempo está por detrás de su representación demográfica proporcional.
ALVM	¿Qué proyectos tiene la Cámara hacia adelante?
GDM	Trabajamos con la Universidad de Arizona en nuevas investigaciones sobre la productividad económica de los empresarios hispanos. Buscamos una Nueva Arizona con más igualdad para todos.

Para De la Melena, como para muchos empresarios hispanos jóvenes de origen mexicano, una Nueva Arizona significa poner en activo el capital humano y gastar con prudencia. Prevé que los negocios propiedad de minorías hispanas seguirán creciendo entre cinco y seis veces más que los negocios propiedad de no hispanos, no solo en Arizona sino en todo Estados Unidos. Espera que para 2035 la población latina sea una mayoría-minoritaria o incluso antes. Está convencido de la voluntad emprendedora de la población inmigrante, “¿qué otra razón los trajo hasta aquí sino la de compartir el sueño americano?”, finalizó.

Conclusiones

El Capítulo 4 analiza al inmigrante frente a la realidad política que se vive en Estados Unidos en la víspera de las elecciones presidenciales de 2012. Tras la puesta en operación de la SB1070 el primero de enero del mismo año, el inmigrante común está más preocupado por defender sus derechos que por ejercer su voto. A través de las redes sociales, se difundieron los beneficios de hacer valer el voto con el objetivo de crear conciencia entre la población hispana y hacerla partícipe de la vida política del país. Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) realizaron grandes esfuerzos por mover a los indecisos para que votaran bajo la consigna de ejercer su derecho y con ello estar en posición de pedir la revocación de la SB1070. De acuerdo a las gráficas presentadas, son las mujeres las más dispuestas a votar a cambio de empleo, salud y seguridad social. Las ONG's pro migrantes proliferan por todo Arizona y los hispanos documentados y no documentados acuden a ellas para conseguir préstamos y/o buscar orientación para no ser deportados. Cada ONG tiene una propuesta diferente pero tienen en común llevar al inmigrante a votar. La mayoría recurre a las páginas WEB interactivas, para lograr mayor penetración entre las nuevas generaciones que prefieren informarse a través de redes sociales. Esta herramienta jugó un papel tanto informativo como interactivo, a través del cual las personas manifestaron de manera 'anónima' todas sus inquietudes, algo que años atrás no habían podido hacer por temor a la deportación. La entrevista con 'Chicanos por la Causa' nos deja ver que pese a la persecución antiinmigrante, existe la manera de obtener un crédito para poner un pequeño negocio siempre que se tenga una propuesta innovadora. Sin embargo el primer requisito que se debe cumplir es ser residente legal. El organismo no promueve tendencias partidistas ni pretende denunciar a los indocumentados que se acerquen a solicitar información, solo les proporciona orientación para que legalicen su situación lo antes posible. En entrevista a Gustavo de

la Melena, Presidente de la AZHCC-P quien detalla los avances de la institución a su cargo en favor de los empresarios hispanos y su potencial de desarrollo económico para el Estado. Reconoce que la crisis económica en Arizona no ha terminado y que esto, aunado a las repercusiones SB1070 sobre la población hispana, han mermado la productividad local. Si bien lamenta mucho la persecución que sufren sus connacionales, plantea que en un futuro cercano surgirá una nueva Arizona, que demostrará que son precisamente los inmigrantes los que contribuyen con mayor carga fiscal a erario público y los que podrían sacar adelante la economía del Estado. En noviembre 6, Obama gana las elecciones presidenciales para el período 2012-2018 y la esperanza de los hispanos está puesta sobre la Reforma Migratoria. La campaña de Obama tuvo como eje central la esperanza y lo difundió a través de las armas tradicionales de cualquier campaña política: notas de prensa, anuncios en televisión, radio, carteles, folletos o pancartas espectaculares, pero al igual que en 2008, llevó una exitosa estrategia de redes sociales, basada en la interconexión entre candidato y electores. Las redes sociales no fueron el único elemento que le dieron el triunfo a Obama, pero quizá el más poderoso. La desconfianza que se fue generando en contra del candidato republicano fue de gran ayuda para Obama, quien lo supo manejar y utilizar a su favor a través de la red. En 2012, *Twitter*, *Facebook*, *Foursquare* y otras comunidades virtuales fueron parte activa de la elección, dado que los usuarios compartieron ahí su intención de voto, con la emisión hasta de 15 mil micromensajes por minuto. La campaña alcanzó su momento más importante cuando el Presidente envió a *Twitter* y *Facebook* una fotografía abrazando a su esposa unos minutos después del triunfo de su elección, lo cual se convertiría en uno de los *posts* más vistos en la historia de las redes sociales.

Conclusiones finales

El presente proyecto ha comprobado la hipótesis: las redes sociales inciden en la permanencia de negocios de origen mexicano en Arizona, pese a la Ley antiinmigrante SB1070. Esta afirmación, sin embargo, tiene matices según el estatus migratorio del propietario del negocio al que se haga referencia. En este trabajo se abordó la situación social del inmigrante general, pero se delimitó en cuanto a su participación en la economía y la política. A la par, dimensionar el uso de las redes sociales como herramienta de crecimiento económico es aún incipiente si se le compara con el desarrollo que ha tenido en política, sin embargo, ha quedado asentado el potencial de gasto y consumo de la población hispana de origen mexicano. Lo anterior nos lleva a las siguientes conclusiones:

- 1) los hispanos de origen mexicano que habitan en Arizona no desean volver a México pese a sus problemas económicos.
- 2) ni los que perdieron su casa por la crisis hipotecaria (*Subprime*) desean volver, pues comenzar de cero es algo que ya experimentaron, quizá varias veces.
- 3) el racismo y la intolerancia contra los inmigrantes en Arizona tampoco son factores que motiven a nuestros connacionales a volver a México.
- 4) La crisis financiera mundial se transformó en crisis económica para los estadounidenses, aumentaron la xenofobia, los sentimientos antiinmigrantes y las prácticas discriminatorias, incluso entre hispanos.
- 5) Los hispanos son personas trabajadoras, crean empleo y contribuyen con sus aportaciones fiscales a sostener el erario público, sin embargo han sido acosadas por su apariencia física.
- 6) La Ley antiinmigrante SB1070 afectó la economía, cerraron miles de negocios y se cayó el empleo.

La crisis hipotecaria de alto riesgo (*Subprime*) provocó el cierre de negocios relacionados con la construcción y servicios derivados y los inmigrantes fueron los más afectados. Entre 2002 y 2005, cualquier ciudadano podía comprar una casa pues las tasas de interés eran muy bajas. En 2006 cuando suben las tasas, aquellos inmigrantes que sin respaldo económico habían comprado casa, la perdieron al no poder con los intereses que se elevaron a más del doble. Las familias inmigrantes, ya de por sí dañadas en sus ingresos, fueron señaladas como culpables de quitarle empleo y beneficios sociales a los estadounidenses. Un obrero calificado, por ejemplo, tenía que competir contra los bajos salarios de un inmigrante indocumentado porque no había más empleo. Como consecuencia, el erario público recibió menos impuestos y se redujeron los presupuestos dirigidos a atender a los jubilados, a las escuelas bilingües para inmigrantes y se restringieron los servicios de salud en general.

7) Legisladores republicanos lograron imponer la Ley antiinmigrante SB1070.

La precaria situación económica que se vivió en todo el país y en particular en Arizona, exacerbó el ánimo de la población y los legisladores republicanos sacaron provecho de la situación para asentar nuevos preceptos antiinmigrantes como medida de seguridad nacional. La Gobernadora Jan Brewer culpó al gobierno de Barak Obama de no hacer su trabajo y en Arizona los legisladores aprobaron la SB1070, una ley con fuerte carga de racismo e intolerancia. Si bien la Suprema Corte impidió la ejecución de algunos preceptos extremos, la gobernadora se encargó de capacitar a la policía para que aplicara la ley con todo rigor.

8) Las redes sociales cohesionaron a la comunidad inmigrante a defender sus derechos.

En un entorno de incertidumbre económica y social, los inmigrantes encontraron

apoyo en las redes sociales. La población hispana de Arizona, logró el apoyo de otras minorías y algunos residentes estadounidenses, tras enviar mensajes a través de la red de Internet. Los avances tecnológicos permitirían que por primera vez el usuario común hiciera valer su opinión y las minorías se cohesionaron en marchas para defender sus derechos. Salieron a las calles personas de todos los sectores sociales en protesta por el trato inhumano a los inmigrantes basado en –sospechas razonables- de ser indocumentado. Estas mismas redes se habían convertido en un acceso fácil de información sobre la experiencia de la migración, cómo llevarla a cabo, mitigar riesgos y lograr una integración más rápida en Estados Unidos. La puesta en operación de la SB1070 desintegró familias y multiplicó las deportaciones además de mermar aún más la economía local. Al cierre del ejercicio fiscal de 2012, el Servicio de Inmigración y Control de Aduanas (ICE por sus siglas en inglés), informó sobre 409,800 deportaciones de indocumentados en todo Estados Unidos, de las cuales el 5% habían sido mexicanos en Arizona.

9) El voto hispano, impulsado a través de las redes sociales apoya a Obama y al partido demócrata.

Pese a lo anterior, la gran mayoría de mexicanos que reside legalmente en Phoenix no desea volver a México. Sufren de hostigamiento y persecución, pero no están dispuestos a regresar a su lugar de origen de manera voluntaria. La razón es simple, tuvieron acceso a una mejor calidad de vida y no desean perderla. Las familias con hijos pequeños se acogieron a los programas de repatriación para no fracturar el núcleo social y otros optaron por esconderse, con la esperanza de que esta persecución y acoso terminarían en el corto plazo. Algunos se refugiaron en otros Estados de la Unión Americana donde no admiten leyes antiinmigrantes y los menos buscaron la manera de emplearse en Estados como Main o Vermont, que

reconocen su necesidad de inmigrantes y los atraen con oferta de empleo bien remunerado. A lo largo de 2012, la SB1070 ya había logrado un efecto multiplicador y se había extendido hacia Alabama, Uta, Georgia y Carolina del Sur. En este escenario las Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) impulsaron el voto hispano y lograron despertar el interés de los indecisos en favor de Obama. Después de su triunfo, el foco está en que se apruebe la Reforma Migratoria.

10) Los México-americanos defienden su biculturalidad y pretenden crear una nueva Arizona.

En trabajo de campo, se pudo observar que en las calles de Phoenix había cantidad de inmuebles y negocios vacíos con la leyenda '*for sale*'. Los grandes consumidores, los hispanos de origen mexicano, dejaron de comprar en protesta por la situación de acoso y el resultado fueron grandes pérdidas económicas que se convirtieron en reclamo de empresarios de Arizona al Gobierno Federal. Las manifestaciones dieron resultados. Fue evidente que la comunidad de inmigrantes latinos se politizó y que, en algún momento con su voto, influyeron para establecer su propia agenda migratoria. Mientras tanto, debemos estar conscientes de que se ha generado una mayor hostilidad en la región fronteriza y, por ende, se ha agudizado la constante violación de los derechos humanos de los inmigrantes que intentan cruzar la frontera. Todo ello redundo en un efecto muy negativo para la relación bilateral. Empresarios México-americanos tienen muy claro sus fortalezas y confían en la fuerza laboral inmigrante. Su preocupación está centrada en sacar adelante la economía del Estado y fortalecer a las empresas hispanas de menor tamaño que han logrado sobrevivir. En adelante habrá más restricciones para formar una empresa, pero también llegarán hispanos con ideas innovadoras dispuestos a conquistar el gran mercado de consumo estadounidense. "El gran potencial está en los productos

que apelen al Mercado de la Nostalgia”, reconoció De la Melena, Presidente la Cámara Hispana de Comercio de Arizona. Mercado de la Nostalgia, agregó, hace referencia a los hábitos de consumo compartidos por quienes se aferran a sus raíces, pero en la actualidad sólo ha sido aprovechado por algunas empresas.

Pese a los estragos que causó la SB1070, la fuerza latina reconstruye Arizona. Al cierre del presente trabajo, la economía de Estados Unidos seguía vulnerable y necesitaba de los impuestos de los empresarios inmigrantes para recuperar el crecimiento. “La AZHCC-P será el abogado principal para impulsar y defender a la comunidad de la pequeña empresa de Arizona”, asentó De la Melena. Para los investigadores de la Universidad de Arizona, lo que viene es la -Aculturación de los latinos de Arizona- y no la -Latinización de Arizona-, este es por mucho, el legado histórico con más probabilidades de alcanzar. La presente tesis deja la puerta abierta a nuevas investigaciones relacionadas con la siguiente generación de México-americanos en Arizona y su forma de incubar negocios a través de la red.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografía

- Arias, P. y Durand, J. (2008). *Mexicanos en Chicago, Diario de campo de Robert Redfield*. Colección Desarrollo y Migración. México: Editorial Porrúa.
- Castells, M. (2001). *La Era de la Información. Vol. II: El poder de la identidad*. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2001). *La Era de la Información. Vol. III: Fin de Milenio*. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2002). *La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red*. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de esperanza e indignación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cota B. (2010). *La creación de pequeños negocios de inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona*. Tesis Doctoral, Tijuana, Baja California, Colegio de la Frontera Norte.
- Crucianelli, S. (2009). Introducción. En *Herramientas digitales para periodistas*, (pp. 9-10). Iniciativa del Centro Knight para el periodismo en las Américas. Texas: Universidad de Texas.
- Crucianelli, S. (2009). Redes Sociales y Sindicación WEB. En *Herramientas digitales para periodistas*, (pp. 86-103). Iniciativa del Centro Knight para el periodismo en las Américas. Texas: Universidad de Texas.

- Crucianelli, S. (2009). La WEB Semántica. En *Herramientas digitales para periodistas*, (pp. 143-152). Iniciativa del Centro Knight para el periodismo en las Américas. Texas: Universidad de Texas.
- Dávila, C., Shiavón J.A. y Velázquez R. (2008). *Diplomacia local. Las Relaciones Internacionales de las entidades federativas mexicanas*. Macroproyecto Ciencias Sociales y Humanidades. México: UNAM.
- De Ugarte, D. (2009). *Filés: democracia económica en el siglo de las redes*. Colección Planta 29. Madrid: Ediciones El Cobre.
- Doty, Roxanne (2007). *The Law into Their Own Hands: Immigration and the Politics of Exceptionalism*. Tucson: University of Arizona Press.
- Durán, J. (2011). *Migración y Seguridad: nuevo desafío en México*. Capítulo 5: Arizona: entre la ley (anti-in)migración y la (in)seguridad. Reflexiones sobre algunas bases ideológicas y culturales de la ley SB 1070. México DF: Colectivo de Análisis de la Seguridad con Democracia, A. C.
- Eliot S. et. al (1980). *Breve Historia de los Estados Unidos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Fernández de Castro R. y Blackmore H. Coordinadores (2008). *¿Qué es Estados Unidos?* México: Fondo de Cultura Económica.
- García Inda, A. Y Martínez P. (2001). *Ciudadanía, voluntariado y participación*. México: UNAM Primera Edición.
- Huntington, S. (2004). *Who are We? The Challenges to America's National Identity*. Estados Unidos: Prentice Hall.
- Ibarra Escobar, G. (1997). *Relaciones México-California. Más allá de la frontera*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa. Sistema de Investigación del Mar de Cortés.

- Joysmith, C. et al (2000). *Límites sociopolíticos y fronteras culturales en América del Norte*. Proyecto Colectivo de Estudios sobre Latinos. México: UNAM-CISAN.
- Laborde A. (2006). *Reflexiones sobre el fenómeno migratorio de los mexicanos en Estados Unidos* (volúmenes I, II y III). México: Tecnológico de Monterrey. Plaza y Valdés Editores.
- Laborde A. (2009). *Desde el otro lado* (parte I y II). Tecnológico de Monterrey. México: Plaza y Valdés Editores.
- Laborde A. (2010). *Migrantes sin fronteras*. Tecnológico de Monterrey. México: Plaza y Valdés Editores.
- Lara Valencia F. (2012). *Región Fronteriza México – Estados Unidos: Desarrollo y Gobernanza*. Estados Unidos: Arizona State University. School of Transborder Studies.
- Levine E. (2001). *Los nuevos pobres de Estados Unidos: Los Hispanos*. México: UNAM - Editorial Porrúa.
- Levine E. (2004). *Inserción Laboral de Migrantes Mexicanos y Latinos en Estados Unidos*. México: Cuadernos de América del Norte, No. 13. CISAN UNAM.
- Levine E. & Joyce A. Klein (2005). *Opening opportunities, building ownership: Fulfilling the promise of microenterprise in the United States*. United States: Aspen Institute.
- Levine E. et Al (2008). *La migración y los latinos en Estados Unidos. Visiones y conexiones. Transnacionalismo e incorporación laboral de migrantes mexicanos en Estados Unidos y las perspectivas de ascenso socioeconómico para sus hijos*, p.253. México: CISAN UNAM.

- OCDE (2010). *Latin American Economic Outlook*. México Centro.
- Raijman, R. y Tienda M. (2000). *Training Functions of Ethnic Economies: Mexicans Entrepreneurs in Chicago*. Sociological Perspectives, vol. 43, núm. 3, pp. 439-456. Estados Unidos: Princeton University Wallace Hall.
- Sassen, S. (2003). *Contrageografías de la globalización. Género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid: Editorial Traficantes de Sueños.
- Sosa Plata, M. A. (1998). *Información política: enfoque analítico y perspectiva estratégica*. México: Instituto Federal Electoral.
- State of Latino Arizona. (2010). *Economic and Financial Issues*. Center for Community Development and Civil Rights. EUA: Arizona University.
- Transforming Arizona's Economy (2012)*. Arizona Hispanic Chamber of Commerce (AZHCC).
- Valenzuela, B. (1993). *Los pequeños negocios de jaliscienses y michoacanos en New Rochelle, Nueva York*, en J. Arroyo y D. Lorey comp. Impactos Regionales de la Apertura Comercial, Guadalajara. México: Universidad de Guadalajara, UCLA Programe of México.
- Valenzuela B. (2003). *La geografía de los empresarios de origen mexicano en Estados Unidos*. (Su localización en Estados y ciudades estadounidenses entre 1987 y 1997). México: Carta Económica Regional, año 15, núm. 83, pp. 21-31-132.
- Valenzuela B. (2007). *Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona*. Proyecto: 'Patrones migratorios e impactos económicos y sociales de la migración internacional sinaloense. El caso de los sinaloenses en Phoenix, Arizona'. México: Fondo Mixto CONACYT, Gobierno de Sinaloa.

- Valenzuela B. y Calleja M. (2009). *Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos*, México: CUCEA-Universidad de Guadalajara.
- Valenzuela B. (2007). *Economías étnicas en metrópolis multiculturales. Empresarialidad sinaloense en el sur de California*. México: Plaza y Valdez.
- Verea M. et al (2012). *Antimigrant, Sentiments, Actions and Policies*. México: CISAN UNAM.
- Villareal R. (2010). *Industrialización, competitividad y desequilibrio externo en México. Un enfoque macro-industrial y financiero (1929-2010)*. México: Fondo de Cultura Económica.

Hemerografía

- Alto porcentaje de capital humano mexicano no se aprovecha en México sino en Estados Unidos (2010 Enero). *Situación Migratoria Servicio de Estudios Económicos*. Fundación BBVA Bancomer, México.
- Andrade Uribe, L. (2009, Agosto). Viaje al centro de Facebook. *Revista etcétera*. Editora Periodística y Análisis de Contenidos, México.
- Crary D. (2012, Abril 29). *High court's tone emoldens ackers of SB1070-style laws*. Periódico Arizona Daily Star, Estados Unidos.
- Fumero, A. y García J. M. (2009, Agosto). Las redes sociales. *Revista etcétera*. Editora Periodística y Análisis de Contenidos, México.
- Gumucio Dragón A. (2009, Agosto). ¿Hay democracia en la red? *Revista etcétera*, pp. 19-23.
- Importancia de las redes sociales en la migración (2010 Septiembre). *Situación Migratoria - Servicio de Estudios Económicos. BBVA Research*.

- Islas O. y Arribas A. (2011, Enero). Cifras de Internet en 2010. *Revista etcétera*, pp. 32-34.
- Levine E. (2011-2012). The effects of Large-Scale Emigration on Mexico. *Revista Voices of México*, 35-38.
- Otero S. (2012, abril 28). Migración ilegal cató 53% desde 2009:EU. Periódico El Universal-Nación, México.
- Phoenix Tucson & Vicinity (2012). Highways. Estados Unidos Rand Mc Nally.
- Piña C. y Piscitelli A. (2009, Agosto). Que vengan los nativos digitales. *Revista etcétera*, pp. 49-52.
- Saavedra M. y Zúñiga A. (2011, Enero-Febrero). Importancia de la utilización de las TIC en la Mipyme. *Revista Emprendedores, Incubadora de Empresas Creativas. No 27*, México.
- Varela J. (2011, Enero). Depende: “Facebook”. *Revista etcétera*, pp. 32-37
- Verea M. (2006). ¿Hacia una Reforma Migratoria? *Norteamérica (Año1, número2, julio-diciembre)*. CISAN UNAM.
- Wellman B. (2008). The Glocal Village: Internet and Community. *The Arts & Science Review*. Canadá: University of Toronto.

Cibergrafía

- AFP y Notimex (2012). ‘Más de 5 mil niños hijos de inmigrantes deportados de EU viven en albergues’. Consultado el 5 de febrero de 2012 de <http://www.jornada.unam.mx/2011/11/03/mundo/031n1mun>
- AP (2013). ‘Los *dreamers* me inspiran’. Extraído en 5 de diciembre de 2012 de

<http://www.telemundoarizona.com/inmigracion/Obama-los-dreamers-me-inspiran-candidato-presidencial-elecciones-2012-173335391.html>

Almirón N. (2005). 'La Red del Zoon Politikon'. Extraída el 5 de octubre de 2012 de <http://www.almiron.org/otros35.html>

Advertising Age (2011). Estadísticas sobre redes sociales. Extraído el 12 de agosto de 2011 de <http://dl.dropbox.com/u/5185374/infografias/social-demos.jpg>

Anderson B. (2008). Comunidades Imaginadas. Citado por Ximena Antonia Díaz Merino en Pablo Neruda y el sentimiento nativista en la configuración de la identidad nacional. Universidad do Grande Rio, Brasil. Extraído el 13 de noviembre de 2011 de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero44/nativista.html>

AP (2012). 'Reforma migratoria relegada a segundo plano en 2012'. Extraído el 15 de diciembre de 2012 de <http://feeds.univision.com/feeds/article/2011-12-20/eeuu-reforma-migratoria-relegada-a>

AP (2011). 'Estándares laborales claves en política migratoria de Estados Unidos'. Extraído el 15 de noviembre de 2011 de <http://noticias.aollatino.com/2011/07/14/estandares-laborales-politica-migratoria/>

Arizona Hispanic Chamber of Commerce (AZHCC 2012). Press Room. http://www.azhcc.com/news_events/press_room.aspx

Arizonenses en Sonora (2009). Instituto de Educación Sonora – Arizona. Extraído el 30 de Julio de 2011 de <http://www.iesa.gob.mx/>

El Arsenal (2012). 'Instruyen a policía de Arizona a aplicar ley antiinmigrante SB1070'. Extraído el 3 de marzo de 2013 de

<http://www.elarsenal.net/2012/06/13/instruyen-a-policia-de-arizona-a-aplicar-ley-antiinmigrante-sb1070/>

Aspiration, acculturation and impact. Immigration to the United States, 1789-1930. USA Harvard University Library, Open Collection Program.

Extraído el 10 de enero de 2012 de

<http://ocp.hul.harvard.edu/immigration/exclusion.html>

Baumann S. (2011). 'El Consejo Nacional de la Raza levanta el boicot en Arizona'. Extraído el 24 de septiembre de 2011 de

<http://hispanos.about.com/b/2011/09/23/el-consejo-nacional-de-la-raza-levanta-el-boicot-en-arizona.htm>

Bazarsky L. (2007). Enfoque de las redes sociales en las migraciones de América Latina hacia Francia. Extraído el 10 de octubre de 2010 de

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2326852>

Bedoya (1997). ¿Qué es interactividad? Extraído el 2 de febrero de 2012 de

http://blogs.enap.unam.mx/asignatura/francisco_alarcon/wp-content/uploads/2011/06/interactividad.pdf

Benassini C. (2011). Se suma Carolina del Sur a 6 Estados que cuentan con Leyes antiinmigrantes. Extraído el 4 de febrero de 2012 de

<http://mediosenmexico.blogspot.mx/2011/06/se-suma-carolina-del-sur-6-estados-que.html>

Buchanan (2006). 'Buchanan argues por immigration moratorium to preserve white dominance'. Extraído el 2 de febrero de 2012 de

<http://thinkprogress.org/politics/2006/08/22/7033/buchanan-white-dominance/?mobile=nc>

Bustamante J. (2010). La migración de México A Estados Unidos. México: El

- Colegio de México. Extraído el 10 de octubre de 2011 de <http://2010.colmex.mx/16tomos/XII.pdf>
- California Proposition (1994). Extraído el 2 de enero de 2012 de [http://en.wikisource.org/wiki/California_Proposition_187_\(1994\)](http://en.wikisource.org/wiki/California_Proposition_187_(1994))
- Castells (2006). 'Globalización y Democracia'. Entrevista. Extraído en 4 de febrero de 2011 de http://latercera.com/contenido/1453_271393_9.shtml
- Castells M. (2011, Mayo). Comunicación y Poder. Ponencia presentada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México: UNAM.
Extraído el 10 de junio de 2011 de <http://sociologiac.net/2011/05/29/charla-manuel-castells-acampadabcn-video-tegro/>
- Castells M. (2010). Retos de la Educación en la Era de la Información.
Extraído el 30 de julio de 2011 de <http://web.uned.ac.cr/acontecer/index.php/a-diario/educacion/795-experto-espanol-expuso-los-retos-de-la-educacion-en-la-era-de-la-informacion.html>
- Castells (2012) en entrevista en línea: 'Las personas están cambiando su forma de pensar. Ellas son la gran esperanza'. Extraído el 15 de julio de 2012 de <http://sociologiac.net/2012/06/24/manuel-castells-las-personas-estan-cambiando-de-forma-de-pensar-ellas-son-la-gran-esperanza/>
- Celebra México que la Casa Blanca impugne ley antinmigrante en Utah (2011).
Extraído el 5 de febrero de 2012 de <http://www.jornada.unam.mx/2011/11/23/politica/021n2pol>
- Corte de EU analizará ley antiinmigrante de Arizona. El Universal. Extraído el 4 de febrero de 2012 de <http://www.eluniversal.com.mx/notas/827728.html>
- Christie B. (2010). 'Estudio: Boicot contra Arizona fue fuerte golpe para los Negocios'. Extraído el 25 de noviembre de 2010 de

http://www.lavozarizona.com/spanish/us/articles/us_165958.html

Crucianelli S. (2011). Las redes sociales y el periodismo. Extraído el 5 de noviembre de 2011 de

<http://www.youtube.com/watch?v=Ch4V2rKnmDU>

Garduño S. (2011). ‘Acuerdan México y EU plan fronterizo’. Extraído el 20 de diciembre de 2011 de

<http://noticias.terra.com.mx/mexico/acuerdan-mexico-y-eu-plan-fronterizo,fdc15db127444310VgnVCM3000009af154d0RCRD.html>

Consejo Nacional de la Raza levanta el boicot en Arizona (2011). Extraído el 10 de enero de 2012 de

<http://hispanos.about.com/b/2011/09/23/el-consejo-nacional-de-la-raza-levanta-el-boicot-en-arizona.htm>

De Ugarte D. (2010, Mayo). Herramientas teóricas básicas para la comunicación política en redes. Seminario ‘El Poder de las redes sociales en la política’. Universidad Iberoamericana. México.

Consultado el 12 de junio de 2010 de

<http://www.poderesred.com.mx/ponentes/>

Dosensocial (2012). Portal de Referencia en Social Media en Español.

Consultado el 22 de diciembre de 2012 de

<http://www.dosensocial.com/curso-redes-sociales/>

Durand J. (2011). ‘Los *dreamers*’. Extraído el 11 de septiembre de 2011 de

<http://www.jornada.unam.mx/2012/07/01/opinion/022a2pol>

EFE (2011). ‘Voto latino fue decisivo en histórica destitución del senador Rusell Pearce’. Extraído el 28 de septiembre de 2011 de

http://www.impactousa.com/noticias/ci_19308321

Estadísticas sobre migración (2008 Septiembre). Sistematización de Información y Estadística del Instituto de los Mexicanos en el Exterior, Secretaría de Relaciones Exteriores. Extraído el 30 de Julio de 2011 de

<http://www.ime.gob.mx/mapassite/eu/arizona.php>

‘Estándares laborales claves en política migratoria EEUU’.

Extraído el 6 de octubre de 2012 de

<http://noticias.aollatino.com/2011/07/14/estandares-laborales-politica-migratoria/>

Esteinou J. (1997). Generación McLuhan, Primera Edición Especial, Julio 1997.

Extraído el 2 de febrero de 2011 de

<http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/aldjav.htm>

Estudillo G. (2001). Surgimiento de la Sociedad de la Información. Biblioteca

UNAM en línea. Extraído el 1 de agosto de 2011 de

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/285/28540203.pdf>

Facebook es la red más popular del mundo (2011). CNN Expansión On line.

Extraído el 21 de julio de 2011 de

<http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2011/06/13/facebook-la-mas-popular-en-119-paises>

Fairlie R. y Krashinsky H. (2007). Liquity Constraints, Household Wealth and Entrepreneurship. Extraido el 12 de noviembre de 2012 de

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.187.1855&rep=rep1&type=pdf>

Fiscales de Utha a favor de ley antinmigrante HB497. Extraído el 2 de enero de 2012 de <http://blog.inmigrantetv.com/?p=7179#more-7179>

García Manzano A. (2007). Presentaciones on-line y redes sociales. Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa. Extraído el 12 de diciembre de 2010 de <http://observatorio.cnice.mec.es/>

- García J., Magaña L., Montiel M. (2011). *The impact of politics, legislation and civil rights on Arizona latinos*. Universidad de Arizona. Extraído el 29 de octubre de 2011 de <http://heinonline.org/HOL/LandingPage?collection=journals&handle=hein.journals/berklarlj8&div=8&id=&page=>
- Gopal P. (2008). 'The next victim of the Real State crisis'. Extraído el 3 de abril de 2013 de <http://www.businessweek.com/stories/2008-06-30/the-next-victim-of-the-real-estate-crisisbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>
- Gouhaneh A. (2010). Entrevista a Manuel Castells: "Las redes sociales democratizan la información, pero también desinforman". Consultado en 2 de octubre de 2012 de http://www.latercera.com/contenido/1453_271393_9.shtml
- Guillén A (2009). 'La crisis global: de las hipotecas a la recesión generalizada'. Extraído el 20 de abril de 2011 de http://www.olafinanciera.unam.mx/new_web/02/contenido.htm
- Hastings M. (2012). 'Obama quiere pintar a Arizona de Azul'. Extraída el 2 de mayo de 2012 de <http://noticias.aollatino.com/2012/02/28/barack-obama-voto-latino-arizona-reeleccion/>
- Hernández J. (2011). 'La Corte acepta pronunciarse sobre la ley Arizona'. Extraído el 12 de octubre de 2011 de <http://n.ortedigital.mx/noticias/internacional/40943/>
- Highlights from the Database of 2007, State Immigration Legislation and Methodology. Extraído el 11 de septiembre de 2011 de

http://www.migrationpolicy.org/news/2008_10_06.php

The Hispanic Population: 2010. Census Briefs. Consultado el 20 de diciembre de 2011 de <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04.pdf>

Historia del Estado de Sonora. Enciclopedia de los Municipios de México.

Extraído el 7 de abril de 2012 de

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/sonora/hist.htm>

IBM (2011). Página corporativa. Información extraída el 1 de agosto de 2011 de

http://www.ibm.com/ibm100/mx/es/index.html?section=tier610&position=61_1&referral=1&client=7_3

Jhonson K. (1995). Civil Rights and Immigration: Challenges for the Latino

Community in the Twenty First Century. Extraído el 20 de octubre de 2012 de

<http://heinonline.org/HOL/LandingPage?collection=journals&handle=hein.journals/berklarlj8&div=8&id=&page=>

Laglagaron L. et al (2008). Regulating Immigration at the State Level. Highlights of the database 2007 State Immigration Legislation and the methodology.

Migration Policy Institute. Extraído el 2 de marzo de 2012 de

<http://www.migrationpolicy.org/pubs/2007methodology.pdf>

Ley SB 1070: Una ofensa para México y Sonora (2010). Extraído el 30 de julio

de <http://www.congresoson.gob.mx/InfoPublica/LIX/Dictámenes10/ACUERDO2.pdf>

Lytle K. (2004). 'Ni blancos ni negros Mexicanos: El papel de la Patrulla

Fronteriza estadounidense en la definición de un nueva categoría racial'.

Extraído el 23 de febrero de 2012 de

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/351/35103105.pdf>

México apoya demanda de EU contra ley migratoria en Utah (2012).

Extraído el 23 de diciembre de 2011 de

<http://www.excelsior.com.mx/2011/12/20/nacional/796418>

Nanasi, Y. (2010). Finding the bussiness value in social software. Extraído el 23 de julio de 2011 de

http://www.slideshare.net/ynanasi/finding-the-business-value-in-social-software-and-social-media?from=share_email_logout

National Council of Raza (NCLR). Boicot Intolerance. Extraído el 2 de mayo de 2012 de <http://www.boycottintolerance.org/wrong>

Observatorio de Medios de la Universidad Iberoamericana (2012). ‘Obama de nuevo en la Casa Blanca: ¿Qué lo hace posible?’. Extraído el 10 de diciembre de 2012 de <http://observatoriodemediosuia.wordpress.com/>

Pearce R. (2011). ‘Talk of the Town: SB 1070 simply says illegal is illegal’.

Extraído el 20 de noviembre de 2011 de

<http://www.dcourier.com/main.asp?SectionID=36&SubsectionID=1120&ArticleID=80982>

Pozzi G. (2007). ‘La crisis hipotecaria pone en jaque a EE UU’. Extraído el 3 de abril de 2013 de

http://elpais.com/diario/2007/08/06/economia/1186351202_850215.html

Promulga Carolina del Sur ley que crea policía estatal antiinmigrante; la SER lamenta la decisión (2011). Extraído el 28 de junio de 2011 de

<http://www.m-x.com.mx/2011-06-27/promulga-carolina-del-sur-ley-que-crea-policia-estatal-antiinmigrante-la-sre-lamenta-la-decision/>

Las redes sociales hunden los precios de los anuncios online en un 18% (2010, julio 12). Extraído el 23 de julio de 2011 de

<http://gabrielcatalano.com/2010/07/12/las-redes-sociales-hunden-los-precios-de-los-anuncios-online-en-un-18/>

¿Son Adecuadas Las Redes Sociales Para Hacer Negocios En Internet?

(2010, febrero 5). Extraído el 23 de julio de 2011 de

<http://www.articuloz.com/marketing-en-internet-aticulos/son-adecuadas-las-redes-sociales-para-hacer-negocios-en-internet-1823144.html>

One Arizona (2012). Extraído el 3 de marzo de 2012 de

www.onearizona.org

www.azadvocacy.org

www.youtube.com/watch?v=jRxawwCCeLM

www.borderaction.org

www.wellstone.org/our-partners/democracia-usa

www.mifamiliavota.net

www.promiseaz.org

www.ciudadania.yaeshora.info

www.centralarizonans.org

www.tonatierra.org

www.boycottintolerance.org

Ortiz L. (2012). ‘¿Irme a vivir a Arizona? Ni con papeles’.

Extraído el 10 de diciembre de 2102 de

<http://www.culturadoor.com/?p=2257>

Periodismo Crítico (2013). ‘Rechaza Corte petición de Arizona de detener

jornaleros bajo SB1070’. Extraído el 4 de marzo de 2013 de

<http://ntrzacatecas.com/2013/03/04/rechaza-corte-peticion-de-arizona-de-detener-jornaleros-bajo-sb-1070/>

Preservando los derechos individuales. Boletín informativo de la American Civil

Liberties Union of Florida. Extraído el 23 de febrero de 2012 de

<http://www.acluf1.org/spanish/informes/inmigrantesboletin.cfm>

Relative Ranking of a Selected Pool of Leading Scholars in the Social Sciences

By Number of Citations in the Social Science Citation Index (2000-2009). Extraído el 10 de diciembre de 2010 de

<http://annenbergl.usc.edu/Faculty/Communication/~media/73EE18E8CC9140A28F46C8E49F85C78D.ashx>

Univisión (2011). Activistas marcharon en Alabama contra la HB56.

Extraído el 20 de diciembre de 2011 de

<http://noticias.univision.com/inmigracion/noticias/article/2011-12-16/activistas-se-reunen-en-alabama#axzz2P42fVBxA>

Univisión (2011). Veinte Estados descartaron leyes antiinmigrantes en Estados

Unidos en 2011. Extraído el 12 de enero de

<http://noticias.univision.com/inmigracion/reformamigratoria/article/2012-01-10/estados-dijeron-no-leyes-antiinmigrantes#axzz2P42fVBxA>

Villamil G. (2011). 'Obama 2.0, más allá de las Redes Sociales'.

Extraído el 20 de septiembre de 2012 de

<http://homozapping.com.mx/2011/04/obama-2-0-mas-alla-de-las-redes-sociales/>

Valenzuela Varela, M. B. (2003). La geografía de los empresarios de origen

mexicano en Estados Unidos. Carta Económica Regional. Extraído el 1 de mayo de 2011 de

<http://www.allbusiness.com/professional-scientific/accounting-tax/624962-1.html#ixzz1Vt7YHJ00>

Walters E. (2011, Junio). *Social Networks – Future Business Network*

Workshop. 7° Congreso Internacional de Cámaras de Comercio, Ciudad de México. Consultado el 2 de agosto de 2011 de

<http://7thworldchamberscongress.blogspot.com/2011/02/canaco-anfitrión-del-7-congreso-mundial.html>

Zinn Howard (2012). 'Mitos del excepcionalismo americano I y II'.

Extraído el 22 de febrero de 2012 de

<http://rebellion.org/noticia.php?id=19424>

Entrevistas

De la Melena Gonzalo, Director de la Cámara Hispana de Comercio – Phoenix, entrevistado el 10 de agosto de 2012 en la Ciudad de Phoenix sobre el potencial de los empresarios hispanos de origen mexicano.

García James, Director de Comunicación y Relaciones Institucionales de la Cámara Hispana de Comercio - Phoenix, entrevistado el 6 de agosto de 2012 en la Ciudad de Phoenix sobre la Ley Antiinmigrantes SB1070.

Ochoa O'Leary Ana, Assistance Profesor of Practice, Department of Mexican American & Raza Studies, entrevistada el 5 de mayo de 2012 sobre la situación económica de los mexicanos en Arizona.

Oñate Fernández Miranda, Ejecutiva de Préstamos a Inmigrantes de la ONG 'Chicanos por la causa', entrevistada el 7 de agosto de 2012 en la Ciudad de Phoenix sobre los préstamos a pequeños emprendedores inmigrantes.

Ricaurte Quijano Paola, Investigadora del Tecnológico de Monterrey Ciudad de México, entrevistada el 24 de abril de 2011 sobre 'El poder de las plataformas web'.

Walters Ekaterina, directora de Redes Sociales de Intel Ltd., entrevistada el 8 de junio de 2011 sobre el alcance y potencial de las redes sociales en los negocios.

Testimonios

"La frontera no es una –cosa-, es una mezcla, y buscamos sacar algo de esa mezcla, de ese sentimiento de no ser de ningún lado. Es el cuarto mundo, un lugar que no pertenece a ninguna geografía sino a la que construyen las personas en tránsito. Es una manera de ponerle voces a la historia de un estado de la que he sido testigo. Pagué para brincar la línea, de Tijuana a San Diego. Llegué a Phoenix en 2007, pero conseguí la residencia legal desde 1989 mediante la reforma migratoria impulsada por Reagan. En plena efervescencia de la SB1070 presenté papeles para convertirme en ciudadano estadounidense. Este país me ha dado todo, así que no me voy... pero se está agravando esa sensación de que a uno lo señalan nomás por la apariencia..."

Alberto Álvaro Ríos, escritor y poeta mexicano originario de Nogales, Sonora, trabaja la obra de teatro 'Amexican', al lado del periodista James García, vocero de la AZHCC, sobre la realidad de Arizona. (Extracto de la entrevista concedida a BBC Mundo en 8 de junio de 2012).

Los emprendedores de origen mexicano son productivos y contribuyen al crecimiento del Producto Interno Bruto del Estado de Arizona, crean empleos, y pagan impuestos, ¿cuál es la razón para que estas personas sean hostigadas por la Ley antinmigrante SB1070?

No hay una sola respuesta, son muchas respuestas. No se trata de una cuestión que pueda fundamentarse con datos empíricos. Los grupos radicales anteponen una agenda racial. Pero esta postura es sólo de algunos. La respuesta que podría

contar con el consenso sería frustración de los norteamericanos, ineficacia del sistema migratorio al no haber congruencia...

*Consulado de México en Phoenix,
Arizona, agosto 8 de 2012.
(Se omitieron los nombres
de los funcionarios a petición de los
mismos).*

*“Latino business owners and consumers are transforming Arizona’s economy.
The state’s prosperity and the prosperity of its Hispanic community are now
inextricably intertwined and destined to reshape the future”.*

*Gonzalo de la Melena
President & CEO
Arizona Hispanic Chamber of
Commerce
Agosto de 2012.*